

تقييم تغطية الإعلام المصريّ لأحداث الداخلية الطارئة خلال الفترة من 2019 حتى 2020

دراسة على الجمهور وخبراء الإعلام

د. إنجي أبو العز

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام- جامعة
بني سويف

مقدمة:

تلعب التغطية الإعلامية للقضايا الهامة والطارئة دوراً هاماً في تشكيل فهم الجمهور لطبيعة تلك الأحداث، فالإعلام له دور كبير في تشكيل الوعي الجماهيري والرأي العام في العالم أجمع، خاصةً فيما يتعلق بتغطية العمليات الإرهابية والقضايا والأزمات والأحداث الطارئة في المجتمعات، وبالتالي يواجه الإعلام مهمة صعبة -وليس مستحيلة- في إقامة توازن بين واجباته في إعلام وإخبار الجمهور، والخطر في نشر معلومات مغلوطة أو ناقصة قد تشكّل خطراً أو تهديداً لصحة وحياة المواطنين، أو تمجيد الإرهابيين والمتطرفين، أو الدعاية لهم بشكل غير مقصود، مع الأخذ في الاعتبار معرفة الحدود الفاصلة بين حق الجمهور في الحصول على المعلومات ودورها في مكافحة الإرهاب. وقد أثبتت التجربة أنه يكاد يكون من المستحيل حجب الصور والمعلومات والمواد المصورة تماماً عن الجمهور المتلقي، في ظل التطور التكنولوجي، ووجود معظم المؤسسات والمنصات الإعلامية عبر الإنترنت، وإمكانية الوصول للمواقع المحجوبة من خلال مواقع وبرامج سهلة الاستخدام، وبالتالي فمعظم المواد المرئية والمسموعة ستصل في نهاية الأمر من خلال مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام البديلة أو قنوات أخرى وربما تكون معادية للدولة.

وقد ذكر الباحث عمرو عبد الحميد (2019)⁽¹⁾ أن من أهم أسباب عزوف الجماهير عن متابعة المضامين المقدّمة في وسائل الإعلام الوطنية المصرية -الحكومية والخاصة-: فقدان المصدقية في تلك المضامين، وبالتالي تضاؤل مصداقية تلك الوسائل لدى الجمهور، وانصراف الإعلام المصري عن تقديم ومناقشة قضايا وموضوعات تمه المواطنين وتخدمهم بشكل أساسي، وانتشار الأخبار الكاذبة، بالإضافة إلى المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدي والجديد، والتي غالبًا ما تصب في مصلحة الإعلام الجديد، ما يؤدي إلى تراجع المشاهدة لصالح المنصات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

ويعد من أهم الأسباب التي تؤدي إلى فقدان الجمهور المصدقية في وسائل الإعلام المصرية: وجود علاقة بين تنامي ظاهرة «الأخبار المزيفة» في وسائل الإعلام وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتزايد الشعور بـ «العداء لوسائل الإعلام». فغياب المعلومات وعدم تدفقها بشكل صحيح وسريع من مصادرها الأساسية، وحجبها في كثير من الأحيان، يساعد في نشر الأخبار المضللة، والزائفة، والشائعات، التي تتردد عبر وسائل الإعلام، سواء صحف أو قنوات تلفزيونية أو مواقع إلكترونية، مما أضر بمصدقية تلك الوسائل لدى الرأي العام، فخطأ صغير من صحفي في نشر معلومة غير صحيحة يمكن أن يؤدي إلى فقدان حياة شخص، كما يمكن أن يؤدي التضليل الإعلامي إلى نشوب نزاع مسلح أو عنف طائفي، كما يحدث في إقليم ميانمار؛ على سبيل المثال⁽²⁾.

ووفقًا لما تم ذكره سابقًا، فإن العداء لوسائل الإعلام في المجتمع المصري يتزايد، ويجعل الكثيرين يعزفون عن متابعة الأحداث الهامة عبر وسائله المتنوعة. وإن كان هناك ممارسات إيجابية من كثيرٍ من محطات الإذاعة التلفزيونية، بل والورقية أيضًا، في تقديم تغطية متوازنة وسريعة وثرية بالمعلومات الحقيقية، إلا أن سبب العزوف يأتي في فقدان «المصدقية» في المقام الأول، وهو الأمر الذي يتطلب من وسائل الإعلام المصرية -على وجه الخصوص- سرعة التحرك من أجل إنهاء الخصومة بينه وبين جماهيره المستهدفة، والعمل بمهنية وحرفية أكثر، وتحري الدقة في نقل الأحداث، ومحاولة تحقيق سبق ولكن ليس على حساب المضمون، والبعد عن نشر الأخبار الكاذبة، حتى يستعيد ثقة الجمهور، بدلًا من لجوئهم لوسائل أخرى، ربما تساعد أكثر في نشر أخبار كاذبة تحقق مصلحة المتربصين بالوطن.

وتحاول تلك الدراسة التعرف على تقييم الجمهور المصري وخبراء الإعلام المصريين لطبيعة التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام المصرية الرسمية والخاصة فيما يخص الأحداث

الطارئة خلال فترتين زمنييتين متباعدتين 2019 و2020، حيث سيتم التركيز في تلك الدراسة على تقييم أربعة أحداث طرأت على أجنحة الإعلام المصري خلال العام السابق والحالي، وفرضت نفسها بقوة عليها، وهي: تغطية أحداث الدرب الأحمر، وحادثه حريق محطة مصر، وبداية انتشار فيروس كورونا في مصر، وسوء الأحوال الجوية والسيول. وذلك في إطار نموذج «التماس المعلومات».

المشكلة البحثية:

تزدحم وسائل الإعلام المتنوعة بالأخبار والمعلومات عن الأحداث الطارئة والقضايا التي تهم الجمهور بشكل عام، ويقوم الجمهور بالتماس المعلومات والأخبار عن تلك الأحداث الهامة عبر وسائل الإعلام الرسمية والخاصة، للحصول على المعلومات التي يريدها بشكل فوري. بالتالي يعد تقييم أداء تغطية الإعلام في مصر بشقيه التقليدي والإلكتروني، من المداخل الهامة التي تساعد في تقديم رؤية متعمقة للوضع الراهن للإعلام المصري ومدى تأثيره داخل المجتمع، مع تحقيق الاكتفاء المعلوماتي للجمهور. وفي هذا الإطار، تحاول هذه الدراسة تقييم الجمهور والخبراء الإعلاميين لتغطية الإعلام المصري للأحداث الطارئة، من خلال التعرف على رؤى عموم الجمهور والخبراء المختصين بالمجال الإعلامي والقائمين بالاتصال فيما يخص الإيجابيات والسلبيات التي تواجه هذا القطاع الهام، مع تقديم رؤية مستقبلية لكيفية تحسين الأداء والتغلب على أوجه القصور، وتعزيز أوجه القوة، خاصة أن هناك محاولات من قبل الدولة لتحسين وضع الإعلام، في ضوء التغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية المتلاحقة، والتي انعكست على ما تقدمه وسائل الإعلام من تغطية إعلامية وأداء إعلامي ومعلومات تتعلق بالقضايا والموضوعات المطروحة على أجنحة المؤسسات الإعلامية بشكل عام، والأحداث الطارئة والمفاجئة والخارجة عن تلك الأجنحة بشكل خاص، لذا، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم الجمهور للتغطية الإعلامية لأربعة موضوعات وهي: تغطية (أحداث الدرب الأحمر، وحادث حريق محطة مصر، وبداية انتشار فيروس كورونا في مصر، وسوء الأحوال الجوية والسيول)، وذلك في الفترة من 1 مارس 2019 حتى 30 أبريل 2020، في إطار نموذج التماس المعلومات.

أهمية الدراسة:

تعد دراسات تقييم الأداء الإعلامي من قبل الجمهور العام والخبراء الإعلاميين

في إطار التماس المعلومات من الدراسات البالغة الأهمية، خاصة إذا ما تمت على فترات زمنية متباعدة؛ لأنها تساعد صناع القرار على تحسين مستوى الأداء المهني والفني على مستوى الوسيلة الإعلامية؛ وفقا لرؤى مختلف فئات المجتمع، بالإضافة لأصحاب المهنة، وتحديدًا عندما يتعلق التقييم بأحداث طارئة على الخريطة البرمجية أو الإعلامية للمؤسسات الإعلامية المختلفة، سواء أكانت تقليدية أم رقمية، ويتعلق التقييم بأسلوب الوسيلة في تقديمها للمعلومات المتاحة حول الأحداث الطارئة التي تقوم بتغطيتها، ومدى تقبل الجماهير والخبراء لتلك التغطية في إطار إدراك الجمهور لتكامل التغطية الإعلامية ومدى توفيرها للمعلومات بشكل دوري، ومدى دقة تلك المعلومات، وتوقيت نشرها، مع إمكانية التحقق منها، وفقًا للاحتياجات المعلوماتية للمتلقين والتماسهم للمعلومات، وذلك فيما يخص الأحداث الطارئة التي تخص الشأن المصري خلال فترات زمنية متباعدة، وإن تشابهت في الظروف الاجتماعية والسياسية والمجتمعية، وهي: تغطية أحداث الدرب الأحمر، وحادثة حريق محطة مصر، وبداية انتشار فيروس كورونا في مصر، وسوء الأحوال الجوية والسيول.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على تقييم الجمهور وخبراء الإعلام المصريين للتغطية الإعلامية للأحداث الطارئة على أجندة المؤسسات الإعلامية المختلفة (تلفزيون، راديو، صحف، مجلات، مواقع إلكترونية)، وتحديدًا أحداث الدرب الأحمر، وحادثة حريق محطة مصر، وبداية انتشار فيروس كورونا في مصر، وسوء الأحوال الجوية والسيول، والتعرف على كيفية التماس الجمهور للمعلومات، ومدى إتاحتها من قبل الوسيلة حول تلك الأحداث، وسرعة نشرها وبنها، ومدى دقتها، وتوازنها، ومدى مصداقية الوسيلة ذاتها لدى الجمهور المتلقي، بالإضافة إلى التعرف على مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال في تطوير أداء الإعلام المصري عند تغطيته لمثل تلك الأحداث الطارئة.

الدراسات السابقة:

أثبتت أدبيات العلوم الاجتماعية أن وسائل الإعلام تلعب دورًا رئيسًا في العديد من جوانب الأزمات والكوارث، فمشاركة وسائل الإعلام في تقديم الحدث بكفاءة أمر بالغ الأهمية، على سبيل المثال، للتحذير الفعال، وقد تكون وسائل الإعلام هي الغراء الذي يربط المجتمعات في مناسبات معينة. ومع ذلك فإن وسائل الإعلام مسئولة أيضًا

عن العديد من المفاهيم الخاطئة الموجودة حول الكوارث والأزمات الطارئة، والمفاهيم المغلوطة التي قد تؤدي إلى أخطاء في الحكم عند وقوع الكارثة⁽³⁾، كما أن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال وانتشار القنوات الفضائية، وقواعد البيانات، وشبكات المعلومات مثل شبكة الإنترنت، أدى إلى تدفق سريع للأخبار والمعلومات وما تنطوي عليه من معلومات دقيقة وغير دقيقة عن الأحداث، وقد تنشرها وسائل الإعلام على نطاق واسع، وبالتالي هناك ضرورة أن تحرص المنظمات المعنية على مراقبة هذه الوسائل الجديدة الواسعة الانتشار بأن تعمل على إقامة روابط إيجابية معها وإمدادها بالمعلومات الدقيقة أولاً بأول فيما يُعرف باتصالات الأزمة⁽⁴⁾. وفي ضوء ما سبق ذكره انقسمت محاور الدراسة لمحورين أساسيين: **المحور الأول:** الدراسات التي تتناول تقييم الجمهور والإعلاميين لدور الإعلام في التغطيات الإعلامية تجاه الأحداث الطارئة والأزمات والكوارث والقضايا الهامة، **والمحور الثاني حول:** الدراسات التي تتناول التماس الجمهور العام للمعلومات المتعلقة بالقضايا والموضوعات الهامة والطارئة.

المحور الأول: الدراسات التي تتناول تقييم الجمهور والإعلاميين لدور الإعلام في التغطيات الإعلامية تجاه الأحداث الطارئة والأزمات والكوارث والقضايا الهامة - فيما يخص الجانب العملي لتقييم وسائل الإعلام خلال الأزمات، هدفت دراسة إيناس الحربي (2018)⁽⁵⁾ إلى التعرف على تقييم الجمهور للتغطية الإعلامية للإعلام المصري بمختلف أشكاله لقضيتي عزل الرئيس السابق محمد مرسي والإطاحة بحكم الإخوان المسلمين في مصر ومشروع إنشاء قناة السويس الجديدة والعوامل الديموجرافية والاتجاهات السياسية للمبشرين التي تتدخل في هذا التقييم، وتم تطبيق هذه الدراسة على مرحلتين في فترتين زمنيتين مختلفتين، اتفقت نتائج الدراستين على تقييم المبشرين للتغطية الإعلامية لمختلف القضايا المطروحة على الساحة السياسية بأنها تتسم بالتحيز بدرجة كبيرة، وأن هذا التقييم ليس له علاقة بالمتغيرات الديموجرافية والانتماءات السياسية للمبشرين، كما جاءت صحيفتا المصري اليوم يليها جريدة الأهرام في مقدمة الصحف التي اعتمد عليها المبشرون في الحصول على معلوماتهم، وجاءت قناة CBC في مقدمة قنوات التلفزيون التي تعرّض لها المبشرون للحصول على معلوماتهم عن القضيتين، كما أكدت نتائج الدراستين على تقييم المبشرين السلبي للتغطية الإعلامية في فترتي أحداث عزل الرئيس محمد مرسي وتنفيذ مشروع قناة السويس الجديدة. بينما لخصت دراسة مروان كاريدي (2014)⁽⁶⁾، التحولات التي حدثت في المجال الإعلامي العربي العابر للحدود الوطنية وقت الأزمات، وجاءت

النتائج لتوضح انخفاض الثقة في وسائل الإعلام العامة والخاصة في أوقات الثورات، مما يجعل الجمهور يجذب لوسائل الإعلام العابرة للحدود، وهي في هذه المرحلة تُعد من البدائل الرئيسة، خاصة أنها تسوق لنفسها مهنيًا، فهي حريصة على أن تبين الجوانب الإيجابية والسلبية للخبر، وتحاول تقديم آراء مختلفة لكسب ثقة الجمهور، ومع ذلك فإنها لا تستطيع معالجة كل قضية محلية؛ لأنها ذات مصلحة إقليمية، وليست محلية، وهو ما اختلفت فيه نتائج دراسة يوسف عبد الله البيدان (2013)⁽⁷⁾، والتي أشارت إلى أن تلفزيون الكويت الرسمي وإذاعة الكويت الرسمية قد حازا على أعلى متوسطات الاعتمادية من قبل الإعلاميين من عينة الدراسة، بينما حازت وكالة كونا على مرتبة متوسطة. فيما لم تحظْ النشرات والمجلات الحكومية المطبوعة والمواقع الإلكترونية إلا على متوسطات منخفضة، كما حازت الصحف الكويتية المطبوعة، والفضائيات الكويتية، والإذاعات الخاصة ومواقع التواصل الاجتماعي على التوالي بمتوسطات حسابية مرتفعة. بينما لم تحظْ صحف ومواقع الإنترنت والمجلات الكويتية إلا على متوسطات حسابية متوسطة. وحازت القضايا المتصلة بالأمن الوطني، ثم القضايا المتصلة بالعلاقات السياسية الخارجية على أعلى متوسطات التغطية، كما تحققت متوسطات متوسطة لكل من الدقة في التغطية، والموضوعية، والتنوع، وتحقيق التماسك الاجتماعي، ونقل التراث الاجتماعي، والأساليب الإقناعية، بينما تحقق متوسط مرتفع في مجال شمولية التغطية في أداء الإعلام الحكومي. أما على المستوى الدولي، فأشارت نتائج دراسة يوسف كيأنجو، وبيتيا إكلير (2010)⁽⁸⁾ في بحثهما عن كيفية تقييم الصحفيين الدوليين في كل من أوروبا، وآسيا، والشرق الأوسط، وأفريقيا، وأمريكا الشمالية، وأمريكا الجنوبية لأداء وسائل الإعلام الأمريكية في تغطية إعصار كاترينا من خلال مفهوم التوقعات الصحفية، وما إذا كانت تختلف عبر الثقافات، أنه لم يتم الوفاء بالتوقعات من حيث الدقة والتنوع والشك، ولكنهم كانوا راضين عن التقارير الاستقصائية والحوار العام. كما عملت هذه الدراسة على تطوير مفهوم التوقعات الصحفية والمساهمة في فهم كيفية اختلافها عبر الثقافات وكيف يقيم الصحفيون الدوليون نظراءهم الذين يغطون كارثة طبيعية كبيرة. بينما اهتمت دراسة حياة قرني (2018)⁽⁹⁾ بقياس درجة التنوع الإعلامي في وسائل الإعلام المصرية من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع عينة من النخبة الإعلامية ورجال الإعلام، وتحليل مضمون لعينة من الصحف المصرية (الأهرام، اليوم السابع، الأهالي، المصريون، وطني) في تغطيتها للانتخابات البرلمانية المصرية 2015، وكذلك القيام بإجراء مجموعات مناقشة مركزة مع عينة متنوعة من فئات الجمهور المصري، وأوضحت النتائج أنه لم

تختلف رؤى القائمين بالاتصال حول مفهوم التنوع الإعلامي وأهميته، إلا أن هناك قصوراً في تطبيقه وتحقيق معايير، وكذلك هناك انفصال تام عن رغبات الجمهور المصري. كما أشارت النتائج إلى أن التغطية الإعلامية ما زالت شبه موحدة بين أغلب صحف الدراسة ولم تحقق كافة معايير تنوع المضمون.

– أما على المستوى النظري، فقدمت دراسة هويدا مصطفى (2018)⁽¹⁰⁾ تأصيلاً نظرياً لعلاقة الإعلام بالأزمات، وتناولت طبيعة الوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور قبل وأثناء وبعد الأزمات، ومهام الإعلام في المراحل المختلفة التي تمر بها الأزمة، وكذلك محددات وضوابط دور الإعلام في مواجهة الأزمات في مراحلها المختلفة، منها الدقة وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية عن الأزمة، والاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية والسياسية التي تساعد على تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه الأزمة، والاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة، وذلك بالنسبة للأزمات والكوارث الطبيعية لكسب المصداقية، والقدرة على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع الأحداث، وسرعة نشر الحقائق لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة ويواجه الشائعات التي تنشأ أثناء الأزمات، والاهتمام بفعورية نقل الحدث من موقعه، والتواجد في مناطق الأحداث، والاهتمام بالمادة المصورة، والبعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها والرأي العام، والتأكد من وصول المعلومات والبيانات اللازمة إلى الجمهور بالقدر المناسب ودون آراء مسبقة. كذلك أشارت دراسة منى الحديدي (2018)⁽¹¹⁾ إلى بروز موضوع الإعلام والأزمات كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها. وتناولت الورقة كيف حظي إعلام الأزمات «إعلام المواجهة» باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم. ومن أمثلته تعليقات وانتقادات السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي ومطالبته الملحة للإعلام الوطني والعربي والأجنبي بتحمل المسؤولية المهنية والأخلاقية والمجتمعية في مواجهة الأزمات ومعالجتها بلا تحيز أو التعامل بمكياالين، بما في ذلك معالجة أحداث وأعمال العنف، أو مقاومة الإرهاب، أو التطرف الفكري، أو الخروج عن القانون، أو الأزمات الاقتصادية أو الأمنية، وتفشى الفساد، وغير ذلك. وأشارت الدراسة إلى أنه لكي تحقق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها من قبل كافة الأطراف على النحو الأمثل، لا بد أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التماس الجمهور العام والإعلاميين للمعلومات المتعلقة بالقضايا والموضوعات الهامة والطارئة

- سعت دراسة أنجليس مورينو وآخرين (2020)⁽¹²⁾ إلى التعرف على كيفية إدارة الاتصال والإعلام لأزمة كورونا كوفيد-19 في إسبانيا، من خلال تقييم كيفية تأثير أشكال ومصادر المعلومات في سلوكيات التماس المعلومات للجمهور، وتصور إستراتيجيات الحكومة للاستجابة للأزمات خلال الوباء. تم إجراء استبانة عبر الإنترنت بين 14 مارس و14 أبريل 2020، في الأسابيع الأربعة الأولى بعد إعلان حالة الإنذار في إسبانيا. وتضمن الاستبيان أسئلة تتعلق بسلوك البحث عن المعلومات، والثقة في المصادر والقنوات المختلفة، وتصورًا لكيفية إدارة الحكومة لوسائل الاتصال، ومن أهم نتائج الدراسة أن هناك استخدامًا متزامنًا للوسائط المتعددة والمنصات الإعلامية، وإن كان لدى المواطنين الإسبان رأي سلبي حول الدور الذي لعبته وسائل الإعلام خلال الأسابيع الأولى من الوباء، وجاءت النشرات الإخبارية في مقدمة المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات في وسائل الإعلام، أما المصدر الثاني للمعلومات فقد كان تطبيق الواتس آب WhatsApp، وحول أكثر الوسائل شيوعًا في تقديم المعلومات حول كوفيد-19، فجاءت على النحو التالي: القنوات الإخبارية التلفزيونية (86.2%) وواتس آب (77.6%) والصحف الإلكترونية (75%) والراديو (42.6%) من أكثر قنوات المعلومات شيوعًا. بينما أشارت دراسة بربارا راين (2018)⁽¹³⁾ إلى نموذج لشرح «سلوك التماس الأشخاص للمعلومات في مرحلة الاستجابة للكوارث»، بالتطبيق على قنوات الإعلام في أستراليا، في مرحلة الاستجابة بعد التحذير من الكارثة. ورصد النموذج محاولة السعي للحصول على معلومات، والتنبؤ بمصدر المعلومات، واختيار القناة من قبل المواطنين بعد تلقي مجتمعهم تحذيرًا من كارثة ما. وتم إجراء مقابلات متعمقة مع 51 فردًا من الأستراليين المتضررين من الكوارث. واختبرت المقابلات نظرية ملاءمة القنوات والمصادر التي اختارها الناس، ووجدوا أنها مفيدة للغاية، واستخدمت أكثر في حرائق الغابات، والفيضانات البطيئة، والفيضانات السريعة، وحالات الأعاصير. ولكن نتائج الدراسة أشارت إلى أن البحث عن المعلومات التي تسعى إلى السلوك في أوقات الكوارث الطبيعية غالبًا ما تكون مجزأة وغير كاملة؛ مما ينتج عنه القليل من الفهم الشامل لمصادر وأشكال المعلومات التي يلجأ إليها الناس عندما يواجهون كارثة. ويوفر النموذج المقترح لهذه الدراسة للوكالات الإخبارية طريقة للتنبؤ بأشكال ومصادر الاتصال الأكثر فاعلية التي يمكن من خلالها الوصول إلى المجتمعات المستهدفة خلال الكارثة. بينما

سعت بربارا راين (2013) ⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على كيفية معالجة الفجوات المعرفية فيما يخص حصول الجمهور على معلومات حول الفيضانات في سلوفانيا؛ حيث تم مقابلة 27 شخصاً من مجتمعين عانوا من الفيضانات في الأشهر الـ 12 التي سبقت المقابلات. وحول أبرز النتائج؛ أكدت الدراسة أن نوع الكارثة هو الذي يحدد كيف يسعى الناس للحصول على المعلومات، ففي الفيضانات البطيئة الحركة، سمع الناس من الآخرين، وتتبعوها بصرياً وعبر معلومات مقياس النهر المتاحة عبر الويب، وتحدثوا إلى الآخرين الذين لديهم خبرة أكثر في الفيضانات، وكان الراديو أداة تأكيد مهمة في الفيضانات البطيئة الحركة. أما في الفيضانات المفاجئة، فسمع الناس من الآخرين ثم تحولوا إلى التلفزيون. وأوصت الدراسة بضرورة استخدام وكالات الأنباء لشبكات الهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي؛ لما تمثله من أهمية بالغة في ذلك، كما يجب استخدام الراديو والتلفزيون بشكل أكثر استباقية من قبل وكالات الطوارئ، ويجب أن تكون الخرائط سمة من سمات جميع الاتصالات. كما تشجع هذه الدراسة الوكالات على النظر حول كيفية بحث الأفراد عن المعلومات والقنوات التي يستخدمونها للحصول على المعلومات ونوع المعلومات التي يبحثون عنها في حالات الكوارث. واعتمدت دراسة كينث لاكلن وآخرين (2010) ⁽¹⁵⁾ على نموذج التماس المعلومات كإطار نظري للدراسة؛ قام الباحثون بإجراء دراسة شبه تجريبية على عدد من الباحثين، بتعريضهم لمحتوى مرئي، وهو مشاهدة قصة إخبارية تلفزيونية حول إعصار كاترينا واحتمالية تكرار حدوثه مرة أخرى، وكيفية التعامل مع هذه الكارثة، وخلصت الدراسة إلى أن التعرض لهذه القصة أحدث حالة من الحفز لدى الباحثين للبحث عن المعلومات، وبالتالي هناك أهمية بالغة لتأثير عامل الأزمات والصراعات أو التعرض لتهديد ما في المجتمع في التماس الفرد في أي مجتمع المعلومات من مصادر مختلفة.

- بينما أشارت دراسة إيمان السيد (2016) ⁽¹⁶⁾ إلى أن أهم المصادر التي يلتمس منها الباحثون تفاصيل خبر عبر المواقع الاجتماعية بالترتيب كالتالي: مواقع القنوات الإخبارية العربية، ثم مواقع القنوات الإخبارية المصرية، ثم مواقع وكالات الأنباء العربية، ويليهما مواقع القنوات الإخبارية الأجنبية، وأخيراً المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية. وفي نفس السياق كشفت دراسة مي عبد الرازق (2016) ⁽¹⁷⁾ عن مدى اعتماد الجمهور المصري على الحسابات الرسمية لوكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر)، والتماسه للمعلومات التي تقدمها عن الأحداث الجارية عبر تلك المواقع، والإستراتيجيات التي يتبعها في ذلك ودوافع وتأثيرات اعتمادهم على حسابات وكالات الأنباء كمصدر للتماس المعلومات، ورصد وتحليل مجموعة من

العوامل المؤثرة في التماسهم للمعلومات، وذلك في ضوء نظريتي التماس المعلومات، والاعتماد على وسائل الإعلام. وتضمن مجتمع وعينة الدراسة أفراد الجمهور المصري المشتركين بحسابات في الموقعين الاجتماعيين الخاصين بوكالات الأنباء، وأوضحت النتائج أن أهم الحالات التي تزداد فيها متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي كانت حالات الحصول على المعلومات المطلوبة «سريعاً»، والبحث عن آخر تحديث للبيانات؛ للإلمام بكافة تفاصيل وأبعاد الحدث، وجاءت أسباب تفضيلهم لهذه الحسابات كمصدر للمعلومات والأخبار عن الأحداث الجارية هو انفرادها بمعلومات غير متوفرة بوسائل أخرى، والحرص على سبق والتحديث باستمرار، واهتمامها بكل من الأخبار المحلية والعالمية، والتجديد والتميز في خدماتها الإخبارية. بينما مثلت العناصر الأكثر إزعاجاً للجمهور المصري عينة الدراسة أثناء التماسهم للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء: عدم تناولها لبعض الأحداث المحلية، وعدم وجود تفاعل من جانبي الجمهور أو الوكالة، وعدم التنوع في المجالات، والأسلوب النمطي في تقديم المعلومة، والتركيز على السلبيات بصورة كبيرة. واتفقت مع معظم تلك النتائج دراسة **سمر صادق (2015)** ⁽¹⁸⁾ التي ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية في السنوات الأخيرة تحولت عن وظيفتها الأساسية المتمثلة في التواصل الاجتماعي، وأصبحت تضطلع بوظيفة إعلامية بمتابعة أحداث المجتمع والإمداد بالمعلومات حولها، وتستهدف الدراسة تحري العلاقة بين التماس المعلومات عبر موقع الفيسبوك، وبين إدراك الشباب لأزمة ستاد بورسعيد التي اندلعت عام 2012، وقد اعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها 394 مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة، كما اعتمدت على اختبار فروض نموذج التماس المعلومات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وثراء الوسيلة الإعلامية. وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في وجود علاقة بين كثافة استخدام الموقع وبين مستوى إدراك الأزمة محل الدراسة، وزيادة نسبة استخدام الباحثين للفيسبوك وقت الأزمات مقارنة بالأوقات العادية، بما يشير لضرورة استفادة مؤسسات الدولة المختلفة من الشبكات الاجتماعية كأداة جديدة يمكن استثمارها في إدارة الأزمات. كما اتفقت نتائج دراسة **نورة عبد الله (2014)** ⁽¹⁹⁾ مع الدراستين السابقتين فيما يخص ارتفاع درجة حرص واعتماد الباحثين على التماس المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية من الشبكات الاجتماعية، وهذا يؤكد أنها بمواقعها المختلفة مصدر مهم وقوي التأثير في المستخدمين؛ لما توفره من معلومات وافية وكافية، وسهولة استخدامها وسرعة تغطية الأحداث وتنوعها وإمكانية التفاعل معها.

التعليق على الدراسات السابقة:

- فيما يتعلق بدراسات المحور الأول، اهتمت أغلب الدراسات بدرجة تقييم الجمهور أو القائمين للاتصال على أداء الإعلام من خلال تغطيته لبعض القضايا والأحداث التي جاءت أغلبها قضايا سياسية أو أمنية أو قضايا تعكس أزمة، وعكست نتائج أغلبها أن الإعلام سواء في مصر أو العالم العربي أو حتى الأجنبي لا يمكن أن يحظى بدرجة الرضا الكامل عن أدائه من قبل جمهوره أو ممارسيه، وهو الأمر الذي أفاد في اختيار عينة الدراسة الحالية، من حيث التعرف على تقييمات التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة المتنوعة خلال فترات زمنية متباعدة.

- وفيما يتعلق بدراسات المحور الثاني، والتي تناولت نموذج التماس المعلومات، عكست نتائج معظم الدراسات التي جاءت ضمن هذا المحور أن الجمهور يعتمد بشكل أساسي على مصادر معلومات غير محددة ومتنوعة، إلا أنه يكاد يتفق في أن أهم مصادر المعلومات الحالية تأتي من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما أكدته جميع الدراسات، ومعها في نفس الدرجة أو في المستوى الثاني وكالات الأنباء، ومن هنا نحاول الدراسة التعرف على أهم مصادر التماس المعلومات لدى الجمهور المصري وتقييم الخبراء لتلك المعلومات بالاعتماد على نموذج «التماس المعلومات».

- ترى الباحثة من خلال اطلاعها على الدراسات السابقة فيما يتعلق بموضوع الدراسة؛ أن دراسة تقييمات الجمهور للتغطية الإعلامية أمر هام وضروري يحتاج إلى متابعة باستمرار من خلال البحث والتمحيص؛ لأن الأمر متغير ومرتبط بعوامل كثيرة سياسية واجتماعية واقتصادية؛ مما يصعب من الأمر ويؤكد أهميته، ولا يقتصر فقط على الممارسين والخبراء الإعلاميين.

- **باستعراض نتائج الدراسات السابقة**، والتي ألفت الضوء على دور الإعلام في تغطية الأحداث والقضايا والموضوعات الهامة، ومدى تقييم الجمهور لتلك التغطيات من جهة، وتقييم الخبراء الإعلاميين له من جهة أخرى، بالإضافة لالتماس الجمهور للمعلومات وقت الأزمات والطوارئ، تبرز هنا أهمية الدراسة الحالية في محاولة تقييم مدى نجاح الإعلام المصري بشكل خاص في تقييم تغطيات مهنية للأحداث الداخلية الطارئة على أجندتها الإعلامية، والتعرف عما إذا كان الإعلام المصري بشقيه التقليدي والرقمي الرسمي والخاص، قادر على مواكبة وإدارة تلك الأحداث أم لا في ضوء توفر المعلومات.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نموذج التماس المعلومات **Information Seeking**، حيث تُعرف عملية التماس المعلومات بأنها نشاط للفرد يقوم به لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضي احتياجات معينة لديه، وبالتالي فإن نشاط التماس يختلف من فرد لآخر. ويُعد نموذج التماس المعلومات من النماذج النظرية التي تستهدف متلقي الاتصال، وتركز على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادرها المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك⁽²⁰⁾. ويشير راجيو سافولينين **Reijo Savolainen** إلى أن المعلومات عند التماسها يمكن أن تنقسم إلى نوعين أساسيين: معلومات ذات صلة بالعمل، ومعلومات عامة أو معلومات حياتية قد تتعلق بالصحة، والاجتماعيات، والتسلية⁽²¹⁾.

أسس هذا النموذج **Tipton و Dononhew**⁽²²⁾، وارتبطت بدايات هذا النموذج بالدراسات التي أجراها وسلي وبارو عام 1957م، ودراسة بيرلو عام 1960م، حيث تم التركيز على الجوانب الانتقائية للتعرض لوسائل الإعلام، والتي تشير إلى اختيار الجمهور لوسائل إعلامية معينة دون غيرها، وكذلك لمضامين معينة⁽²³⁾، ويبدأ التماس المعلومات من ذهن متلقي المعلومات وإدراكه لحاجاته المعرفية وكيفية إشباعها، والتأكيد على وجود دوافع توجه سلوك أفراد الجمهور في البحث عن المعلومات⁽²⁴⁾. وبذلك ينطلق النموذج من أن التعرض الانتقائي لأفراد الجمهور يجعلهم يختارون المعلومات التي تدعم اتجاهاتهم⁽²⁵⁾، حيث يوجد العديد من العوامل التي تؤثر في اختيار أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية التي يتعرض لها، واستخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع أو قضية أو حدث محدد⁽²⁶⁾.

وحدد "هايلد جارد" ست مراحل لعملية التماس المعلومات تتضمن⁽²⁷⁾:

1. البدء: تحديد الهدف من التماس المعلومات.
 2. الاختيار: مناقشة الأفراد لكيفية تقسيمهم لعملية التماس المعلومات والبدء في عملية البحث.
 3. الاستكشاف: الاعتماد على أسئلة البحث.
 4. الصياغة: بلورة طريقة عن المعلومات.
 5. الجمع: تجميع المعلومات التي تم الحصول عليها بعد البحث.
 6. العرض: استجابة الفرد بعد تعرضه للمعلومات وجمعها والتماسه للمعلومات.
- فالفرد يبدأ عملية البحث بدافع إحساس الشك للبحث عن المعلومات المرتبطة

بالحدث أو القضية بهدف القيام بمهمة معينة، فإذا نجح الفرد في هذا السياق يكون حدد الجانب الشخصي الصحيح الذى يسمح له بفهم المعلومات التي التمسها، ولا تركز هذه المراحل على مهام التماس المعلومات فقط⁽²⁸⁾، لكن على ما يحس به الفرد أثناء انغماسه في البحث عن المعلومات، ومن هنا تحتوى عملية التماس المعلومات الجوانب العاطفية والأفكار والتعبير ومزاج الفرد الملتمس للمعلومات⁽²⁹⁾.

ويتضمن البحث عن المعلومات البحث عن محتوى ذي معنى واسترجاعه والتعرف عليه وتطبيقه. قد يكون هذا البحث صريحاً أو ضمناً، سلوكاً قصدياً أو هادفاً للبحث عن المعلومات، وأحياناً أخرى يكون غير هادف أو عرضياً. وقد يتم احتواء المعلومات الناتجة أو رفضها، أو يتم نقل التجربة بأكملها إلى استنتاج منطقي أو يتم إجهاضها في منتصف الطريق، وقد يكون هناك مليون نتيجة محتملة أخرى. يُنظر إلى التماس المعلومات على أنه ممارسة معرفية، وتبادل اجتماعي وثقافي، وإستراتيجيات منفصلة مطبقة عند مواجهة عدم اليقين، وكشرط أساسي للإنسانية حيث يوجد جميع الأفراد⁽³⁰⁾ تنتهي بالرضا عن المعلومات كماً وكيفاً، ثم استخدامها للهدف المطلوب من الالتماس. وفيما يلي عرض لأهم هذه الخطوات⁽³¹⁾:

1. الاحتياجات المعلوماتية: ويتم التعبير عنها من خلال البحث عن المعلومات نتيجة لجهل الفرد بموضوع ما، أو نقص في المعرفة به، أو التأكد من معلومة ما تخصه، أو تعرض الفرد لمشكلة أو موقف ما يتطلب منه معلومات محددة، أو تنبؤه باحتمالية وقوع أزمة ما من الضروري اتخاذ اللازم نحوها.

2. المتطلبات المعلوماتية، وقد تستخدم أحياناً كمرادف للخطوة الأولى، إلا أن هذه الخطوة تحتوي على المواصفات المرغوبة لدى الفرد في وسيلة الالتماس.

3. التماس المعلومات: إن الحاجة للمعلومات تقود إلى اتخاذ قرارٍ لالتماسها من مصادرها المختلفة، ويتطلب الالتماس القيام بعدة أنشطة للبحث عن المعلومات المطلوبة، وتتمثل خطوات الالتماس في اختيار مصدر المعلومات ثم التماس المعلومات، وتقييم نتائج هذا الالتماس، وتقرير مدى الحاجة لمصدر معلوماتي آخر وصولاً لمرحلة الاكتفاء المعلوماتي.

4. استخدام المعلومات: وفيها يقوم الفرد باستخدام المعلومات التي حصل عليها، ونتيجة لهذا الاستخدام تتكون لديه عدة تأثيرات قد تكون معرفية بزيادة معلوماته؛ مما يمكنه من إدراك واستيعاب الموضوع، أو وجدانية بتوليد مشاعر أو أحاسيس محددة، أو سلوكية بقيامه أو تجنبه لسلوك معين.

تقوم وسائل الإعلام بتقديم المعلومات حول الأحداث الطارئة للجماهير المتلقي،

ولكن لكي يستطيع الجمهور أن يستقبل المعلومات والبيانات من تلك المصادر، يجب على وسائل الإعلام مراعاة خصائص المعلومات، على النحو التالي⁽²³⁾:

- **الدقة:** وتُعرف بأنها نسبة المعلومات الصحيحة إلى مجموعة المعلومات المنتجة خلال فترة زمنية معينة.

- **التوقيت السليم:** تُقاس قيمة المعلومات بدرجة وصولها إلى المستفيدين ومتخذي القرارات في الوقت المناسب وبالسرعة الممكنة.

- **الجدوى الاقتصادية:** تُعد اقتصاديات المعلومات من الأمور المهمة عند مناقشة موضوع المعلومات، وتكون المعلومات اقتصادية إذا كانت قيمتها أكبر من كلفتها، أما إذا كان العكس، فتكون المعلومات غير اقتصادية.

- **الشمول:** ويعني احتواء المعلومات المتوفرة أو المنتجة للحقائق الأساسية التي يحتاجها المستفيدون أو متخذي القرار، ولا يعني هذا الأمر إغراق المستفيد أو متخذ القرار بمعلومات كثيرة يختار منها ما يحتاج؛ لأنه بذلك يضيع وقته ويقلل من قيمة المعلومات وفائدتها بالنسبة له، إن المطلوب في بعض الأحيان هو معلومات مختصرة (جداول ورسومات بيانية) وغيرها، توفر للمستفيد أو متخذ القرار إجابة سريعة ومكثفة في استفساره، أي أنه يجب أن ترافق خاصية الشمول خاصية أخرى مهمة، هي الإيجاز.

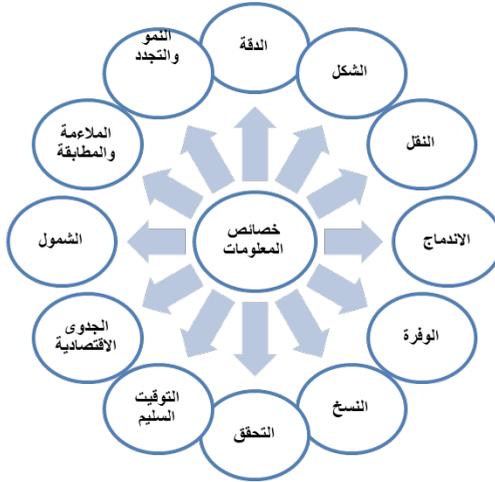
- **الملاءمة أو المطابقة:** تُعد ملاءمة المعلومات ومطابقتها لحاجات المستفيدين ومتخذي القرار العامل الرئيس في تحديد قيمة المعلومات الاقتصادية، فالمعلومات التي لا تلائم حاجات المستفيدين ومتخذي القرار تقترب قيمتها من الصفر، بل إن التكاليف التي أنفقت في تجميع المعلومات وتحليلها تُعتبر في هذه الحالة خسائر، وتزيد قيمة المعلومات المنتجة كلما زادت درجة اتساعها لحاجات المستفيدين ومتخذي القرارات⁽³³⁾.

- **النمو والتجدد:** تتميز المعلومات عن غيرها من السلع بأنها لا تفسد، بل على العكس من ذلك فإنها تنمو وتزيد وتتجدد نتيجة الاستعمال، فالمعلومات تولد وتنمو مع زيادة استهلاكها.

- **الشكل:** المعلومات ذات قدرة هائلة على السيولة وإعادة التشكل، فعلى سبيل المثال: يمكن تمثيل المعلومات نفسها في صورة قوائم أو أشكال (رسومات) بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة أو فيديو أو نص.

- **النقل:** المعلومات لها قابلية النقل عبر مسارات محددة (الانتقال الموجه)، والبث لمن يرغب من المستفيدين.

- **الاندماج:** المعلومات تتمتع بقدرة عالية على الاندماج بعناصر المعلومات؛ إذ يمكن بسهولة تكوين نص جديد من أفكار يتم استخلاصها من نصوص سابقة.
- **الوفرة:** تتسم صناعة المعلومات بالوفرة، فهي تنمو وتتجدد وتخضع لقوانين العرض والطلب.
- **النسخ:** يستطيع المتلقي نسخ ما يتلقاه من معلومات بوسائل يسيرة، ومن هنا ظهرت تشريعات الملكية الخاصة للمعلومات، أو ما يسمى بتشريعات الملكية الفكرية وقانون حق المؤلف وحقوق البث والنشر.
- **التحقق:** أي أن المعلومات المقدمّة قابلة للمراجعة والفحص والتحقق من درجة صحتها ودقتها⁽³⁴⁾.



شكل رقم (1) خصائص المعلومات

- وتقوم المعلومات بوظائف هامة عند إتاحتها لوسائل الإعلام والجمهور حول الأخبار والأحداث الطارئة والأزمات والكوارث، منها⁽³⁵⁾:
- إنقاذ الأرواح وتقليل الإصابات، إن معرفة الإجراءات الوقائية المناسبة التي يجب اتخاذها تمكن الناس من تقليل مخاطرتهم، مثل المعلومات التي أتاحتها الإعلام المصري حول الإجراءات الاحترازية والوقائية من فيروس كورونا كوفيد - 19.
 - حماية الممتلكات العامة والخاصة والبيئة، إن فهم كيفية تخفيف المخاطر على الممتلكات والبيئة قد يقلل من الأضرار التي تسببها الكوارث.

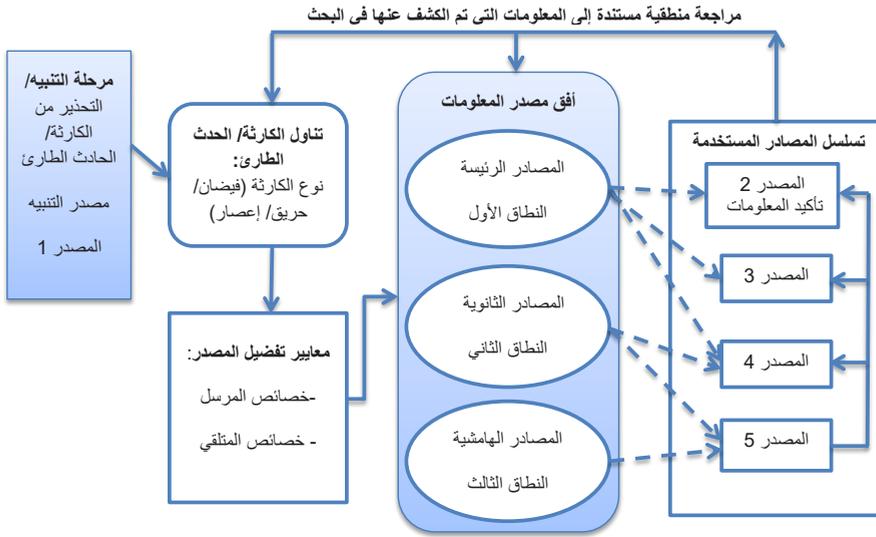
- **التثقيف وتغيير السلوك والمواقف**، من المرجح أن يستعد الجمهور المتعلم لحالات الطوارئ ويكون جاهزاً عند حدوثها.

- **التماس تعاون الجمهور**، سواء أكانت الحاجة للمتطوعين للمساعدة أو التعاون مع المحققين أو المقيمين لإخلاء منازلهم في حال الكوارث الجوية والفيضانات والسيول، على سبيل المثال، فإن المعلومات العامة هي أداة يمكن أن تساعد في تحقيق ذلك.

- **غرس ثقة الجمهور**، حيث يؤدي تقديم معلومات دقيقة وصحيحة ومفهومة من قبل وسائل الإعلام والمختصين إلى بناء الثقة في كفاءة إدارة الأحداث الطارئة.

- **توفير المعلومات لمساعدة العائلات على لم شملها**، وخاصة في الكوارث الطبيعية الكبيرة، حيث يمكن أن تساعد نشر معلومات عن أماكن الإيواء والخطوط الساخنة وسجلات الناجين والروابط الأخرى في لم شمل العائلات وتمكينها من المضي قدماً في تعافيتها.

هناك عوامل مؤثرة تتعلق بالوسيلة الإعلامية كمصدر رئيس للتماس المعلومات، فقد أشار الباحثان «دانودي وجريفين» Sharon Dunwoody & Robert Griffin⁽³⁶⁾ إلى ما يُعرف بسلوكيات التماس المعلومات من مصادر المعلومات **Information Seeking Behaviors**، وأنه يتم اختيار الوسيلة وفقاً لعدة عوامل تسمى **Channel Beliefs**، وهي عبارة عن خليط من الأساليب الإدراكية الفعالة لتقييم مصادر المعلومات، مثل: التكلفة المادية لتلقي الوسيلة، والمهارات المطلوبة لاستخدامها، والجهود المبذولة لتلقي المعلومة من خلالها، ودرجة تلبية الوسيلة للاحتياجات المعلوماتية لدى الفرد، ودوافع أو أهداف التماس المعلومات، وقيود الوقت ومحدوديته، والخبرة ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع، والاتصال الشخصي مع الآخرين، وطبيعة التخصص المهني، والأنشطة المصاحبة لسلوك الالتماس، والمتغيرات الديموغرافية كالعمر والنوع والتعليم، ومهارات الفرد وكفاءته، والقدرات اللغوية، وميل الأفراد للتعرض الانتقائي للمعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم، وعاطفة الفرد ومشاعره ومزاجه الشخصي عند التماس المعلومات، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل تأثير المتغيرات الثقافية، وذلك عند التماس جمهور دولة ما معلومات من مصادر دولة أخرى ذات ثقافة مختلفة، وتحتوي على متغيرات «السياق» بما له من أثر بالغ في توليد المعنى المراد من ثقافةٍ لأخرى، وتدفق المعلومات واتجاهاتها، ومكانة الدولة في سلم القوى، إذا ما كانت قائدة أو تابعة، وهل هي مُصدِّرة للمعلومات أم مستهلكة لها⁽³⁷⁾. ويوضح الشكل التالي نموذجاً مقترحاً حول التماس المعلومات عند حدوث كارثة أو أزمة طارئة:



شكل رقم (2) نموذج بربرة راين حول التماس المعلومات عند الكوارث والأزمات الطارئة⁽³⁸⁾.

بالإضافة إلى تأثير بنية وطبيعة المجتمع والمرحلة التي يمر بها - إذا ما كان في حالة استقرار أو تأزم للأوضاع- والبيئة التي تعمل فيها وسائل الإعلام، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما في تفضيل الأفراد لوسيلة معينة كمصدر للمعلومات⁽³⁹⁾، كما أثبتت الدراسات أنه كلما زادت حالة القلق وعدم الاستقرار في مجتمع ما، كلما زادت درجة التماس المعلومات عن الأحداث المختلفة لدى أفراد⁽⁴⁰⁾.

مدى الاستفادة من نموذج التماس المعلومات في تلك الدراسة:

تم الاعتماد على هذا النموذج لفهم تقييمات الجمهور والخبراء الإعلاميين لتغطية الإعلام المصري للأحداث الطارئة محل الدراسة في ضوء المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام المختلفة للمتلقين وقت وقوع الحادث الطارئ، وكيفية الاستفادة منها، مع بيان مدى دقتها ومصداقيتها، فإذا لم يتم مراعاة «خصائص المعلومات» - سبق الإشارة إليها- من قبل القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المصرية، فهذا سيؤدي بدوره إلى عزوف الجمهور عن متابعة تلك الوسائل، والتماس المعلومات من مصادر أخرى، ربما تكون معلومات «مضللة» أو «غير دقيقة».

تساؤلات الدراسة:

أ. التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية:

1. ما مدى متابعة الجمهور المصري للأحداث الطارئة محل الدراسة عبر وسائل الإعلام المصرية المختلفة؟
2. ما جنسية المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر في التماسه للمعلومات حول الأحداث الطارئة محل الدراسة؟
3. ما وسائل الإعلام المصرية التي يعتمد عليها الجمهور في التماسهم للمعلومات حول الأحداث الطارئة مقارنةً بباقي وسائل الإعلام الأخرى؟
4. ما أسباب اختيار الجمهور لتلك الوسائل تحديداً؟
5. كيف يقيّم الجمهور التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة محل الدراسة في الإعلام المصري؟
6. ما أوجه الاتفاق والاختلاف في تقييم الجمهور للتغطية الإعلامية للأحداث الطارئة محل الدراسة في تلك الوسائل خلال العامين 2019، و2020؟

ب. التساؤلات الخاصة بالمقابلات المتعمقة:

1. ما تقييم الخبراء الإعلاميين للأداء الحالي للإعلام المصري الرسمي والخاص في تغطية الأحداث الطارئة محل الدراسة خلال العامين 2019، و2020؟
2. ما أوجه المقارنة في تقييم الخبراء الإعلاميين للأداء الحالي للإعلام المصري الخاص في تغطية الأحداث الطارئة للفترتين؟
3. ما مدى نجاح الإعلام في تقديم المعلومات اللازمة للأحداث الطارئة محل الدراسة للجمهور وفقاً لرؤية الخبراء؟
4. ما مقترحات الخبراء الإعلاميين والقائمين بالاتصال في تطوير الأداء المستقبلي للإعلام المصري الرسمي والخاص تجاه تغطية الأحداث الطارئة الداخلية؟

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على الاستدلالات المنطقية والأساليب الإحصائية والرياضية بما يسمح بدراسة العلاقة بين المتغيرات. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الذي يسمح باستخلاص نتائج التساؤلات وتفسير العلاقة بين المتغيرات، وذلك عن طريق مسح عينة من الجمهور وخبراء الإعلام

المصري والقائمين بالاتصال؛ للتعرف على أهم مصادر معلوماتهم فيما يتعلق بأحداث الحادث الإرهابي بالدرب الأحمر، وحادثة حريق محطة مصر، وبداية انتشار فيروس كورونا في مصر، وسوء الأحوال الجوية والسيول، وتقييمهم للتغطية الإعلامية المصرية من حيث الموضوعية والدقة في عرض الأحداث وشمول التغطية وتجزئتها، ومدى التماس الجمهور للمعلومات الخاصة بتلك الأحداث من هذه الوسائل.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح بالعينة بشقه الكمي والكيفي من خلال تصميم استمارة استبيان للجمهور العام المتابع لوسائل الإعلام المصرية، وتصميم دليل لإجراء عددٍ من المقابلات المتعمقة مع خبراء الإعلام، يحتوي على عددٍ من المحاور التي تجيب عن تساؤلات الدراسة، وقد اشتمل الدليل على العديد من المحاور كالتالي:

- مدى تقييم الخبراء الإعلاميين والقائمين بالاتصال لمصداقية وسائل الإعلام المصرية وطريقتها في تقديم المعلومات.
- مدى توافر كوادرات إعلامية قادرة على تغطية الأحداث الطارئة باحترافية ومهنية.
- مدى إتاحة المعلومات وسرعتها ودقتها لحظة وقوع الحدث وأثناءه وبعده.
- نقاط القوة والضعف في تغطية وسائل الإعلام المصرية للأحداث الطارئة.
- طريقة تناول والطرح للأحداث الطارئة، حجم وكثافة وعمق وحداثة المعلومات المرتبطة بالحدث، الخلفية التفسيرية للأحداث، توقيت تناول، البساطة في العرض والشرح، وفرة المعلومات، وحدائتها.
- مدى رضا الخبراء الإعلاميين عن أداء الإعلام المصري في تغطيته للأحداث الطارئة على أجدنته.
- مقترحات الخبراء الإعلاميين لتطوير أداء الإعلام المصري فيما يخص تغطيته للأحداث الطارئة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بالأساس في الجمهور المصري العام الذي تابع الأحداث الطارئة محل الدراسة في وسائل الإعلام المختلفة، وتم تقسيم مجتمع الدراسة إلى عينة ممثلة على فترتين؛ العينة الأولى قوامها (104) مبحوثين متابعين للأحداث من أصل (120) مبحوثاً قاموا بملء الاستمارة، والعينة الثانية بإجمالي (105) مبحوثين

من أصل (120) مبحوثاً قاموا بملء الاستمارة، خلال فترتين زمنيتين متباعدتين، بإجمالي عدد (240) مبحوثاً، حيث تم استبعاد الاستمارات التي قام المبحوثون فيها باختيار «عدم متابعتهم للأحداث الطارئة محل الدراسة في فترات الدراسة المختلفة»، بإجمالي (16) مبحوثاً عن الفترة الأولى، و(15) مبحوثاً عن الفترة الثانية.

وقد اعتمدت الدراسة الحالية على إجراء مقابلة فردية متعمقة مع مجموعة من خبراء الإعلام والقائمين بالاتصال يمثلون وسائل إعلام مختلفة (مرئية ومسموعة ومطبوعة وإلكترونية)، قوامها (23) خبيراً كعينة متاحة على مدار فترتين متباعدتين أيضاً، حيث تم سؤال 10 خبراء خلال الفترة الأولى من الدراسة حول حادثي الدرب الأحمر وحريق قطار رمسيس خلال العام 2019، والفترة الثانية، وتم سؤال 13 خبيراً حول أحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول عام 2020 الجاري. وتم تسجيل أغلب المقابلات صوتياً وبعضها تليفونياً، وأخرى تمت وجهاً لوجه، ثم تفرغها كتابياً تمهيداً لتحليلها.

وحول أسباب اختيار الأربعة أحداث الطارئة عينة الدراسة:

تُعد تلك الأحداث الأبرز والأهم التي وقعت خلال شهر فبراير حتى أبريل من العامين 2019 و2020، والتي جذبت انتباه وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية والرأي العام المحلي، وتبارت تلك الوسائل في نقل تلك الأحداث، كلٌّ وفق سياسته التحريرية وأجندته الإعلامية، وكل حادثة منها تدرج تحت تصنيف مختلف، سواء أكانت قضايا أمنية أم اجتماعية أم صحية أم بيئية، حيث إن «أحداث الدرب الأحمر» تنتمي لقضايا الإرهاب والأمن القومي، و «حادثة حريق محطة مصر» تدرج تحت بند القضايا الاجتماعية والفساد والإهمال، و «بداية انشار فيروس كورونا في مصر» حادث صحي وله تداعيات اقتصادية كبيرة، وأخيراً «سوء الأحوال الجوية والسيول المدمرة»، وتنتمي للقضايا البيئية، وهي قضايا متنوعة يمكن من خلالها أن نستشف كيف يتعامل الإعلام المصري بمختلف أنواعه (مرئي، مسموع، مقروء، إلكتروني) مع تلك الأحداث وفقاً للفئة التي ينتمي إليها، ومدى توافر المعلومات المطلوبة لتغطية الحدث، ومدى استفادة الجمهور المتلقي لتلك المعلومات.

أدوات جمع البيانات:

الاستقصاء؛ وهو أحد أدوات جمع البيانات التي تستند الدراسة عليها في الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار موضوع الدراسة، وقد تم تطبيقه بمستوييه؛ الاستقصاء بالمقابلة والاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات المتعلقة بالجمهور العام. ونظرًا لأن موضوع الدراسة يقيس تقييم الجمهور نحو التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة في الإعلام المصري بمجموع 4 أحداث، وفي فترتين زمنيتين مختلفتين، فقد تم تصميم استمارتي استقصاء تقيس كل منهما تقييم العينة نحو التغطية الإعلامية لقضيتين في فترة زمنية محددة خلال العامين 2019 و2020، بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع عدد من خبراء الإعلام المصريين القائمين بالاتصال بالتوازي مع نفس الفترتين.

الإطار الزمني للدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى فترتين زمنيتين كالتالي:

- **الفترة الأولى:** إجراء الدراسة الميدانية والمقابلات المتعمقة الأولى، من 1 مارس حتى 30 أبريل 2019، والتي تضمنت أحداث محطة مصر والحادث الإرهابي بالدرب الأحمر.

- **الفترة الثانية:** إجراء الدراسة الميدانية والمقابلات المتعمقة الثانية، من 1 مارس حتى 30 أبريل 2020، والتي تضمنت أحداث بداية انتشار فيروس كورونا في مصر وسوء الأحوال الجوية والسيول.

أسلوب تحليل البيانات:

تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة الميدانية. وقد تم استخدام معاملات إحصائية للحصول على التكرارات البسيطة والنسب المئوية الخاصة بأسئلة الاستمارة. أما دراسة القائم بالاتصال فتم التفريغ اليدوي لبيانات المقابلات المتعمقة لتحليلها كميًا.

إجراءات الصدق والثبات:

تم عرض استمارتي الدراسة ودليل المقابلة المتعمقة على عددٍ من أساتذة الإعلام والاتصال والعلوم السياسية للتأكد من قياسهما لمتغيرات الدراسة وتعديل الاستمارات وفقًا لمقترحاتهم⁽⁴¹⁾.

ولتحقيق الثبات للاستمارة الأولى الخاصة بتغطية أحداث الحادث الإرهابي بالدرب الأحمر وحادث حريق محطة مصر، تم إجراء أسلوب إعادة الاختبار على عينة فرعية بلغت 10 مبحوثين بشكل عشوائي، كما تم إجراء أسلوب إعادة الاختبار للاستمارة الثانية على عينة فرعية من 10 مبحوثين آخرين، وكانت الفترة الزمنية بين التطبيق وإعادة مدتها عشرة أيام لكلٍ منهما خلال فترات زمنية متباعدة لكل استمارة، حيث طبقت الاستمارة الأولى خلال مطلع العام 2019، والثانية خلال مطلع العام 2020، وكانت نسبة الاتفاق بالنسبة للاستمارة الأولى ما يقرب من 95 %، بينما كانت 97 % بالنسبة للاستمارة الثانية، ويلاحظ أن نسبة الاتفاق فيما يخص الاستمارة الأولى كانت أقل؛ لطبيعة الأحداث في الفترة الثانية التي استمر تأثيرها لفترة كبيرة، وخصوصاً أزمة كورونا، وتعد النسبتان مقبولتين بالنسبة للاستمارتين عند مراعاة أنه خلال فترة العشرة أيام يتعرض المبحوثون لتغطية إعلامية قد تدعم أو تغير من اتجاهاتهم نحو التغطية الإعلامية.

المصطلحات الإجرائية للدراسة:

● **الأحداث الداخلية الطارئة:** يُقصد بها في الدراسة الأحداث التي طرأت على الأجندة الإعلامية للمؤسسات الإعلامية المصرية المختلفة بشكل مفاجئ، وهي أحداث تم المجتمع المحلي وتؤثر في أفرادها بشكل كبير، مثل الأحداث الإرهابية، والكوارث الطبيعية، وانتشار الأوبئة، وقضايا الإهمال والفساد التي تتسبب في حوادث وخسائر في الأرواح والممتلكات. ونتيجة لنقص المعلومات حول تلك الأحداث كونها حدثت بشكل مفاجئ، تحاول وسائل الإعلام بذل الجهود لتغطية تلك الأحداث؛ لتوفير البيانات والمعلومات والتحليلات الخاصة بتلك الأحداث وفقاً لجنسيتها، وسياستها التحريرية وأجندتها الإعلامية.

● **حادث الدرب الأحمر:** هو الحادث الإرهابي الذي وقع بمنطقة الدرب الأحمر بمحافظة القاهرة يوم 18 فبراير 2019، وأسفر عن سقوط 3 شهداء، وعدد من المصابين من رجال الشرطة والمواطنين، فضلاً عن الانتحاري الذي فجر نفسه.

● **حادث حريق محطة مصر:** الذي وقع في 27 فبراير 2019، والذي جاء نتيجة اصطدام جرار القطار بسرعته برصيف المحطة وانفجار تانك السولار بالجرار وحدوث حريق، نتج عنه مصابون ووفيات بين الركاب الذين كانوا على رصيف المحطة.

انتشار فيروس كورونا المستجد: في أواخر فبراير وأوائل مارس 2020، تم الإبلاغ عن العديد من حالات الإصابة بفيروس كورونا، والمعروف علمياً باسم كوفيد-19،

مرتبطة بالسفر إلى مصر، بما في ذلك حالتان في الولايات المتحدة، ومع انتشار حصيلة أعداد المصابين والوفيات في مصر، قامت الحكومة باتخاذ التدابير اللازمة والوقائية للحد من انتشار الفيروس ومنع الأزمة من التفاقم بالتعاون مع وسائل الإعلام المصرية والجهات المعنية، وبدأ الإعلام المصري في تسليط الضوء على مستجدات الأحداث الخاصة بهذا المرض، كونه أيضاً يحتل مساحة متفردة على أجندة الإعلام الدولي باعتباره «جائحة» تهدد أمن البلاد وصحة المواطنين.

سوء الأحوال الجوية والسيول: تعرضت مصر لموجة طقس سيئ وسيول كثيفة استمرت من أواخر شهر فبراير حتى منتصف شهر مارس 2020، ولم يسبق أن شهدت البلاد مثله، والتي أدت لشلل تام بشوارع مصر، وتوقف الحركة المرورية، وبعض الضحايا من المواطنين في الأرواح، وتلف الممتلكات العامة والخاصة.

نتائج الدراسة:

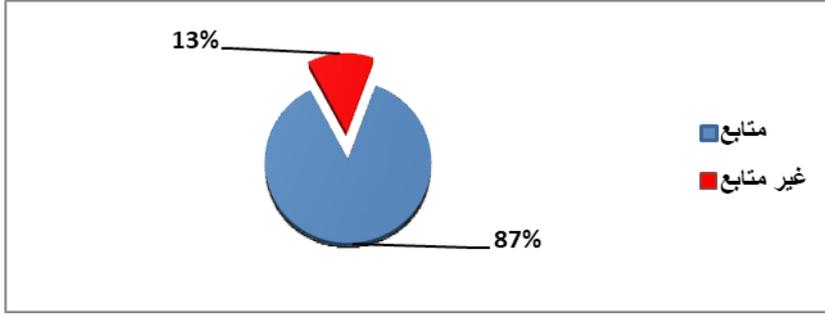
تم تقسيم نتائج الدراسة على النحو التالي:

- أولاً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بتقييم التغطية الإعلامية بأحداث الحوادث الإرهابي بالدرب الأحمر وحادثه حريق محطة مصر عام 2019.
- ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بتقييم التغطية الإعلامية لأحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول عام 2020.
- ثالثاً: نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء الإعلاميين بخصوص تقييم التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة في الفترتين الأولى والثانية محل الدراسة.
- رابعاً: المناقشة العامة والخاتمة.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بتقييم التغطية الإعلامية بأحداث حادثة الدرب الأحمر وحريق محطة مصر عام 2019:

تم تصميم استمارة بحثية لسؤال عينة من الجمهور المصري عن الأداء الإعلامي المصري فيما يخص تغطية أحداث الدرب الأحمر وحادثه حريق محطة مصر، وجاءت نسبة الاستجابة (120) مبحوثاً في الفئة العمرية من 21 حتى 70 عاماً، في الفترة الزمنية من 1 مارس حتى 30 أبريل 2019. وحول أبرز النتائج:

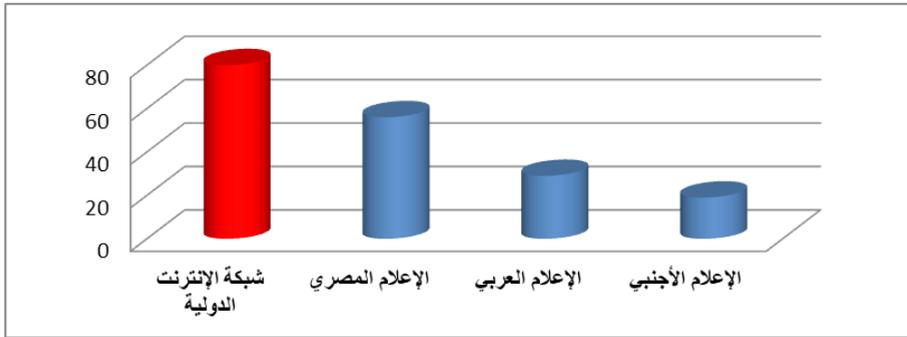
1. مدى متابعة التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة وفقاً للفترة الأولى من الدراسة التي تناولت الحادث الإرهابي بالدرب الأحمر وحريق محطة قطار مصر:



شكل رقم (3) مدى متابعة الجمهور لحادثي الرب الأحمر ومحطة قطار مصر بوسائل الإعلام

يوضح الشكل السابق أن 87% من العينة قد تابعوا التغطية الإعلامية التي حدثت خلال شهر مارس عام 2019، بإجمالي (104) مبحوثين من أصل 120. وهي نسبة مرتفعة تدل على أهمية الحادثين، وحاجة الجمهور للتماس المعلومات حولهما فور حدوثهما.

2. طبيعة وسائل الإعلام التي تابعها المبحوثون في التماسهم للمعلومات حول الأحداث الطارئة محل الدراسة وفقاً للفترة الأولى من الدراسة:

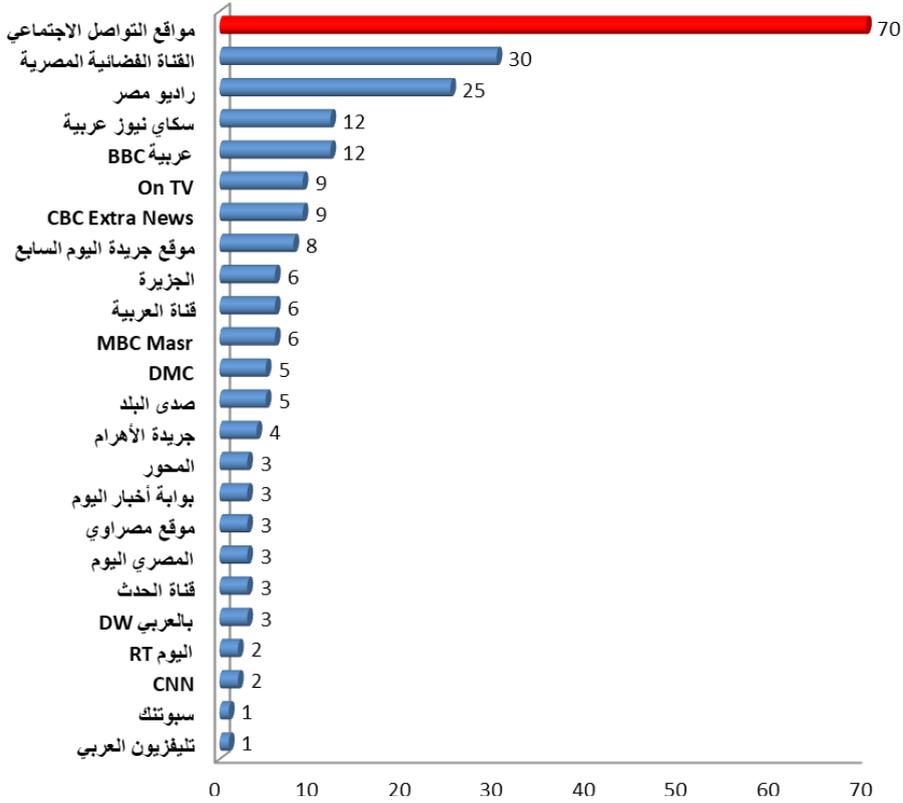


شكل رقم (4) وسائل الإعلام التي تمت متابعتها حول الأحداث الطارئة في الفترة الأولى محل الدراسة

أوضحت النتائج أن شبكة الإنترنت الدولية جاءت في المرتبة الأولى فيما

يخص طبيعة وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الجمهور محل الدراسة في التماسه للمعلومات حول أحداث الدراسة في الفترة الأولى، وبلغ عدد التكرارات (80 ك)، بواقع (76.9 %) من عينة الدراسة، بينما جاء في المرتبة الثانية وسائل الإعلام المصرية بواقع (56 ك)، بنسبة (53.8 %)، وهي نسبة كبيرة مقارنة بوسائل «الإعلام العربية» التي جاءت في المرتبة الثالثة بإجمالي (29 ك)، بنسبة (27.8 %)، بينما جاءت وسائل «الإعلام الأجنبية» في المرتبة الأخيرة، بإجمالي (19 ك)، بنسبة (18.2 %). وتدلل تلك النتيجة على أن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال وانتشار قواعد البيانات عبر شبكات المعلومات مثل شبكة الإنترنت، أدى إلى تدفق سريع للأخبار والمعلومات وما تنطوي عليه من معلومات كثيرة عن الأحداث قبل بلوغها وسائل الإعلام؛ مما يدفع الجمهور لمتابعها بشكل كبير، أما فيما يخص متابعة وسائل الإعلام المصرية، فعلى الرغم من تراجعها لدى الجماهير كثيراً، إلا أنها المصدر الأول في الحصول على المعلومات والأخبار حول الأحداث محل الدراسة مقارنة بوسائل إعلام عربية أو أجنبية، وثقة الجماهير المصرية في وسائل الإعلام المصرية يمكن استعادتها إذا توافرت إرادة حقيقية في تطوير الأداء الإعلامي بما يخدم مصلحة الجمهور والمجتمع المصري.

3. أبرز الوسائل التي تم متابعتها من قبل الجمهور محل الدراسة في تغطيتها للحادثين في الفترة الأولى:



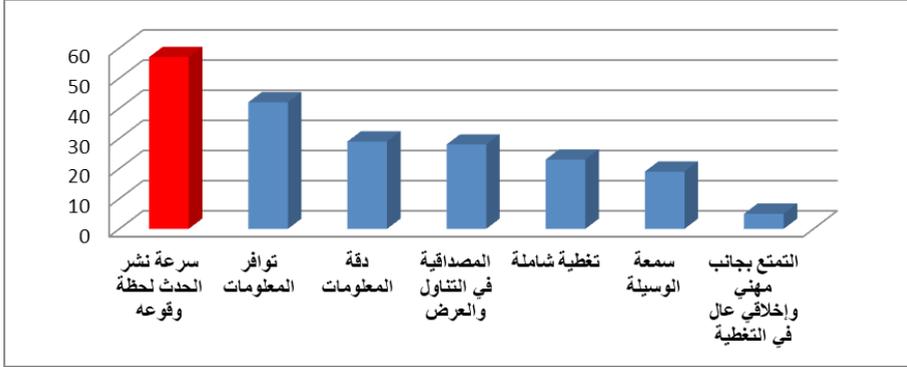
شكل رقم (5) أسماء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة التي تابعها المبحوثون حول الحادثين خلال الفترة الأولى

يوضح الشكل السابق أبرز وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الجمهور عينة الدراسة في متابعة حادثي الدرب الأحمر ومحطة قطار مصر، حيث جاءت في المرتبة الأولى «مواقع التواصل الاجتماعي»، متضمنة الفيسبوك والتويت و اليوتيوب بنسبة (67.3%)، أي أن وسائل الإعلام الجديدة تصدرت المشهد الإعلامي فيما يخص تغطية أحداث تفجير الدرب الأحمر وحريق محطة قطار مصر برمسيس؛ نظرًا لسرعة تلك الوسائل في نقل الحدث، وهو ما اتفقت نتائجه مع دراسة أحمد فاروق رضوان (2012)⁽⁴²⁾ التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويت facebook, twitter

جاءت في مقدمة المواقع التي تم الاعتماد عليها لمتابعة أحداث الثورة 2011 في مصر. وإن كان هنا مشكلة كبيرة في طبيعة المعلومات عبر تلك الوسائل، مما يدخلنا في معضلة نشر الأخبار الكاذبة والترويج لها، بينما جاء في المرتبة الثانية «القناة الفضائية المصرية»، بنسبة (28.8%)، يليها في المرتبة الثالثة «راديو مصر» بنسبة بلغت (24%)، وهما وسيلتان إعلاميتان مصريتان (رسميتان)، وقد يرجع سبب ذلك لطبيعة الحدث، باعتباره حدثاً محلياً بحثاً، وقضية حاسة الجمهور إلى سماع أخبار من مصادر رسمية تلافياً لأية أخبار مغلوطة جاءت متفقة مع نتائج دراسة أنجليس مورينو وآخرين (2020)⁽⁴³⁾ حيث أشاروا إلى أن النشرات الإخبارية قد جاءت في مقدمة المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات في وسائل الإعلام، حيث إن 70% من سكان إسبانيا تابعوا أخبار الفيروس التاجي كورونا مرة واحدة على الأقل يومياً أو عدة مرات في اليوم، وكذلك نتيجة دراسة يوسف عبد الله البيدان (2013)⁽⁴⁴⁾ فاحتل كل من تلفزيون الكويت الرسمي وإذاعة الكويت الرسمية أعلى متوسطات الاعتمادية من قبل الإعلاميين من عينة الدراسة في الحصول على المعلومات.

وتلك النتيجة الخاصة بالدراسة الحالية تبعث على التفاؤل أيضاً؛ لأن هذا يشجع صناع القرار المصريين والمعنيين بالمشهد الإعلامي في تزويد وسائل الإعلام الرسمية بالمعلومات حال توفرها، حتى لا يلجأ المشاهد أو المستمع لالتماس المعلومات من وسائل إعلامية أخرى قد تقدم تغطية متحيزة، أو تثير الارتباك بمعلومات زائفة، كما يحدث من وسائل الإعلام المعادية لمصر، بينما جاء في المرتبة الرابعة من حيث المتابعة قنوات «سكاي نيوز العربية»، وقناة BBC العربية، بنسبة (11.5%) لكل منهما، وهما قنواتان تتميزان بالأداء الإعلامي المحترف والمتوازن إلى حد كبير، ولهما ثقل لدى كثير من الجماهير المتابعة لوسائل الإعلام العربية والأجنبية، بينما جاء في المرتبة الخامسة قنوات «أون تي في» و«إكسترا نيوز» المصريتان (الخاصتان) بنسبة (8.7%) لكل منهما. بينما جاء في المرتبة الأخيرة مجموعة من القنوات الإخبارية الأجنبية وقناة التلفزيون العربي المعادية للدولة المصرية.

4. ما أسباب اختيار الجمهور لتلك الوسائل تحديداً؟



شكل رقم (6) أسباب اختيار وسائل الإعلام السابق ذكرها خلال الفترة الأولى من الدراسة

يوضح هذا الشكل أن أهم الأسباب التي تدفع الباحثين لاختيار الوسائل السابق ذكرها في شكل رقم (3)، لمتابعة الأحداث الطارئة، هي «سرعة نشر الحدث لحظة وقوعه»، وذلك بواقع (57 ك)، بنسبة (28.1%)، يليها «توافر المعلومات» بتكرار بلغ (42) بنسبة (21%)، ثم «دقة المعلومات» و«المصدقية في تناول والعرض»، بتكرار (29) و(28) بنسبة (14.2%) و(13.8%) على التوالي، ويأتي «التمتع بجانب مهني وأخلاقي عال في التغطية» في المرتبة الأخيرة في أولوية اختيار الجمهور للوسيلة» بواقع (5 ك) بنسبة (2.5)%. ويمكن استخلاص ما يلي من تلك النتيجة:

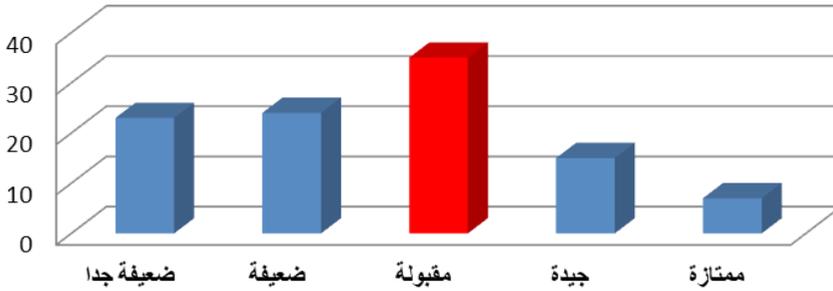
- يلتمس الجمهور المعلومات دائماً من وسائل الإعلام التي تتيح له الخبر فور وقوعه، وتشبع احتياجاته وفضوله لمعرفة ما الذي يجري حوله، وخاصة فيما يتعلق بالأمور والأحداث الطارئة، أي السبق الإعلامي، وسرعة وجود طاقم العمل بتلك الوسائل لتقديم تغطية الأحداث لحظة بلحظة.

- يُعد توافر المعلومات ودقتها من الأمور التي يهتم بها الجمهور بشكل كبير، فلا يهم السبق هنا إذا لم تتوفر معلومات دقيقة حول الأحداث الجارية، مثل العدد الدقيق للوفيات، وكيف تم الحادث، ومن المسؤول عنه، وما هي الإحصاءات المتوفرة من مصادر موثوقة أو رسمية، فالمعلومات هي الأساس، والجمهور عندما يفتقد للمعلومات يقوم باللجوء لوسائل إعلامية أخرى، والعزوف عن متابعة وسائل الإعلام المحلية

والرسمية لقلّة المعلومات.

● لا يهتم الجمهور المصري كثيراً في حال متابعة الأحداث الطارئة أو الأحداث الإرهابية، بتقييم الجانب المهني والأخلاقي في التغطية للوسائل التي يختارها، فيتقبل على سبيل المثال مشاهدة لقطات دموية، أو صور لضحايا حادث، ما دام هناك سبق إعلامي تحقق، وهو الأمر الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت دون مراعاة للقيم المهنية والأخلاقية في تقديم الأخبار.

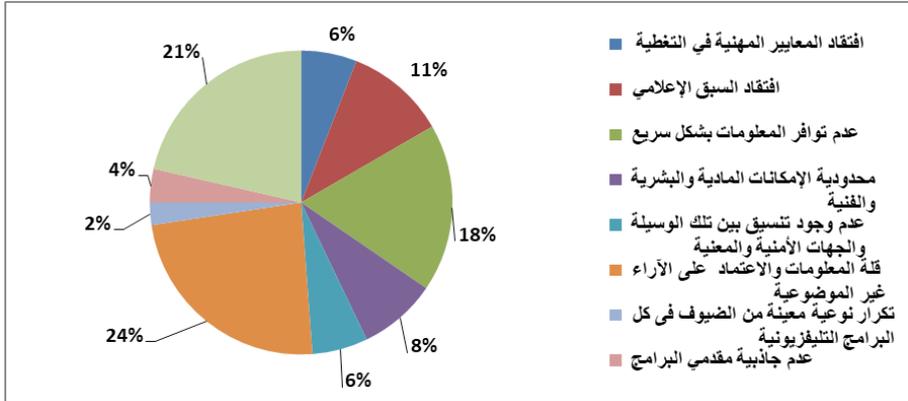
5. تقييم عينة الدراسة لوسائل الإعلام المصرية في تغطية الحادثن محل الدراسة خلال الفترة الأولى من الدراسة:



شكل رقم (7) تقييم المبحوثين لتغطية الإعلام المصري لحادثي الدرب الأحمر ومحطة مصر

تم عمل مقياس خماسي لمعرفة تقييمات الجمهور المصري محل الدراسة لطبيعة تغطية الإعلام المصري للأحداث الطارئة؛ كحادث تفجير الدرب الأحمر الإرهابي، وحريق محطة مصر، ويتدرج المقياس ما بين ضعيف جداً، وضعيف، ومقبول، وجيد، وممتاز. ورأى حوالي 35 مبحوثاً بنسبة (33.7%) من العينة أن تقييم التغطية جاء «مقبولاً»، في المرتبة الأولى، بينما جاء في المرتبة الثانية والثالثة أن التقييم كان «ضعيفاً»، و «ضعيفاً جداً» بواقع 24، و 23 مبحوثاً بنسبة (23.1%)، و(22.1%) على التوالي، أي أن النسبة الغالبة لتقييم التغطية «سلبية»، وأنه على الرغم من اتجاه الجمهور عينة الدراسة لاستخدام وسائل الإعلام المصرية في متابعة الأحداث الطارئة باعتبارها مصدرًا موثوقًا للمعلومات لدى النسبة الأكبر كان إيجابياً، إلا أنه افتقد لمعايير المهنية، والسبق الإعلامي، وتوافر المعلومات بشكل سريع، مع

محدودية الإمكانيات المادية والبشرية والفنية لأغلب وسائل الإعلام، وعدم وجود تنسيق بين تلك الوسيلة والجهات الأمنية والمعنية، وربما أيضاً قلة المعلومات في أغلب البرامج واعتماد معظمها على الآراء غير الموضوعية، وتكرار نوعية معينة من الضيوف في كل البرامج، أو عدم جاذبية مقدمي البرامج، وهو الأمر الذي يجعل الجمهور يعزف عن المتابعة، والذهاب لمشاهدة أو الاستماع لوسائل إعلام عربية أو أجنبية أو حتى الولوج لشبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومشاهدة تغطيات متميزة، ربما ليس وقت وقع الحدث، ولكن أيضاً متابعة الحدث حتى الوصول إلى كافة المعلومات، ومعرفة كافة الجوانب الخاصة بتلك الأحداث. بينما رأى (14.4%) من العينة أن الأداء جاء «جيداً»، و(6.7%) رأوا أن الأداء «ممتاز»، وإن كانت النسبة الأقل.



شكل رقم (8) أسباب التقييم السلبي للجمهور عينة الدراسة لتغطية الإعلام لأحداث الدراسة في الفترة الأولى

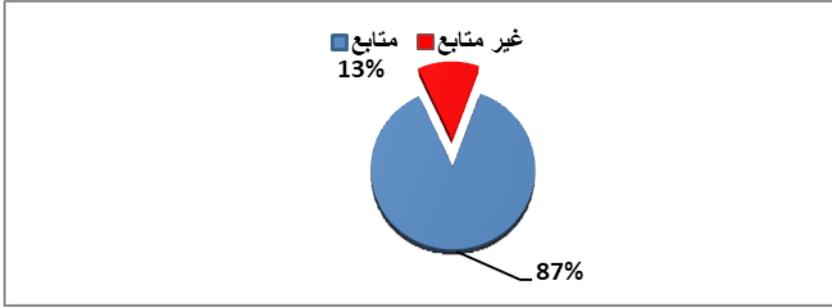
ويوضح الشكل السابق أسباب اختيار الجمهور عينة الدراسة لضعف تقييم وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة في الفترة الأولى من الدراسة، التي جاءت أبرزها "قلة المعلومات والاعتماد على الآراء غير الموضوعية"، ويُلها "منافسة وسائل التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية لصالح الأولى".

ثانيًا: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالتغطية الإعلامية لأحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول عام 2020:

تم تصميم استمارة بحثية لسؤال عينة من الجمهور المصري عن الأداء الإعلامي المصري فيما يخص تغطية أحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول في مصر، وجاءت نسبة الاستجابة (105) مبحوثين من أصل (120)، في الفئة العمرية من 18 حتى 69 عامًا، في الفترة الزمنية من 1 مارس-30 أبريل 2020.

وعن أبرز النتائج:

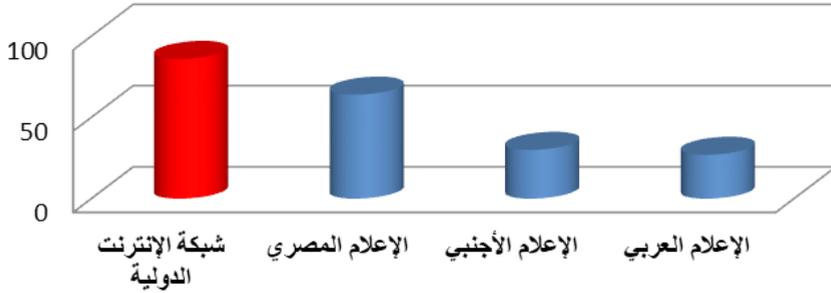
1. مدى متابعة التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة وفقًا للفترة الثانية من الدراسة التي تناولت انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول:



شكل رقم (9) مدى متابعة أحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول بوسائل الإعلام

يوضح الشكل السابق أن 87% من العينة قد تابعت التغطية الإعلامية التي حدثت أوائل العام 2020، بإجمالي (105) مبحوثين من أصل 120. وهي نسبة مرتفعة تدل على أهمية الحادثين، كما هو الحال في الفترة الأولى من الدراسة. وتدلل هذه النتيجة على أن الأحداث الأربعة محل الدراسة على قدر كبير من الأهمية لدى الجمهور المصري، وحاجتهم للتماس المعلومات حولهم من المصادر المختلفة.

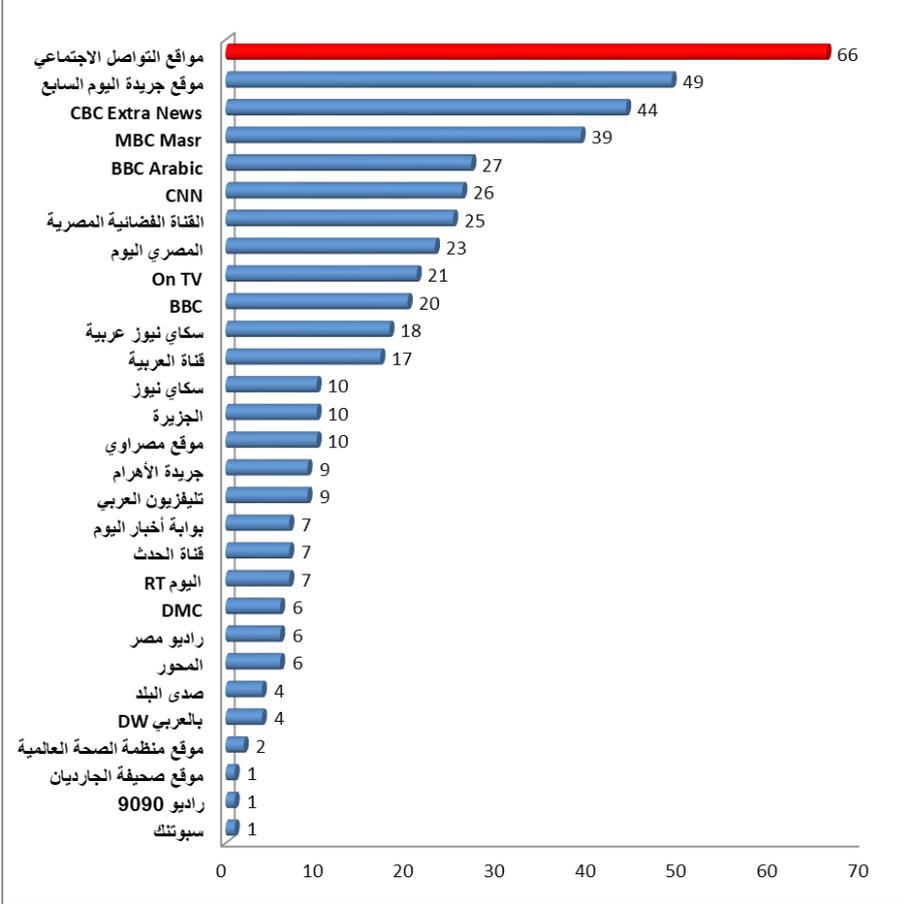
2. طبيعة وسائل الإعلام التي تابعها المبحوثون في التماسهم للمعلومات حول الأحداث الطارئة محل الدراسة وفقاً للفترة الثانية من الدراسة:



شكل رقم (10) وسائل الإعلام التي تم متابعتها حول الأحداث الطارئة في الفترة الثانية من الدراسة

حيث جاءت شبكة الإنترنت الدولية في المرتبة الأولى، عدد التكرارات (86 ك)، بواقع (82.7%) من عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية وسائل الإعلام المصرية بواقع (64 ك)، بنسبة (61.5%)، وجاءت وسائل «الإعلام الأجنبية» في المرتبة الثالثة بإجمالي (30 ك)، بنسبة (28.8%)، بينما جاءت وسائل «الإعلام العربية» في المرتبة الأخيرة، بإجمالي (27 ك)، بنسبة (26%). وهي نفس نتيجة الفترة الأولى، مع اختلاف اعتماد الجمهور على «وسائل الإعلام الأجنبية»، في مقابل «وسائل الإعلام العربية»، وقد يرجع ذلك لطبيعة حدث انتشار فيروس «كورونا» باعتباره جائحة عالمية، وتركز انتشار المرض في الدول الأوروبية بشكل كبير، وبالتالي انتشار المعلومات بشكر كبير خلال وسائل الإعلام الأجنبية.

3. أبرز الوسائل التي تم متابعتها من قبل الجمهور محل الدراسة في تغطيتها للحادثين في الفترة الثانية:

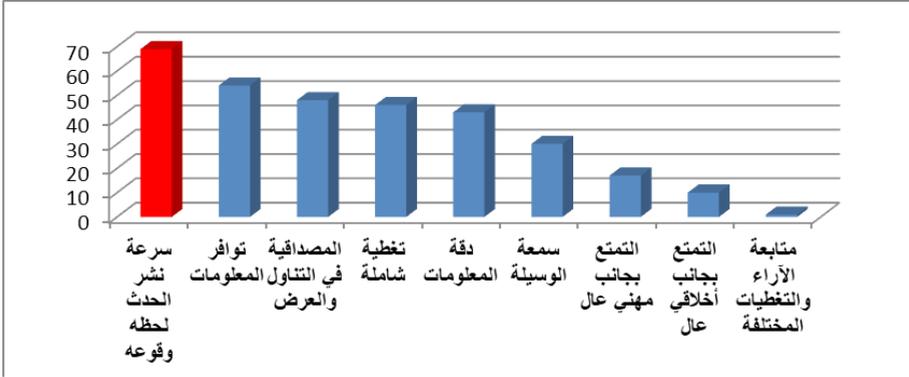


شكل رقم (11) وسائل الإعلام التقليدية والجديدة التي تابعها المبحوثون حول كورونا وأحوال الطقس خلال الفترة الثانية من الدراسة

يوضح الشكل السابق أبرز وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الجمهور عينة الدراسة في متابعة أحداث انتشار فيروس كورونا في مصر وأحداث الطقس السيئ والسيول، حيث جاء في المرتبة الأولى «مواقع التواصل الاجتماعي»، متضمنة الفيسبوك والتويتر بإجمالي تكرار (66)، بنسبة (62.9%) من إجمالي عينة الدراسة، أي أن وسائل الإعلام الجديدة تصدرت المشهد الإعلامي مرة أخرى في الفترة الثانية من

الدراسة، فيما يخص تغطية انتشار فيروس كورونا المستجد في مصر وسوء أحوال الطقس والسيول، ويرجع ذلك لنفس الأسباب السابق ذكرها في قدرة تلك الوسائل على التواصل مع الجمهور الذي يلتبس المعلومات حول الأحداث التي تهمه في يسر وسهولة بالإضافة للتفاعلية، وهو الأمر الذي توفره وسائل التواصل الاجتماعي، بينما جاء في **المرتبة الثانية بشكل مغاير للفترة الأولى** «موقع جريدة اليوم السابع»، بنسبة (46.9%)، يليها في **المرتبة الثالثة** «قناة CBC Extra News» بنسبة بلغت (41.9%)، وهما وسيلتان إعلاميتان مصريتان (خاصتان)، وبالتالي في الفترة الثانية تصدر الإعلام الخاص المشهد وتراجع التماس الجمهور المعلومات من الإعلام الرسمي، وجاءت «القناة الفضائية المصرية» في المرتبة السابعة، بعد أن كانت تحتل المركز الثاني في فترة الدراسة الأولى، وهو ما جاء متفقاً مع نتائج دراسة محمد عبد العزيز طه (2012)⁽⁵⁴⁾ التي أكدت أن المبحوثين فضلوا القنوات الإخبارية العربية كأهم مصادر المعلومات التي اعتمدوا عليها (أثناء) ثورة 25 يناير، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة، فالصحف الخاصة، فالتلفزيون المصري، وتراجعت الصحافة القومية إلى آخر الترتيب بين الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثون في استقاء معلوماتهم خلال فترة الثورة من 25 يناير حتى 11 فبراير 2011. ويتضح من تلك النتائج زيادة نسبة اعتماد الطلاب على القنوات الإخبارية العربية، وهو ما برره القائمون بالاتصال بكون تلك القنوات كانت تتيح هامشاً أوسع لنقد سياسات النظام السابق وارتفاع مستوى الأداء المهني في كثير منها.

4. ما أسباب اختيار الجمهور لتلك الوسائل تحديداً؟



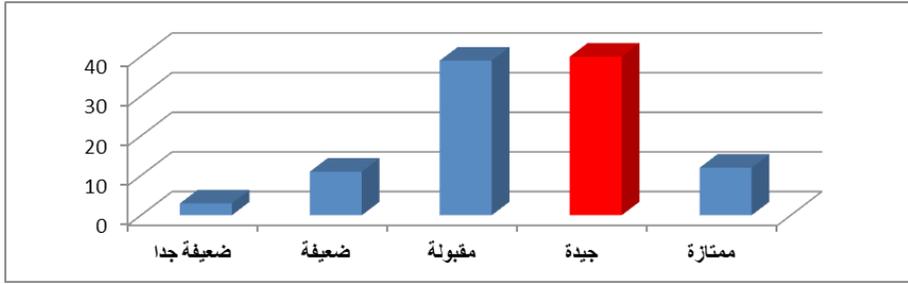
شكل رقم (12) أسباب اختيار الجمهور محل الدراسة لوسائل الإعلام السابق ذكرها

يوضح هذا الشكل أن أهم الأسباب التي تدفع المحوثين لاختيار الوسائل السابق ذكرها في شكل رقم (11)، لمتابعة الأحداث الطارئة للفترة الثانية، هي «سرعة نشر الحدث لحظة وقوعه»، وذلك بواقع (69 ك)، بنسبة (21.7%)، يليها «توافر المعلومات» بتكرار بلغ (54) بنسبة (17%)، ثم «المصدقية في التناول والعرض» بتكرار بلغ (48) بنسبة (15.1%) و«تغطية شاملة»، بتكرار بلغ (46) بنسبة (14.5%)، ويأتي «متابعة الآراء والتغطيات المختلفة» في المرتبة الأخيرة في أولوية اختيار الجمهور للوسيلة، بواقع (1 ك) بنسبة (0.3%). ويمكن استخلاص ما يلي من تلك النتيجة:

- تتفق نتائج الدراسة في الفترة الثانية مع الفترة الأولى، في أن الجمهور يلتمس المعلومات دائماً من وسائل الإعلام التي تتيح له الخبر فور وقوعه، وتشبع احتياجاته وفضوله لمعرفة ما الذي يجري حوله، وخاصة فيما يتعلق بالأمور والأحداث الطارئة، والبيانات والمعلومات يمكن أن تحافظ على سلامة المواطنين وصحتهم وممتلكاتهم، فيما يخص أحداث انتشار فيروس كورونا في مصر وسوء الأحوال الجوية.
- يعد توافر المعلومات ومصدقيتها، خصوصاً عندما تتعلق بالصحة العامة للمواطنين، من الأمور الهامة، فلا يهم السابق هنا بقدر توافر معلومات دقيقة تتمتع بالمصدقية، مثل: توافر الإحصاءات الدقيقة عن عدد المصابين والمتوفين بفيروس كورونا، ونشرات هيئة الأرصاد الجوية، وكذلك تصريحات رئيس الوزراء فيما يخص

الإجراءات الحكومية لمكافحة تداعيات كورونا على المجتمع المصري.

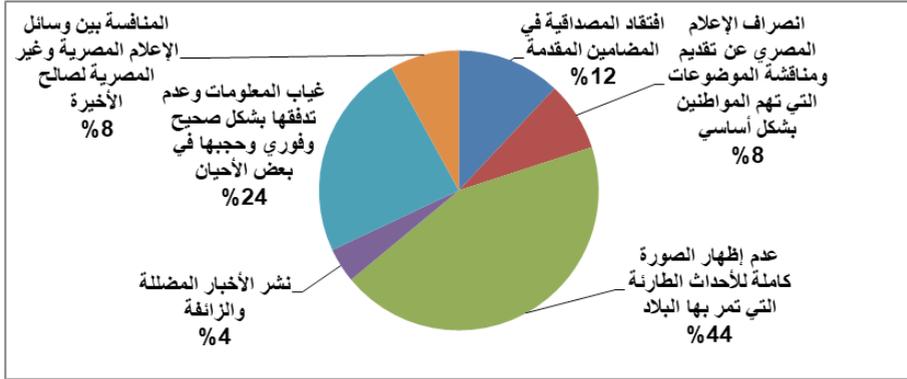
5. تقييم عينة الدراسة لوسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث محل الدراسة خلال الفترة الثانية من الدراسة:



شكل رقم (13) تقييم المبحوثين لتغطية الإعلام المصري لأحداث انتشار كورونا وسوء أحوال الطقس

تم الاعتماد أيضاً على مقياس خماسي لمعرفة تقييمات الجمهور المصري محل الدراسة لطبيعة تغطية الإعلام المصري للأحداث الطارئة لحادثي انتشار فيروس كورونا وسوء أحوال الطقس والسيول، ورأى حوالي 40 مبحوثاً بنسبة (38.1%) من العينة أن تقييم التغطية جاء «جيداً»، في المرتبة الأولى، بينما جاء في المرتبة الثانية أن التقييم كان «مقبولاً»، بواقع 39 تكراراً بنسبة (37.1%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الآراء أنها تغطية «ممتازة»، بواقع 12 تكراراً بنسبة (11.4%) أي أن النسبة الغالبة لتقييم التغطية جاء «إيجابياً» للحدثين، وهي نتيجة هامة جداً توضح تطور أداء وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة من خلال توفير المعلومات وقت حدوثها، وارتفاع مصداقية تلك الوسائل مرة أخرى، وهو أمر جد، على القائمين بالاتصال والخبراء والمعنيين الانتباه له، في محاولة للاحتفاظ بهذا الاتجاه الإيجابي، ومحاولة استعادة الثقة مرة في وسائل الإعلام المصرية، وهو الأمر الذي أكدت عليه دراسة عمرو محمد عبد الحميد (2016)⁽⁴⁶⁾؛ أنه من أهم أسباب عزوف الجماهير عن متابعة المضامين المقدمة في وسائل الإعلام المصرية: فقدان المصداقية في تلك المضامين، وبالتالي تساؤل مصداقية تلك الوسائل لدى الجمهور، وانصراف الإعلام المصري إلى تقديم ومناقشة قضايا وموضوعات تم المواطنون وتخدمهم بشكل أساسي، ما أدى إلى

تراجع المشاهدة لصالح المنصات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي. بينما جاء في المرتبة الرابعة أن التغطية جاءت «ضعيفة»، بتكرار بلغ 11 ك بواقع (10.5%)، وفي المرتبة الأخيرة «ضعيفة جداً» بواقع 3 ك بنسبة (2.9%)، ويوضح الشكل التالي أسباب اختيار الجمهور عينة الدراسة لضعف تقييم وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة في الفترة الثانية من الدراسة على النحو التالي:



شكل رقم (14) أسباب التقييم السلبي للجمهور عينة الدراسة لتغطية الإعلام لأحداث الدراسة في الفترة الثانية

ويوضح الشكل السابق أسباب اختيار الجمهور عينة الدراسة لضعف تقييم وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة في الفترة الثانية من الدراسة، وإن كانت نسبتها قليلة، وجاء أبرزها "عدم إظهار الصورة كاملة للأحداث الطارئة التي تمر بها البلاد"، ويليهما "غياب المعلومات وعدم تدفقها بشكل صحيح وفوري وحجبتها في بعض الأحيان".

ثالثاً: نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء الإعلاميين بخصوص تقييم التغطية الإعلامية للأحداث الطارئة في الفترتين الأولى والثانية محل الدراسة:

تم عقد مقابلات متعمقة مع عدد من خبراء الإعلام على المستوى المهني بواقع (23 خبيراً)؛ للتعرف على آرائهم حيال الأداء الإعلامي المصري في تغطيته للأحداث الداخلية الطارئة التي تحدث بالبلاد؛ كالحوادث الإرهابية، والأزمات الصحية، والكوارث البيئية، والأحداث التي تأتي نتيجة الإهمال والفساد، حيث تم سؤال 10

خبراء خلال الفترة الأولى من الدراسة حول تقييم التغطية الإعلامية لحادثي الدرب الأحمر وحريق قطار رمسيس خلال العام 2019، وفي الفترة الثانية تم سؤال 13 خبيراً حول التغطية الإعلامية لانتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية والسيول العام 2020 الجاري، وجاءت التقييمات والمقترحات على النحو التالي⁽⁷⁴⁾:

أ. رأي الخبراء الإعلاميين في تقييم أداء الإعلام المصري في تغطيته للأحداث الطارئة خلال الفترة الأولى:

- يرى بعض خبراء الإعلام أنه من الأمور الإيجابية لتغطية وسائل الإعلام المصري للأحداث الداخلية الطارئة للحادث الإرهابي بالدرب الأحمر وحريق محطة مصر، أن هناك قنوات تليفزيونية مصرية (خاصة) استطاعت بسرعة الوصول إلى موقع الحدث، والحصول على معلومات دقيقة، وتغطية شاملة لمتابعة تطور الأحداث لحظة بلحظة، مثل قناة إكسترا نيوز CBC Extra News، وأون تي في ON TV، التي بثت ما حدث «مباشرة» في الحادث الإرهابي بالدرب الأحمر، وحادثه حريق المحطة، والتغطية الشاملة جاءت طوال اليوم، وتم تغطية جميع جوانب الموضوع بشكل مهني، بينما غابت القنوات الرسمية عن المشهد، حيث انتقد الكثير من الخبراء التلفزيون المصري بسبب غيابه عن تغطية تلك الأحداث بشكل «فوري»، وخاصة حادث حريق محطة مصر، على الرغم من القرب المكاني بين محطة مصر برمسيس وماسبيرو، بالإضافة إلى غياب الأولوية في تقديم الأخبار، واستمرت الأجندة الإعلامية في تقديم مزيد من الأخبار غير ذات صلة بالحادثتين.

- أما عن الأمور السلبية للتغطية الإعلامية وفقاً لرأي الخبراء، فإنه على الرغم من قيام قناة أون تي في بعمل تغطية حصرية ومقابلة سائق القطر المتسبب في حريق محطة مصر، إلا أن ذلك أثر بالسلب في الجمهور والقناة على حد سواء، وذلك لعدة أسباب: أولاً: أن القضية ما زالت قيد التحقيقات، ودور الإعلام ليس الاستجواب هنا، إنما الحصول على المعلومات، وهذه المقابلة يمكن أن تؤثر في سير التحقيقات، سواء أكان عن طريق كسب التعاطف مع السائق المتهم أم المطالبة الشعبية بالقصاص منه، على الرغم من عدم معرفة ما حدث هناك بشكل تام للوقوف على أسباب الحادث، ثانياً: طريقة إدارة الحوار مع السائق أظهرت بروداً تاماً من قبل الأخير، ولا مبالاة، وعدم الشعور بالمسئولية أو الندم عليها، مما أثار سخط الجمهور المشاهد والخبراء الإعلاميين، الذين عقبوا على هذا اللقاء بأنه غير «مهني»، وخاصة أن المذيع أنهى حوارته بشكر السائق.

- انتشار الشائعات وعدم تحري دقة المعلومات: حيث أشار بعض الخبراء إلى نشر

المذيع «عمرو أديب» خبر تعيين محمد وجيه عبد العزيز وزيراً للنقل عبر قناة MBC مصر، ومن ثم تناقلته باقي وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية المصرية والعربية، مثل موقع البوابة نيوز، وجريدة البيان، والفجر، وروسيا اليوم، وأبو ظبي الإخبارية..، وفي النهاية تبين أن هذا الخبر مجرد «إشاعة» تسربت من أحد الأشخاص قام بكتابتها عبر صفحة «تويتر» وقام بمسحها بعد أقل من ساعتين. وقد صرح صاحب تلك التغريدة «الزائفة» خالد وجيه لقناة تلفزيونية أنه كتبها من أجل ضحايا حادث حريق محطة مصر، مشيراً إلى أنه كتب التويته بسبب الشائعات التي تمارس ضد الدولة من الإخوان والإرهابيين.

– استحواذ الدولة على وسائل الإعلام: حيث تساءل أحد الخبراء: ما وجه الإفادة من إنفاق الدولة في تملك أغلب وسائل الإعلام المصرية، وما إذا كان الهدف هو وقف انتقاد الأوضاع السياسية والاقتصادية لمصر، أم توجيه الرأي العام المصري تجاه قضايا محددة؟ حيث إن الجمهور في أغلب الأوقات يتابع منصات إعلامية غير مصرية، وأغلبها لا يقدم إعلاماً مهنيًا محترمًا وحققيًا، ومنها من يقدم روايات موجهة ضد البلاد عن الاقتصاد والسياسة والأمن، حيث إن أي شخص يسمي نفسه «صحفيًا أو إعلاميًا» يمكنه الظهور على قنوات ممولة من قطر وتركيا ويستطيع أن يروج لأية رواية كاذبة تهدد «هدوء» الأوضاع الداخلية، وتشوه المؤسسات وتفقد الناس ثقتها فيها.

– كما يرى بعض الخبراء أن الاستحواذ أدى إلى افتقاد منظومة الإعلام المصري لمصداقيتها تمامًا، كما عطل أي خط دفاع داخلي ضد الرسائل الموجهة من الخارج وبعنف لتوجيه الرأي العام، والسيطرة على الوعي الجمعي المصري، كما خلق ودعم حالة بلبلة وتشكك في كل معلومة تقدمها الدولة المصرية للجمهور، حتى لو كانت معلومات يومية وبسيطة، مما يعني أن كل أهداف الاستحواذ فشلت، وأدت لرد فعل عكسي أضعف الداخل وجعله مستباحًا أمام أعداء الوطن.

– وجاء اقتراح الخبراء بأنه لا بد من وجود منظومة صحافة وإعلام مستقلة ولديها مصداقية عند الجمهور، حتى لا يتعرض الداخل المصري للاستباحة والخسائر.

– كما اتفق الخبراء على ضرورة أن يكون الإعلام المصري حياديًا وموضوعيًا في العرض، وأن يعرض مختلف وجهات النظر، وألا يدافع عن الحكومة في الصواب والخطأ على السواء، بل يجب أن يكون نبض الشارع، حيث يرى الخبراء أن الإعلام المصري – بكل موضوعية – هو إعلام موجه لخدمة توجهات سياسية للنظام الحاكم، ويحتاج إلى نسف لكامل المنظومة والبناء من جديد والاقتراء بأجديات المهنية الموجودة

في كل منابر الإعلام بأحاء العالم.

- غياب الكوادر والمهنية: كما اتفق الخبراء على أن الإعلام المصري أصبح يبحث فقط عن السليبات ويطنطن حول الحدث، فعلى سبيل المثال إذا تم الحديث عن حادث القطار، فكان لا بد أن يتم تناوله في صورة متكاملة من نقل للخبر، ثم تحليله، ثم توضيح أسباب الخلل الذي أوصلنا لهذا الحادث، وطرح طرق العلاج والخروج بحلول كلية وليست جزئية، ولكن الإعلام المصري أغلبه يبحث عن نلصق به الاتهام، وهذا لا يجدي نفعًا ولا يحل مشكلة.

ب. رأي الخبراء الإعلاميين في تقييم أداء الإعلام المصري في تغطيته للأحداث الطارئة خلال الفترة الثانية:

- بداية ضعيفة ثم انطلاق قوي: بالنسبة لتغطية الإعلام لأزمة انتشار مرض كورونا، اتسمت في بدايتها بعدم الاهتمام والاستهانة، وعندما ظهرت حالات من الإصابات بالمرض في مصر كانت التغطية على المستوى الإخباري جيدة، حيث قامت النشرات بالمتابعة والتغطية لأزمة فيروس كورونا سواء داخل مصر أو على المستوى العالمي لحظة بلحظة، وعلى مستوى المصادر الرسمية، بدون تحويل أو تھوين، بالإضافة الى تفسير ظاهرة الإصابة وأبعادها وجوانبها.

- اتسمت التغطية بدور توعوي وتثقيفي من خلال استضافة عدد كبير من الخبراء، والتغطية الحية لردود الفعل في الشارع، فيما يتعلق بتطبيق القرارات ومدى الالتزام في الشوارع، أما على مستوى برامج التوك شو فشهد بعضها إسرافًا من مقدميها في تقديم المعلومات الصحية والحديث كخبراء اجتماعيين واقتصاديين وخلط الآراء مع الأخبار في وقت كان القطاع الأكبر من الجمهور حريصًا على متابعة نصائح المتخصصين، وباحثًا عن مصادر النصائح.

- أشار الخبراء أيضًا إلى أنه بحرفية عالية استطاع الإعلام الحكومي أن يقف وراء الحكومة في توضيح أعمالها وتصريحاتها وما قامت به حيال الأحداث الطارئة، وخصوصا قضايا السيول والأحوال الجوية وكذلك فيروس كورونا.

- وفيما يخص تغطية الأحوال الجوية والسيول؛ أفاد بعض الخبراء أنها شهدت جهودًا اتصالية جيدة في متابعة الأزمة، إضافة إلى تنسيق واضح بين القائمين بالاتصال من جهة والأجهزة الرسمية من جهة أخرى وتوصيل المعلومات للجمهور والكشف عن الأماكن المتضررة من خلال كاميرات بعض البرامج.

- فيما يخص تقييم تغطية الإعلام المصري لأزمة كورونا وأحوال الطقس، يرى بعض الخبراء الإعلاميين أن أداء الإعلام بدأ يتغير للأفضل، سواء في التنظيم أو المهنية

أو التغطية المنتشرة في كل المحافظات، وأصبح هناك مصارحة ومكاشفة بحقيقة الأمور، فقد أدركت الحكومة والقائمون على إدارة الإعلام أنه لا مجال للتعقيم، ولذلك أصبحت وسائل الإعلام المختلفة لا تذيع أو تنشر أية معلومات إلا من خلال مصادرها الرسمية. فالحكومة تحاول أن تساعد وسائل الإعلام في الرد على كافة الاستفسارات والإشاعات التي قد تظهر أو تنتشر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو القنوات والمواقع المعادية للدولة، فهناك طوال الوقت حملات وتنويهات خاصة بال كورونا على القنوات المختلفة؛ سواء الرسمية أو الخاصة.

– **استعادة الثقة:** أكد الخبراء أن الجمهور المصري بدأ يستعيد الثقة مرة أخرى فيما يقدمه الإعلام المصري، وخصوصاً الرسمي، وذلك فيما يخص تغطية أحداث انتشار فيروس كورونا، حيث ساعد على توافر البيانات الرسمية، ووفرة في المعلومات التي يقدمها للمواطن خاصة في وقت الأزمات.

– أشار الخبراء إلى الإشادة التي تلقاها الإعلام المصري من قبل الرئيس عبد الفتاح السيسي في تناول انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)؛ حيث توافقت التغطيات التي تنطلق من إجماع وطني وإنساني تقليدي، يركز على فكرتين أساسيتين وهما الإبلاغ والتوعية، مع رؤية الرئيس السيسي لدور الإعلام، وهي أن يكون الإعلام ظهيراً للدولة.

– أشار البعض إلى أن الإعلام المصري كان مقصراً في توعية الجمهور بأخطار السيول وكيفية التعامل مع مياه الأمطار وأعمدة الكهرباء وباللوعات؛ حيث اكتفى الإعلام هنا بدور رصد الصورة دون شرحها.

– كذلك أضاف البعض، أنه بالنسبة لموضوع السيول: التغطية كانت ضعيفة، خاصة بعد انتهاء الأحوال الجوية السيئة والسيول، فلم تستطع وسائل الإعلام تغطية نتائج السيول التي شهدتها الشوارع، ويمكن أن يكون السبب في ذلك صعوبة الوصول لكل المناطق بسبب المياه التي كانت تغطي الشوارع والطرق وقطعت بعضها.

– أكد بعض الخبراء أنه في أزمة كورونا تحديداً، اتسم أداء الإعلام بالانحياز وعدم الانسياق وراء الشائعات والتركيز على المعلومة والأرقام، وهو ما أعطى له مصداقية كبيرة لدى الجمهور عند التماسه للمعلومات حول تلك الأزمة.

– أما ما يخص التقييم السلبي للتغطية الإعلامية وفقاً للخبراء، فأشار البعض إلى أن كورونا ليس محكاً لتقييم قدرة وأداء الإعلام المصري؛ وذلك لأنها أزمة سهل تغطيتها؛ لأن بها اصطفاً ومساندة تلقائية، بينما المحك الذي يقاس به أداء الإعلام يكون في القضايا الخاضعة للتباين، والقضايا المختلف عليها، وهذا الأمر لم يحدث،

وبالتالي فكرة أن الإعلام اجتاز امتحاناً وأصبح طالباً ناجحاً فكرة خاطئة! - وحول ما ينقص الإعلام المصري في تغطيات الأحداث الداخلية، أشار أحد الخبراء إلى أن هناك ثلاث نقاط رئيسة وهي: أولاً: الإعلام فاقد الاتجاه؛ واتضح ذلك من بداية التغطية الإعلامية لموضوع كورونا، والتي كانت تعكس في البداية قدرًا من الاستهانة وعدم الاهتمام، وكان هذا الطابع غالبًا على التغطية الإعلامية، إلى أن ظهرت خطورة الأمر، وبدأت الدولة توّزع لوسائل الإعلام للتعامل مع الأمر باهتمام، فغيّر الإعلام اتجاهه من الاستهانة إلى المبالغة في التوعية والتشديد، وهذا يعني أن الإعلام لا يتبع أسسًا مهنية ولكن في معظمه يعتمد على إيعاز من الدول. ثانيًا: قطاع من التغطية يعتمد على: **one man show** مذيع التوك شو الذي يظل لساعتين يتكلم بوصفه خبيرًا اجتماعيًا وصحفيًا واقتصاديًا وإعلاميًا وإستراتيجيًا، ويقول للجمهور آراءه باعتبارها حقائق. ثالثًا: اختيار المصادر؛ ما زال الإعلام غير قادر على اختيار المصادر واستخدام أدواته بشكل صحيح، فمثلاً قطاع التلفزيون يعمل كراديو، ولا يستخدم التلفزيون أدواته المرئية في عمل تقارير، أو فيديو جراف، أو مصادر من عواصم، وأفلام قصيرة وغيرها، ولكن يعتمد على التلقين، للحد الذي يمكنك فيه فصل الشاشة والاستماع إلى ما يقال كإذاعة، دون أن تشعر بأن شيء ينقصك.

- بينما يرى بعض الخبراء أن تغطية الإعلام المصري أصبح لها تأثير في سلوكيات المواطنين فيما يخص إقناعه بارتداء الكمامة، وأهمية الكحول الإيثيلي، والمطهرات المختلفة، ولكن الإعلام لا يمكن أن يعمل بمفرده، ولا بد من تكاتف كل أجهزة الدولة معًا.

ج. رأي الخبراء الإعلاميين حول تطوير أداء الإعلام المصري في تغطيته للأحداث الطارئة بشكل عام:

- يجب أن تحرص جميع وسائل الإعلام المصرية على تفعيل فلسفتها وأهدافها في خدمة الجمهور المتلقي والتي تتمثل في تحري الدقة والموضوعية والشفافية في نقل الأخبار للجمهور، وعدم التهوين أو التهويل من الأزمة، ولا بد من الالتزام بالمعايير المهنية والموضوعية في التغطية، ومعاينة من يتجاوزها.

- لا بد من تدريب وتأهيل الإعلاميين القائمين على تغطية الحوادث الميدانية.

- البحث عن كوادر إعلامية مهنية عالية الاحتراف؛ لأن بعض المتواجدين على الساحة الإعلامية -وفقًا للخبراء- بعيدون كل البعد عما يسمى بالإعلام المهني.

- حذف كل المذيعين الذين فقدوا مصداقيتهم لدى الجمهور المصري وفقًا

- لاستطلاع الرأي حولهم، ومنح فرص أكبر لشباب الإعلاميين للظهور على الساحة.
- إلزام العاملين بالمؤسسات الإعلامية بضرورة مراعاة البنود الأخلاقية بعدم نشر صور الضحايا.
- يجب على الإعلام المصري سرعة تغطية الحدث لحظة وقوعه، وتوفير مراسلين في مكان الحادث فوراً، فليس من المنطق وقوع الحادث ويتم عرض فيلم أو برنامج ترفيهي في ذات الوقت؛ حتى لا يتم نشر معلومات مضللة من جانب وسائل الإعلام المعادية.
- ضرورة إتاحة المعلومات بسرعة وبدقة: حيث اتفق جميع الخبراء على ضرورة تفعيل قانون تداول وتدفق المعلومات، حتى يتم القضاء على الأخبار الكاذبة؛ حيث يتعين على وسائل الإعلام عند تناول العمليات الإرهابية، على سبيل المثال، تقييم ثلاثة أسئلة أساسية تتعلق بالتغطية، وهي أخلاقيات العمل الإعلامي والدقة والمصداقية؛ فمن الأفضل عدم نشر معلومات لم يتم التحقق منها، بدلاً من المخاطرة بمصداقية الإبلاغ عن الزيف⁽⁸⁴⁾.
- لا بد من الاعتماد على مصادر المعلومة الرسمية، وعلى الجهات الرسمية سرعة الرد.
- لا بد من إتاحة المجال أمام وسائل الإعلام المصرية للتغطية بدون أية قيود أو إجراءات متشددة من قبل الجهات الأمنية.
- إبراز الأضرار المباشرة التي تقع على المواطنين جراء أعمال العنف والإرهاب، بحيث تصبح قضية القضاء على الإرهاب قضية شخصية لكل مواطن.
- ضرورة الرجوع إلى مصادر موثوقة قبل نشر أية أخبار تتعلق بالإرهاب أو أي حدث طارئ، وتفعيل فكرة ثنائية المصدر للمعلومة.
- يفضل الاستعانة بالمتخصصين والخبراء عند حدوث الأزمات بالمجتمع المصري عند تغطية تلك الأحداث حتى نهايتها.
- أن يقوم الإعلام بوظيفته الأساسية، وهي الإخبار وتقديم المعلومات طول الوقت، بما يخدم احتياجات الجمهور والتماسهم للمعلومات.
- عدم السماح لأي من ضيوف البرامج في إثارة الفوضى أو تقديم تحليلات غير منطقية أو نصائح طبية غير معتمدة أو وصفات أدوية؛ مما قد يضر بصحة المواطنين ويثير البلبلة. فعلى سبيل المثال، كثير من الصحفيين يعتبرون أن كل شخص يعمل في المجال الصحي يصلح أن يقدم إفادات عن مرض كورونا، وبالتالي يجب أن يتأكد الصحفي من خبرات المصدر التي تؤهله لتقديم معلومات وافية عن المرض،

- ويجب نسب المعلومات إلى مصادر واضحة ومعروفة تعريفًا صحيحًا.
- إحداهن التوازن بين تغطية موضوعات مثل: «حادث الدرب الأحمر»، و «حريق محطة مصر»، و «كورونا»، و «أحداث الطقس»، وتلبية احتياجات وأولويات الجمهور من الخدمات الإخبارية، فيجب عدم الإخلال بحق الجمهور في المعرفة؛ لأن موضوعات «فيروس كورونا» على سبيل المثال تحتل مرتبة متقدمة في أجندة وسائل الإعلام في الدول المختلفة، كما ينبغي عدم التفريط في حق الجمهور في التزود بالأخبار والموضوعات في المجالات المختلفة الأخرى.
 - التوازن بين القصص الإخبارية التي تبث روح التفاؤل والإيجابية بين المواطنين؛ مثل قصص التعافي، والشفاء، وأن تصدر مقدمة المواقع الإلكترونية؛ منعًا لإثارة الذعر بين المواطنين.
 - التدقيق في استخدام المصطلحات: هناك الكثير من الألفاظ التي وظفها الإعلاميون في موضوعاتهم مثل: «حظر التجوال»، «الاشتباه في الإصابة»، «تشخيص الإصابة بالمرض»، «تفشٍ»، «الحجر المنزلي»، «المتعافي»، «المصاب»، ويجب أن يقوم الصحفيون بتوظيفها على النحو الأمثل.
 - تطوير رسائل إعلامية متخصصة تناسب كافة فئات الشعب، وعدم اقتصار رسائل التوعية الخاصة بالأحداث الطارئة على نمط واحد فقط، كما يجب أن يركز الإعلام بأنواعه المختلفة على إدارة شئون الحياة المصرية وقت الأزمات، حيث لا بد من وضع خريطة برامجية توضع فيها رسائل تخاطب الأسرة المصرية بمختلف فئاتها وتوجهاتها واهتماماتها.
 - أن ينظر الإعلاميون إلى مصدر المعلومات على مستويين، وهما: الوثائق والتقارير المنشورة في الموضوع، وأن يقوم بتدقيقها، والمصادر التي استند إليه الصحفي للحصول على المعلومات، ويخضعها لتدقيق آخر؛ لمنع انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة.
 - ضرورة وجود دليل إعلامي في كل الجهات الإعلامية موضح فيه كيفية تعامل الإعلام مع الأزمات الطارئة.
 - تطويع كل البرامج لتكون برامج خدمية من الناحية الصحية والاجتماعية والرياضية.
 - فتح قنوات للاتصال بين وسائل الإعلام والجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، للتعرف على استفساراتهم بخصوص الأحداث الداخلية الطارئة، وما يريدون معرفته بخصوص تلك الأحداث.
 - إطلاق منصات رقمية عبر الفضاء الإلكتروني تتبناها الدولة، وذلك لإيصال

المعلومات، وتصحيح الأغلط الموجودة بالمواقع الأخرى، حيث «يرتبط الاتصال المبكر والمكثف بضرورة مواجهة الشائعات والآراء البديلة والدعر المحتمل»⁽⁹⁴⁾.

- الاهتمام بالمحتوى البرامجي الإذاعي والتلفزيوني والصحفي، ليكون معبراً بالفعل عن قلب الوطن ومشاكله، فيجب الاهتمام بالقنوات الإقليمية، فهي تقدم خدمات غير مرئية وغير محسوسة، على الرغم من أهميتها في دول كثيرة، وقدرتها على تقديم معلومات عن الأحداث التي يمكن أن تطرأ في المناطق النائية.

المناقشة العامة والخاتمة:

وفقاً لما سبق، يمكن استخلاص نتائج تقييمات الجمهور والخبراء لتغطية الإعلام المصري للأحداث الداخلية الطارئة محل الدراسة في ضوء التماس المعلومات على النحو التالي:

1. يعتمد الجمهور المصري محل الدراسة على وسائل الإعلام المصرية في الحصول على معلومات تخص الأخبار الطارئة مقارنة بوسائل إعلام عربية أو أجنبية خلال فترتي الدراسة.
2. اعتماد الجزء الأكبر من عينة الدراسة فيما يخص التماسه لمعلومات حول حادثي الدرب الأحمر وحريق محطة مصر على التلفزيون وبرامجه (إعلام تقليدي)، يليه: وسائل التواصل الاجتماعي، ثم الراديو، ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية، وفي ذيل القائمة تأتي الصحف الورقية؛ كالأهرام والمصري اليوم، بينما في الفترة الثانية من الدراسة، والتي تخص أحداث انتشار فيروس كورونا وسوء الأحوال الجوية، اعتمد الجزء الأكبر من عينة الدراسة، إذا ما تم تجميع مصادر الأخبار وفقاً للوسيلة (التكرارات)، على التلفزيون وبرامجه (إعلام تقليدي)، سواء أكانت مصرية أم عربية أم أجنبية، يليه المواقع الإخبارية الإلكترونية، ثم وسائل التواصل الاجتماعي، ثم الراديو، وفي ذيل القائمة تأتي الصحف الورقية.
3. يعتبر التلفزيون المصدر المفضل للجمهور محل الدراسة في التماسه للمعلومات عن الأزمات والأحداث الداخلية الطارئة التي تحدث في المجتمع، وخاصة نشرات الأخبار أو القنوات الإخبارية بالقنوات المصرية، لما تقدمه من معلومات مدعومة بالصورة، وهو ما يتعارض مع نتيجة دراسة أحمد فاروق رضوان (2012)⁽⁹⁵⁾ والتي جاء فيها أن القنوات الإخبارية العربية كالجريدة والعربية قد جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرّض لها الجمهور المصري أثناء الثورة، تليها الصحف المصرية الخاصة، مثل المصري اليوم واليوم السابع والشرق، سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الإلكترونية،

وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، مثل بي بي سي العربية والحررة، تليها مواقع الإنترنت الإخبارية، مثل مصراوي، ثم القنوات المصرية الخاصة، مثل الحياة ودرهم وأون تي في. وحلت قنوات التلفزيون المصري الرسمي في الترتيب السادس، يليها الجرائد الحزبية المصرية، ثم القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بلغات أجنبية، مثل قناتي: BBC , CNN ، بينما جاءت الصحف القومية المصرية في الترتيب الأخير.

4. قلة الاعتماد على مصادر للمعلومات من قنوات معروفة بتوجهاتها المعادية لمصر؛ لما تتسم به التغطية بالتحيز والتهويل في كثير من الأحيان؛ كقناتي الجزيرة، والتلفزيون العربي.

5. يتجه الجمهور دائمًا إلى وسائل الإعلام التي تتيح له الخبر فور وقوعه وتشبع احتياجاته وفضوله، وسرعة توافر المعلومات ودقتها، ومن أهم المؤشرات أيضًا أن الجمهور يهتم بدقة المعلومات على حساب السبق الإعلامي، فالمعلومات هي الأساس، والجمهور عندما يفتقد للمعلومات يقوم باللجوء لوسائل إعلامية أخرى، والعزوف عن متابعة وسائل الإعلام المحلية والرسمية.

6. اتسم التقسيم الإجمالي للجمهور محل الدراسة لتغطية وسائل الإعلام المصرية لحادثي الدرب الأحمر وحريق محطة مصر «بالسلي»، ويرجع ذلك لعدة أسباب اتفق الخبراء مع الجمهور فيها، وهي:

- استحوذت الدولة على وسائل الإعلام المصرية، مما أدى إلى افتقاد منظومة الإعلام المصري لمصادقيتها.

- غياب الكوادر والمهنية في مهنة الإعلام.

- غياب المعلومات وسرعة تدفقها ودقتها.

7. جاءت النسبة الغالبة لتقييم التغطية نحو أحداث تغطية فيروس كورونا وسوء الاحوال الجوية «إيجابية»، وهي نتيجة هامة جدًا توضح تطور أداء وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة من خلال توفير المعلومات وقت حدوثها، وارتفاع مصداقية تلك الوسائل مرة أخرى، وهو أمر جد، على القائمين بالاتصال الخبراء والمعينين الانتباه له، حيث يمكن استعادة ثقة الجماهير المصرية في وسائل الإعلام المصرية إذا توافرت إرادة حقيقية في تطوير الأداء الإعلامي بما يخدم مصلحة الجمهور والمجتمع المصري، وليس بوصفه وسيلة للدفاع عن الحكومة وسياساتها.

8. يعد من الأمور الجديدة على الممارسات الإعلامية، نشر الحدث فور وقوعه بشكل حربي وسريع، بالإضافة إلى تقديم تغطية شاملة، وهو الأمر الذي أعرب

عنه كثير من الجمهور المصري والخبراء الإعلاميين، ومتابعتهم لوسائل إعلام مصرية للحصول على معلومات فيما يخص الحادث الإرهابي بالدرب الأحمر وحادثه قطار محطة مصر، وانتشار كورونا وسوء الأحوال الجوية.

9. يمكن التأكيد من خلال نتائج الدراسة أن أداء الإعلام المصري سواء في أزمتي السيول وكورونا، قد تطور كثيراً بالمقارنة بفترات سابقة كان الإعلام وخاصة الحكومي غائباً تماماً عن المشهد، حيث اتسم أداء الإعلام بمواكبة الأحداث والتطورات المتلاحقة، فقدمت المعلومات بشكل فوري من خلال الوجود في مواقع الأحداث، وكذلك المواقع الإخبارية التي تميزت بتقديم قصص إنسانية متعلقة بالأحداث، أضفت الطابع الإنساني على القصص الإخبارية.

10. لا تزال مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في الأحداث الراهنة من خلال بعض الفيديوهات والصور، بعضها كان صحيحاً، والبعض الآخر اتسم بالمبالغة أو الكذب، ولعب الإعلام دوراً هاماً في تتبع مصادر ما تقدمه السوشيال ميديا ومتابعة الصحيح منها وتصحيح ما هو خطأ، وهو الأمر الذي أكدت عليه كثير من الدراسات.

المراجع:

- 1 . عبد الحميد، عمرو . (2019). **العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور**. القاهرة، مصر: دار العربي للنشر والتوزيع.
2. Nai, N. (2018). "Hostility Toward Media Can Be A Ticking Time Bomb". **Fojo Media Institute**, Retrieved from: <https://fojo.se/en/news/2458-hostility-toward-media-can-be-a-ticking-time-bomb>
3. Scanlon, J. (n.d) "The Mass Media and Disaster: Never (Well Hardly Ever) The Twain Shall Meet", **Emergency Communications Research Unit**, Carleton University, Ottawa, Canada, Retrieved from: <https://training.fema.gov/hiedu/docs/emt/scanlonjournalism.pdf>
- 4 .مكاوي، حسن، وعبد الغفار، عادل. (2008). **الإعلام والمجتمع في عالم متغير**. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- 5 .الخريري، إيناس. (2018). «تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية» دراسة تطبيقية في إطار نظرية تأثير عدائية التغطية الإعلامية»، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (63)، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة). ص ص 1-77.
- 6 .Kraidy, M. (2014). "Media Industries in Revolutionary Times", **Media Industries Journal**, 1(2). Retrieved from: <http://www.mediaindustriesjournal.org/index.php/mij/article/view/45.2020>
- 7 . البيدان، يوسف عبد الله. (2013). «تقييم الإعلاميين الكويتيين لأداء الإعلام الكويتي الحكومي نحو القضايا الداخلية والخارجية». رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط).

8. Kalyango, Y., & Eckler, P. (2010). "International Journalists' Expectations from the US Media Coverage of Hurricane Katrina." **Journalism**, 11 (3), 277–292.

9 . قرني، حياة. (2018). «تقييم معايير التنوع الإعلامي في وسائل الإعلام المصرية»، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

10 . مصطفى، هويدا. (2018). «دور الإعلام قبل وأثناء وبعد الأزمات والصراعات المسلحة». **Arab Media and Society**، (مركز كمال أدهم للصحافة التلفزيونية والرقمية بكلية الشؤون الدولية والسياسات العامة، الجامعة الأمريكية بالقاهرة). العدد: 25 ربيع / شتاء.

11. الحديدي، منى. (2018). «الإعلام ومواجهة الأزمات». **Arab Media and Society**، (مركز كمال أدهم للصحافة التلفزيونية والرقمية بكلية الشؤون الدولية والسياسات العامة بالجامعة الأمريكية بالقاهرة، العدد 25، ربيع / شتاء.

12. Moreno, Ángeles; Fuentes-Lara, Cristina; Navarro, Cristina (2020). "Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation". **El profesional de la información**, 29, 4(, Retrieved from: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.02>

13. Ryan, B., (2018) "A model to explain information seeking behavior by individuals in the response phase of a disaster", **Library & Information Science Research**, 40, (2):73–85

14. (2013). "Information seeking in a flood", **Disaster Prevention and Management journal**. 22 , (3): 229–242.

15. Lachlan, Kenneth & Westerman, David & Spence, Patric. (2010). "Disaster News and Subsequent

Information Seeking: Exploring the Role of Spatial Presence and Perceptual Realism”. **Electronic News**. 4 (4): 203–217.

16. جمعة، إيمان. (2016). «دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو لأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية». رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، (كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة).

17. عبد الرازق، مي. (2016). «التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي». *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 15، العدد 4، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة). ص ص 277–362.

18. صادق، سمر. (2015). «العلاقة بين التماس الشباب المصري للمعلومات عبر موقع الفيسبوك وقت الأزمات، وإدراكهم للأزمة (دراسة ميدانية لأزمة استاد بورسعيد)»، *حوليات آداب عين شمس*، مج 43، عدد: 4، ص ص 512–544.

19. عبد الله، نورة. (2014). «أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، دراسة ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي).

20. مكاي، حسن، وحسين، ليلي. (2003). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. ط4، القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية. ص 338.

21. Savolainen, R., (2010). “Everyday life information seeking”. -In: **Encyclopedia of library and information sciences**. 3rd ed. London: Taylor & Francis: 1780–1789.

22. القرني، رحمة. (2018). «تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي»، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز القومي للبحوث، غزة*، مجلد 2، عدد3، ص4.

23. علي، معد. (2015). «أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي». *مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، كلية القانون والعلوم السياسية*، مجلد 4، عدد 15، ص 704.

24. الغمراوي، رجاء. (2016). «توظيف الصورة التلفزيونية في القنوات الفضائية لبث قضايا الإرهاب وأثرها على الجمهور». مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 1، ص 63.

25. عبد الحميد، محمد. (2015). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط4. القاهرة، مصر: عالم الكتب، ص 337.

26. مكاوي، حسن وآخرون. (2003) نظريات الإعلام واتجاهات الرأي العام. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية. ص 321.

27. Hyldegaard, Jette. (2009). “Beyond the search process B Exploring group members’ information behavior in context”. **information processing and management**. 45. 142–158.

28. Kuhlthau, Carol. (2003). **seeking meaning: a process approach to library and information services, Australia: Libraries unlimited; 2nd edition :82.**

29. المطيري، ريم. (2017). «التماس الشباب السعودي للمعلومات من خلال المواقع الإلكترونية للجامعات وانعكاساتها على تشكيل صورة المؤسسة: دراسة ميدانية»، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 37، ص 248.

30. Kingrey, K. Patricia. (2002). “Concepts of information seeking and their presence in the practical library literature.” **Library Philosophy and Practice**, 4, (2).

31. See: - Singh, Gurdev & Sharma, Monica. (2013). “Information Seeking Behavior of Newspaper Journalists “**International Journal of Library and Information Science**. 5, (7): 225–234.

- Du Preez, Madely (2008) Information needs and information-seeking behaviour of consulting engineers: a qualitative investigation, University of South Africa, Pretoria, <<http://hdl.handle.net/10500/1941>>

- Genuis, Shelagh. (2013). “Social Positioning Theory as a Lens for exploring Health information seeking and Decision Making”, **Qualitative Health Research**, 23, (4): 555.

32. بنوار، جميلة. (2016). «الحاجة إلى المعلومات العلمية والتقنية من وجهة نظر أساتذة علم المكتبات، دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية». رسالة ماجستير غير منشورة، شعبة مكتبات، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة التبسي. الجزائر)، ص ص 21-22.

33. همشري، عمر. (2009). **المكتبة ومهارات استخدامها**. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 24.

34. عليان، ربحي مصطفى، والسامرائي، إيمان فاضل. (2010). **تسويق المعلومات وخدمات المعلومات**. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 32-33.

35. “Emergency in communication”. (n.d). **In: Academic Emergency Management and Related Courses (AEMRC) for the Higher Education Program Crisis and Risk Communication**. Emergency Management Institute, U.S Department of Homeland Security FEMA .Retrieved from: <https://training.fema.gov/>

36. Dunwoody, Sharon & Griffin, Robert. (2014). “The Role of Channel Beliefs in Risk Information Seeking” **College of Communication Faculty Research and Publications**. Retrieved from: https://epublications.marquette.edu/comm_fac/141

37. See: - Rains, S.A., & Ruppel, E. K. (2016). “Channel Complementarity Theory and the Health Information-Seeking Process: Further Investigating the Implications of Source Characteristic Complementarity”. **Communication Research**, 43(2): 232-252. <https://>

doi.org/10.1177/0093650213510939

Savolainen, Reijo. (2014). "The affective factors of information seeking: the viewpoint of the Information search process model". **In Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference, Leeds, Part 2**, (paper isic28). Retrieved from <http://InformationR.net/ir/20-1/isic2/isic28.html>

38. Ryan, B. (2013). "A model to explain information seeking behavior by individuals in the response phase of a disaster", **Op-cit** : 76.

39. Lachlan, Kenneth & Westerman, David & Spence, Patric. (2010). **Op-cit**: 203-217.

40. Shirley, Ho at el. (2014). "Seeking Information About Climate Change: Effects of Media Use in an Extended PRISM". **Science Communication**. 3: 270-295.

41. قام بتحكيم استمارتي الدراسة ودليل المقابلات المتعمقة السادة المحكمون الآتي أسماؤهم:

1. أ.د. عبد العزيز السيد، عميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
2. أ.د. محمد زين، عميد كلية الإعلام السابق، والأستاذ المتفرغ بقسم الصحافة، جامعة بني سويف.
3. أ.د. محمد رضا، الأستاذ المتفرغ بقسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة.
4. أ.م.د أماني ألبرت، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
5. أ.م.د مروى ياسين، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
6. د. أحمد سيد حسين، المدرس بقسم العلوم السياسية، كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، جامعة الإسكندرية.

42. رضوان، أحمد فاروق. (2012). «اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011» **المجلة**

المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة). ص ص 127-186.

43 . Moreno, Ángeles; Fuentes-Lara, Cristina; Navarro, Cristina (2020). **Op-cit.**

44 . البيدان، يوسف عبد الله. (2013). مرجع سابق.
45 . عبد العزيز، محمد. (2012). «مصادقية وسائل الإعلام الرسمية في معالجة أحداث الثورة المصرية: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر». المؤتمر السنوي الأول لكلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.

46 . عبد الحميد، عمرو. (2016). «اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصادقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية»، رسالة دكتوراه منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

47 . الخبراء الإعلاميون والقائمون بالاتصال الذين تمت مقابلتهم:

1. أحمد سامح، كاتب صحفي، ورئيس تحرير أخبار اليوم سابقاً.
2. أحمد عبد العليم، مخرج بالتلفزيون المصري.
3. حسين البدوي، مدير مكتب جريدة الرياض السعودية بالقاهرة.
4. خالد البرماوي، صحفي مصري، وكاتب صحفي متخصص في الإعلام الرقمي.
5. د. حسن سليمان، مذيع ورئيس شبكة إذاعة القرآن الكريم سابقاً.
6. د. حنان الشيبني، مذيع بالتلفزيون المصري.
7. د. لمياء محمود، رئيس شبكة صوت العرب، ورئيس اللجنة الدائمة للإذاعة باتحاد الإذاعات العربية.
8. د. هيثم محمد دحروج، صحفي بجريدة الخميس.
9. د. ياسر عبد العزيز، كاتب صحفي، وخبير الإعلام الدولي.
10. دينا إبراهيم، مذيع بالتلفزيون المصري.
11. دينا أحمد عاشور، صحفية بموقع وجريدة فيتو الإخبارية.
12. دينا عصمت، مذيع بالتلفزيون المصري، وقناة DMC سابقاً.
13. روضة فؤاد، نائب مدير تحرير مجلة أكتوبر.
14. سارة جمال محمد، سكرتير تحرير في مجلة الإذاعة والتلفزيون، ومعدة ببرنامج «كل يوم اسم» على القناة الأولى.
15. سحر الجمل، نائب رئيس تحرير مؤسسة أخبار اليوم.

16. محمد أبو شنب، كبير مراسلي التلفزيون بقناة Ten سابقاً.
17. محمد المهدي، المذيع بالإذاعة المصرية.
18. محمد الهواري، مدرب إعلامي صحفي، ومدير تحرير صحيفة المصري اليوم.
19. محمد جلال، مدير تحرير بوابة أخبار اليوم.
20. محمود الورواري، المذيع بقناة الحدث، وكاتب ومنتج.
21. مروة عزام، مذيعة بقناة المحور.
22. نهي النحاس، مدير النادي الإعلامي سابقاً، المستشار الإعلامي لمنتدى شباب العالم.
23. يسر فلوكس، مخرجة بالتلفزيون المصري.
48. Sanders, Lewis IV. (2017, May 19th). "Publicizing terrorism: How journalists should cover attacks". **DW**. Retrieved from:: <https://www.dw.com/en/publicizing-terrorism-how-journalists-should-cover-attacks/a-38911189>
49. Jeangros, C. B., (2019). "Epidemics and risk communication: Why are lessons not learned?". **In: Managing the global health response to epidemics**. New York, NY: Routledge: 115.
50. رضوان، أحمد. (2012). مرجع سابق.

