

الخطاب الإعلامي للمؤسسات الرسمية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي تجاه الشائعات خلال جائحة كورونا

« فيس بوك نموذجاً »

د. سارة حمزة عبد الله السيسي

مدرس الصحافة والنشر بقسم الصحافة والإعلام
كلية الدراسات الاسلامية والعربية بنات جامعة الأزهر

ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير آليات الخطاب الصحفي في مواجهة الشائعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) وذلك من خلال تحليل مضمون الخطاب الموجه للجمهور للتعريف بالشائعة وتصحيحها خلال جائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء للرد على الشائعات، صفحة وزارة الصحة المصرية، صفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية، المركز الإعلامي لجامعة الأزهر.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي للمنشورات الخاصة بالشائعات حول جائحة كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة والتي وردت خلال فترة من 1 مارس 2020 حتى 1 مارس 2021، واستخدمت أداة تحليل الخطاب ليكون إجمالي الموضوعات التي تم تحليلها (219) موضوعاً.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها استهداف الشائعات زعزعة الأمن فتصدرت الترتيب الأول في خطاب الموقع الرسمية للشائعات خلال جائحة كورونا فجاءت وزارة الصحة المصرية في الترتيب الأول يليها رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الثاني، يليها وزارة التعليم العالي في الترتيب الثالث، بينما جاء المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث والأخير، كما حرص الخطاب الموجه من وزارة والتعليم العالي والبحث العلمي بالحديث عن مجلس الوزراء كقوى فاعلة إيجابية فجاءت في الترتيب الأول، يليه خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الثاني، بينما تساوى خطاب وزارة الصحة والسكان مع خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء فجاء كلا منهما في الترتيب الثالث، وتصدرت وزارة والتعليم العالي والبحث العلمي الحديث عن مروجي الشائعات وإعطاء رسائل تحذيرية لهم باعتبارهم قوى فاعلة سلبية تعمل على بلبله الرأي العام فجاءت في الترتيب الأول، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني، يليه خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثالث، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الرابع.

المقدمة:

تواجه مجتمعاتنا العديد من المخاطر جراء انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بصورة غير مسبوقة، وخاصة على موقع فيس بوك حيث أتاحت تلك المواقع نوافذ إعلامية تتصل لقطاع عريض من الجماهير من ملايين المتابعين لهذه المواقع، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى تطورات الثورة التقنية التي تحمل بداخلها وفي استخدامها أخطاراً الجانب الإيجابي والسلمي والذي يتحدد بطبيعتها أو نوعية الاستخدام لها، ولعل من الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي عندما تكون أحد أساليب وطرق نشر الشائعات التي منها ما يمس الجانب الاجتماعي أو السياسي أو الصحي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الديني في المجتمع، بالإضافة إلى تعدد الأهداف والصور التي تنقلها فمنها ما يكون لغرض زعزعة الأمن أو إشاعة الخوف أو الكراهية أو تدمير الروح المعنوية أو لبث الاحتقان بين أفراد المجتمع أو حتى بين المجتمعات.

فالعلاقة بين الشائعات ومواقع التواصل الاجتماعي علاقة قوية تتمثل في أن تلك المواقع أصبحت إحدى وسائل الانتشار لأي معلومة أو خبر أو حدث أو حتى فبركة الأحداث والأخبار، بل تجاوز انتشارها من حيث السرعة المواقع والصحف الرسمية، فالشائعات الإلكترونية في ظل التطور التقني ووجود الهواتف الذكية أصبحت لا تحتاج إلى وقت أو عمر زمني طويل، بل في غضون ثواني أو دقائق تجد هذه الشائعة قد تم تداولها خاصة في ظل الأعداد الكبيرة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كما أن الشائعة الإلكترونية تتميز بأنها لا تخضع للتعديل أو التغيير كما هو الحال في الشائعات ذات الطابع التقليدي خارج مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على الأطروحات التي استخدمت أثناء إثارة الشائعة، وذلك من خلال تحليل الخطاب والانطلاق من مواقع الفيس بوك الخاصة بالهيئات الرسمية والحكومية، حيث تعد هذه المواقع أكثر شهرة واستخداماً للجمهور للتأكد من حقيقة الأخبار والمعلومات الواردة عن الحاجة.

مشكلة الدراسة:

يتحدد موضوع الدراسة في التعرف على ملامح الخطاب الإعلامي الذي تقدمه المواقع الإعلامية الإلكترونية (عينة الدراسة) في تناولها للشائعات المتداولة أثناء جائحة كورونا، ويتحقق ذلك من خلال إعمال آليات تحليل بنية الخطاب، والتي تتمثل في رصد أطروحات وحجج الخطاب في المواقع الإعلامية - عينة الدراسة - والتعرف على مسارات البرهنة المستخدمة في خطاب المواقع عينة الدراسة حيال الجائحة، والكشف عن القوى الفاعلة الواردة فيهما، والأدوار المنسوبة إليها، في ضوء المسؤولية المجتمعية للصفحات الرسمية المصرية إضافة إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري وكثافة استخدامها.

أهمية الدراسة : تتضح أهمية الدراسة في ضوء العناصر الآتية :

1. أهمية دور الإعلام بوجه عام والإعلام الإلكتروني على وجه الخصوص في معالجة الشائعات والتوعية بها، والحث على إيجاد حلول لها، وتقديم تصورات لتلك الحلول وآليات لتنفيذها.
 2. النقل الإعلامي للجهات المنشئة للخطابات الإعلامية محل الدراسة، وأهمية التعرف على طبيعة وبنية خطاباتها ومسئوليتها المجتمعية ومواقفها واتجاهاتها من الشائعات من خلال منصاتها الإعلامية الإلكترونية على شبكة الإنترنت بما لها من صلاحيات مجتمعية تعطي لخطابها المصادقية.
- تزداد أهمية هذه الدراسة ارتباطا بالأزمة التي تناولها - وباء كورونا - والتي أرقّت العالم بشكل كبير، وصنفته منظمة الصحة العالمية « جائحة » ودفع الدول إلى وضع برامجها الاحترازية؛ للحفاظ على صحة مواطنيها والمقيمين على أراضيها، مع دعوات الالتزام بالاشتراطات الصحية والبقاء في المنزل أطول فترة ممكنة للحد من انتشاره.

أهداف الدراسة :

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد وتحليل وتفسير آليات الخطاب الصحفي في مواجهة الشائعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك من خلال تحليل مضمون الخطاب الموجه للجمهور للتعريف بالشائعات وتصحيحها خلال جائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء للرد على الشائعات، صفحة وزارة الصحة المصرية ، صفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية، المركز الإعلامي لجامعة الأزهر، ومن خلاله تتحدد أهداف الدراسة في :

1. تحديد وتحليل وتفسير الأطروحات الإعلامية المستخدمة في تناول الشائعات في الصفحات الرسمية «الفيسبوك» عينة الدراسة أثناء جائحة كورونا .
2. رصد وتحديد مسارات البرهنة والأدلة والشواهد التي اعتمدها الخطاب الإعلامي أثناء تناول الشائعات خلال جائحة كورونا .
3. التعرف على القوى الفاعلة (الإيجابية - السلبية) في الخطاب الإعلامي المقدم على صفحات مواقع التواصل

الإجتماعي عينة الدراسة .

الدراسات السابقة :

قامت الباحثة برصد عدد متنوع من الدراسات التي أسفر عنها المسح الاستطلاعي للدراسات السابقة في مجال الدراسة ، وأمكن تصنيف هذه الدراسات في ثلاث محاور وذلك كما يلي :

دراسات تتعلق بتحليل الخطاب :

1 . دراسة عبد الله عمران علي إبراهيم (2020)، بعنوان (الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية «جائحة كورونا نموذجاً»)⁽¹⁾ ، حيث استهدفت الدراسة تحليل ورصد وتفسير آليات الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري ، وذلك من خلال تحليل مضمون الخطاب الصحي المقدم في برنامج « التاسعة » والمداع على القناة الأولى الفضائية بالتطبيق على تناولة لجائحة كورونا ، بالإضافة إلى تحديد وتحليل وتفسير الأطروحات الإعلامية المستخدمة في تناول برنامج الدراسة ، مع رصد وتحديد مسارات البرهنة والأدلة والشواهد التي اعتمدها الخطاب الإعلامي المقدم في برنامج الدراسة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي ، بالإضافة لمنهج تحليل الخطاب باعتباره أحد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية ، كما اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من حلقات برنامج « التاسعة » المداع على الفضائية المصرية الأولى في الفترة من منتصف شهر مارس إلى نهاية شهر إبريل 2020 ، وقد خلصت الدراسة إلى أن منتج الخطاب سعى إلى استثارة خوف المشاهد واستدعاء الحس الوطني لديه ، وإثارة مخاوفه على مستقبل وطنه في حالة عدم الاهتمام أو التكاسل في اتخاذ مايلزم من إجراءات لمواجهة الجائحة ، من خلال أطروحة « صحة المجتمع أمن قومي » وهو مدخل اقناعي له أهميته ، كما كشف الاتجاه العام للخطاب عن درجة من الفاعلية للخطاب الديني في التعاطي مع الأزمة من خلال أطروحة « الالتزام بالتباعد والضوابط هو التزام ديني » وذلك عبر دعم الإجراءات الحكومية في مواجهة تفشي الفيروس ، كما استطاع الخطاب الإعلامي بالتلفزيون المصري وبنسبة كبيرة مخاطبة الرأي العام المصري بدرجة كبيرة من الوعي ، وبأسلوب بسيط وواضح متبعاً في ذلك أساليب إقناعية كان لها دورها البارز في التأثير وتنقيف المتلقين بخطورة الجائحة .

2 . دراسة محمد محمد علي عمارة (2020) ، بعنوان «تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب»⁽²⁾، حيث استهدفت الدراسة تحليل البنى الخطابية الملونة للكشف عن مكوناتها وأنساقها الداخلية والخارجية وتوجهاتها المعلنة والضمنية ، بالإضافة لرصد دور المنصات الإعلامية عبر اليوتيوب في توجيه الأفكار بصورة تخدم أجندات غير حقيقية للموقف المعلن ، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من خلال اليوتيوب تمثل (قضية النوبة - الصراع داخل ليبيا - موقف كل من مصر وتركيا - تقسيم السودان) من خلال قناة صابر مشهور ، وقد خلصت الدراسة إلى أنه تحاول المنصات الإعلامية أن تبدو غير مترابطة لتوحي إلى ذهن المشاهد أنها على غير وفاق وتحاول أن تزرع المعلومة لدى المشاهد بشكل خفي ، كما يتضح من خلال واقع تحليل القضايا الخاضعة للتحليل أن هدف التلوين واضح وهو تمزيق مصر من الداخل ، من خلال تقسيمها إلى دويلات

متعددة ، وفي نفس الوقت يتم محاصرة مصر من جميع حدودها الجنوبية والغربية والشرقية ، كما أن أوجه التشابه والاختلاف في تقديم البنى الخطابية الواقعية وغير الواقعية على مستوى الموضوعات الخاضعة للتحليل ، يظهر تلوين الأخبار بشكل جلي من خلال مقارنة البيئة الواقعية للأخبار لأكثر من موضوع.

3 . دراسة آيات أحمد رمضان (2017)، بعنوان « أزمة مسلمي الروهينجا في خطاب المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية - دراسة تحليلية»⁽³⁾ ، حيث استهدفت الدراسة رصد وتحليل الملامح والسمات البنوية لخطابات المواقع الإعلامية الإلكترونية العربية عينة الدراسة في تناولها لأزمة مسلمي الروهينجا للوقوف على توجهاتها المعلنة ، عن طريق استخراج الأطروحات التي قدمها كل خطاب ، بالإضافة لتحليل القوى الفاعلة الواردة في خطابات المواقع في تناولها للأزمة ، ومعرفة الأدوار والصفات المنسوبة إليها سواء كانت إيجابية أو سلبية ، والوقوف على الآليات الخطابية التي اتبعتها كل خطاب في عرض أطروحاته والبرهنة عليها والإقناع بها ، واعتمدت الدراسة على إعداد تصميم وتصور لاستمارة تحليل الخطاب لمجموعة من المواقع الإعلامية العربية وهي المرصد الإعلامي للأزهر ، موقع القدس العربي، موقع منظمة التعاون الإسلامي ، في الفترة من 24 أغسطس حتى 24 نوفمبر 2017، وخلصت الدراسة إلى تميز خطاب المرصد الإعلامي للأزهر بمنطقية المكان والزمان، وحاول أن يوظفهما بشكل متوافق مع منطقية سرد التصريحات وشهادة الشهود، ليصل بالمتلقي إلى فكرة مكتملة يقبلها العقل، كما لم يستغل الخطاب الإمكانيات الإلكترونية وهو من المآخذ الواضحة على خطاب المرصد، والذي اكتفى بالكلمة فقط في غالب طرحه، واستخدم الصور الموضوعية الثابتة قليلاً ، كما استخدم موقع القدس العربي الخطاب التصويري ، كما تستلزم حالة الروهينجا في ميانمار، حيث صور الخطاب كم المعاناة من خلال الوصف والتصريحات وشهادة الشهود في الداخل والخارج والمسؤولين في الأمم المتحدة والمنظمات التابعة لها، وكذلك النقل عن وسائل الإعلام المختلفة؛ الأمر الذي أوجد حالة من التعاطف مع المأساة ، أما منظمة التعاون الإسلامي فقد استخدمت الخطاب التقريرية التسجيلي حيث حرص على بيان الواقع الصعب لمسلمي الروهينجا وحرمانهم من حقوقهم الأساسية في ميانمار، كما حرص على تسجيل أنشطة المسؤولين في المنظمة في ما يتعلق بجهود حل الأزمة.

دراسات تتعلق بالشائعات عبر الإنترنت:

1 . دراسة سلوى أحمد محمد أبو العلا (2020) ، بعنوان «استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً»⁽⁴⁾ ، حيث تصدى هذه الدراسة لبحث استخدام الموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية على الفيس بوك للإنفوجرافيك كآلية للرد على الشائعات بوصفه الموقع الذي يمثل القناة الرسمية الشرعية في ظل ما يحدث من تطورات تكنولوجية متصاعدة ، والوقوف على الدور الذي يؤديه كوسيلة اتصال متطورة وكآلية لمواجهة الشائعات ، وذلك من خلال تحديد خصائص الإنفوجرافيك المختلفة من حيث الشكل والمضمون ، واستنتجت الدراسة عدم اهتمام الموقع الإلكتروني الرسمي لمجلس الوزراء بوضوح سياق الإنفوجرافيك وخاصة الخاص بالشائعات فكان مجرد قالب جاهز للتصميم يتم وضع عبارة تشير للشائعة وأخرى تشير لتكذيب الشائعة فقط ، دون أي توضيح لعناصر أو

احصائيات أو دلائل أو وسائل إقناع أو مسار منطقي لعرض المعلومات يبين الأسباب والنتائج.

2. دراسة إيناس منصور كامل شرف (2020)، بعنوان « دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد - 19) »⁽⁵⁾، حيث استهدفت الدراسة رصد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستمد منها عينة الدراسة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ، بالإضافة للتعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد من وجهة نظر عينة الدراسة وأهم هذه الشائعات ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في 400 مفردة من الشباب الجامعي الإناث والذكور من سن 18 - 21 في كل من جامعة الأسكندرية ، وجامعة كفر الشيخ ، واستنتجت الدراسة أن 64.4% من عينة الدراسة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد وهي نسبة مرتفعة مما يؤكد إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالدور الذي تقوم به هذه المواقع في نشر بعض الشائعات والمعلومات الغير صحيحة ، بالإضافة لوجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد، مما يدل على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد لدى أفراد العينة .

3. دراسة Samia Tasnim & Md Mahbub & Hoimonty Mazumder (2020)، بعنوان « تأثير الشائعات أو المعلومات الخاطئة حول مرض فيروس كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي»⁽⁶⁾، حيث أوضحت الدراسة أن هناك العديد من الشائعات والخدع والمعلومات المضللة فيما يتعلق بالمسببات والنتائج والوقاية والعلاج من المرض ، والتي انتشرت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، وهذا الانتشار من المعلومات الخاطئة يقلل السلوكيات الصحية ويعزز الممارسات الخاطئة والتي من شأنها تزيد من انتشار الفيروس ، وقد رصدت الدراسة أنه تم الإبلاغ عن عدد لا يحصى من الحوادث المؤسفة الناجمة عن هذه الشائعات على الصعيد العالمي ، وأوصت الدراسة على أنه يجب على وسائل الإعلام ، ومؤسسات الرعاية الصحية ، والمنظمات المجتمعية بناء شراكات استراتيجية وإطلاق منصات لنشر رسائل الصحة العامة الحقيقية .

4. دراسة محمود درويش (2020)، بعنوان « تعامل المواقع الالكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرة البيانات المفتوحة»⁽⁷⁾، حيث استهدفت الدراسة تقديم تحليل واضح للشائعات التي واجهتها الدولة المصرية خلال الفترة محل الدراسة وتحليلها لتحديد أكثر المؤسسات الحكومية تناولا ، ثم تحليل المواقع الالكترونية الخاصة بتلك المؤسسات للوقوف على مدى التزامها بتقديم البيانات الحكومية تناولا ، ثم تحليل المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك المؤسسات للوقوف على مدى التزامها بتقديم المعلومات الخاصة بها بشكل ممنهج في محاولة لمواجهة الشائعات والتصدي لها ، كما ترصد الدراسة مدى توظيف تلك المؤسسات مبادرات البيانات الحكومية المفتوحة كآلية لمواجهة الشائعات ، وخلصت الدراسة إلى تعرض الدولة المصرية لـ 157 شائعة خلال أربعة أشهر ارتبطت بقضايا وموضوعات تمس الحياة اليومية للمواطن المصري ، كما اعتمدت في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل

الاجتماعي على أساليب التخويف واستغلال العاطفة وأسلوب السخرية وأسلوب الاستفزاز ، وارتبطت الشائعات في تلك الفترة بوزارة الصحة والسكان ، والزراعة واستصلاح الأراضي ، المالية ، والتربية والتعليم .

5 . دراسة شيماء محمد عبد الرحيم زيان (2020)، بعنوان « استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية : دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية »⁽⁸⁾، حيث استهدفت الدراسة التعرف على كيفية مساهمة المواقع الإلكترونية الرسمية في نشر الأخبار الحقيقية وتكذيب الشائعات عن فيروس كورونا وتقديم التعليمات والإرشادات الحية الصحيحة من خلال المواقع الرسمية الموثوقة ومواجهة الشائعات ، حيث إن التصدي للشائعات يتم عبر استقاء المعلومات من مصادرها الرسمية ، نظرا للأثار السلبية التي قد تسبب بها الأخبار المغلوطة من تهديد لأمن الدولة وأفرادها ، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي واستخدمت استمارة تحليل مضمون مواقع وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية وما تحتويه من معلومات عن القضايا المتصلة بالشأن الذي تقوم به هذه المواقع من نشر الأخبار والتوعية ومواجهة الشائعات في الفترة من 1 مارس حتى 31 مايو 2020 م، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها انشغال منصات التواصل الاجتماعي الكبرى في زمن كورونا بتسهيل التعامل بين الناس خلال فترات العزل الطويلة نسبيا عبر العالم ولهذا السبب ازدادت بمواقع التواصل الاجتماعي الشائعات والأخبار المفبركة ، كما خلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي يوفر للمستخدمين منافذ يعبروا من خلالها عن استجاباتهم الفردية والجماعية لتفشي جائحة كورونا ، كما أنه يشكل تفاعل المشتركين باتجاهين إيجابي ، يحاول التعايش مع الأزمة وتخطيها ، وسليبي يحاول توظيف الأزمة لنشر الشائعات والخرافات ، وأحيانا لنشر توجيهات عنصرية أو إجرامية أو حتى أيديولوجية مختلفة ، كما ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بشعور الأشخاص بأن الأزمة جماعية وأنهم ليسوا وحدهم الذين يعانون منها ، الأمر الذي خفف من وطأة الأزمة بشكل عام.

6 . دراسة محمد بن عائض التوم (2019)، بعنوان « الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي : توبير نموذجاً»⁽⁹⁾، حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون الشائعة ونوعها ، وأسلوب الشائعات بالإضافة لمعرفة المستهدفين من الشائعة والكشف عن الغموض المتوقع من الشائعة ، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون لمجموع التفريعات المكتملة العناصر التي تم تحديدها من قبل الباحث وهي 62 تفريدا خاصة بحساب هيئة مكافحة الإشاعات ، وذلك مناسبة هذا المنهج لطبيعة وأهداف الدراسة في الفترة من 7 / 1 / 2016 حتى 28 / 12 / 2016، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن الشائعات تسعى إلى تحقيق أغراض عديدة منها بلبله الرأي العام وتدمير الروح المعنوية وإثارة الفرقة والعداء وتكدير الأمن العام ، كما أن الشائعات ذات الطابع السياسي والاقتصادي والعسكري غالبا ما يكون مصادرها من خارج البلاد ، بينما يكون الشائعة الدينية والاجتماعية من داخل البلاد ، كما أن أكثر الشائعات سرعة في الانتشار في أوساط المجتمع السعودي هي الشائعة السياسية والاقتصادية ثم الدينية والعسكرية ، أما الشائعة الاجتماعية فغالبا ما يكون انتشارها بطيء ، إضافة إلى أن من الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز ، ويأتي العامل العرقي في المرتبة الثانية حيث يعكس طبيعة الظروف التي يمر بها المجتمع ، وتأثره بما يحدث للشعوب العربية ومن محاولة المتربصين لاستغلال أفراد المجتمع وتأجيجهم ضد الدولة،

أو جعلهم حطب الحروب والخلافات والتصفيات من خلال تطور مفعول الشائعات وقدرة تأثيرها .

دراسات تتعلق بالتناول الإعلامي لجائحة كورونا:

- 1 . دراسة مروى ياسين بسويبي (2020)، بعنوان « التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية ، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية « كورونا» (10)، واستهدفت الدراسة فحص العلاقة بين مستويات تعرض الشباب المصري لبرامج الرأي التلفزيونية ، ومستوى الروح المعنوية لديهم نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا) من خلال رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن تعرض الشباب المصري لبرامج الرأي التلفزيونية بالقنوات الفضائية المصرية للحصول على معلومات حول أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة ، واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة بلغ قوامها 414 مفردة من الشباب المصري في الفئة العمرية من 18 إلى 35 عاما أما عينة الدراسة التحليلية فاستخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل خلال شهر إبريل 2020 لكل من برنامج « على مسئوليتي» المذاع على قناة صدى البلد ، وبرنامج « أصل الحكاية المذاع على قناة» ام بي سي مصر ، وتوصلت الدراسة إلى غلبة الاتجاه الإيجابي نحو تغطية برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة للفضايا المتعلقة بأداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة ببرامج الرأي التلفزيونية ، كما جاءت التقارير الميدانية المعنية بالإجراءات الاحترازية المتبعة على مستوى الدولة لمجابهة انتشار فيروس كورونا المستجد في المرتبة الأولى ، كما أشارت النتائج إلى غلبة الاستمالات التخوفية المتضمنة في إطار المعالجة الإعلامية لمرض كورونا ، وسبل الوقاية والرهان على وعي المواطن المصري .
- 2 . دراسة سارة سعيد عبد الجواد دسوقي (2020)، بعنوان « اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا» (11)، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة فيروس 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 ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح من خلال إجراء استبيان على عينة من الجمهور العام وبلغ حجم العينة 310 مفردة ، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة تعرض الجمهور لأخبار جائحة كورونا عبر الفضائيات المصرية مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما جاء من خلال تقييم عينة الدراسة بأن الفضائيات المصرية هي الأكثر تمسكا بمبادئ المسؤولية الاجتماعية أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة كورونا ، في حين اعتمدت مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة على التهويل والتضخيم والتخويف أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بالجائحة .
- 3 . دراسة آلاء بنت بكر علي الشيخ (2020)، بعنوان « دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية» (12)، تستهدف هذه الدراسة التعرف على دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمملكة بين المعتمرين وراغبي العمرة ، كما هدفت إلى رصد صورة المملكة عند المعتمرين الدوليين الذين منعوا من أداء العمرة بسبب فيروس كورونا بعد نشر

قرارات التعليق في وسائل الإعلام ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة من خلال تصميم استمارة استبيان على عينة من المواطنين بلغ قوامها 300 مفردة وقد اختيرت بالطريقة العمدية من الذين لديهم رغبة في أداء العمرة هذا العام 1441 هـ ، وقد خلصت الدراسة إلى تصدر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث متابعة الباحثين لها للتعرف على أخبار مصير الحج والعمرة ، من خلال متابعة صفحات الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت بنسبة 66 % ، إلا أن المواقع الإخبارية السعودية احتفظت بمرتبة متقدمة أيضا من جانب اهتمام الباحثين بمتابعتها للتعرف على القرارات الجديدة ، وبلغت نسبة هذه المواقع نحو 7.49%، بينما جاء في المرتبة الثالثة المصدر التقليدي، المتمثل في الأهل والأصدقاء والزملاء بنسبة 37.7 %، ورغم أن القرارات متعلقة بشؤون السفر والسياحة الدينية قد لا يثق فيها الجمهور إلا بعد التأكد منها مباشرة ، إلا أن عينة الدراسة بررت اعتمادها على وسائل الإعلام في التعرف على قرارات الحج والعمرة بثقتها في هذه الوسائل كمصدر للمعلومات.

4 . دراسة فاطمة سعود عبد العزيز السالم (2020)، بعنوان « مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات : جائحة كورونا (كوفيد 19) نموذجا»⁽¹³⁾، حيث استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات عن فيروس كورونا، بالإضافة للتعرف على أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين المواطنين، وتقييم مستوى الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام في ظل انتشار كورونا، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح على عينة قوامها 676 من المواطنين الكويتيين، واختيرت العينة بطريقة غير احتمالية من خلال العينة الشبكية (كرة الثلج) من خلال استمارات الكترونية وتعبئتها رقميا وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي للحصول على آخر الأخبار في الأيام الاعتيادية بنسبة (67.3 %) وخلال أزمة كورونا فبينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية فيما بينهما، كما عكست هذه الدراسة الوعي الكبير الذي يتميز به الجمهور الكويتي وقدرته على التمييز بين مصادر الأخبار المختلفة وثقته الكبيرة في مصادر الإعلام الرسمية، فعلى الرغم من اتجاه الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار كمصدر رئيسي بسبب سهولة وسرعة الحصول على المعلومات من هذه المنصات، إلا أن نسبة الرضا عنها منخفضة لإدراك المتلقين أنها ليست مصادر موثوقة ولا تمثل الأخبار الرسمية.

5 . دراسة حاتم علي حيدر الصالحي (2020)، بعنوان «توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد 19 «دراسة حالة التجربة اليمنية»⁽¹⁴⁾، وتسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن بعض النماذج المجتمعية التي استخدمت تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي فيروس كوفيد 19 في اليمن من خلال معرفة دور مبادرة طبيبي في تقديم المشورة الطبية عن بعد أثناء تفشي وباء كوفيد 19، ومعدل استفادة المجتمع اليمني منها، بالإضافة لرصد التوعية والاستشارات الطبية التي قدمتها مبادرة «أنا طبيب أنا معك» عبر موقع الفيس بوك، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج دراسة الحالة من خلال المبادرات المجتمعية اليمنية التي استخدمت الإنترنت وتطبيقاتها في الحد من تفشي وباء كوفيد 19 ، وتم اختيار مبادرتين هما : مبادرة طبيبي ، ومبادرة «أنا طبيب أنا معك» في الفترة من مايو حتى يوليو 2020 ، وقد خلصت الدراسة إلى تصدر طلبات

الاستشارات الطبية المرتبة الأولى في منشورات مجموعة « أنا طبيب أنا معك »، تليها منشورات التوعية من قبل القائمين على المجموعة، وهذا يعني بأن المجموعة ركزت في الأساس على أداء مهمة تقديم المشورة الطبية، بينما تأتي التوعية كجانب ثانوي، وجاءت معظم الاستشارا نصية بدون إرفاق صور، على الرغم أن الأطر النظرية في الطب عن بعد تؤكد على أهمية إرفاق الصور السريرية والفحوصات التي تساعد الطبيب في فهم الحالة وإعطاء التشخيص الدقيق، وربما يعود ذلك إلى كون أعراض كوفيد 19 صارت واضحة، نتيجة التوعية المكثفة بعد مرور حوالي خمسة أشهر من ظهور الوباء، وبالتالي يمكن للوصف النصي إيضاح تلك الأعراض بدون الحاجة لإرفاق الصور الشارحة للحالة.

6. دراسة أسماء عبد العزيز مصطفى (2020)، بعنوان «اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا : دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية» (15)، حيث استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الثقة لدى المستخدمين المصريين نحو معالجة أزمة وباء كوفيد 19 على الفيسبوك، من خلال رصد مؤشرات الرضا وعدم الرضا في تعليقات المستخدمين المصريين، بالإضافة للتعرف على أسباب رضا أو عدم رضا المستخدمين المصريين، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج الإثنوجرافيا الافتراضية، لتحليل تعليقات المستخدمين على التقرير اليومي لوزارة الصحة المصرية على الفيس بوك في الفترة من 24 مارس، حتى 23 مايو 2020 وقد خلصت الدراسة إلى الاهتمام الانتقائي للجمهور مع المعلومات الصحية، مما يجعل التهديدات تبدو وشيكة بتركيزهم على ارتفاع أعداد الإصابة الواردة في التقرير، وتغافلهم عن حالات التعافي كما لوحظ أن التعليقات الأطول من حيث عدد الكلمات والجمل تحوز عدد إعجابات أكثر، مما يعني أن أصحاب تلك التعليقات شاركوا بأكثر قدر ممكن من تضخيم المعلومات، كما أدى وضع نشي كوفيد 19 الرعاية الصحية تحت ضغط غير عادي وتحديات لايمكن الاستهانة بها على مدى الأشهر القليلة الماضية، مما تسبب في استجابات مختلفة من الجمهور عكس معها اتجاهات رضا متباينة.

7. دراسة هاجر محمود محمد (2020)، بعنوان «استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي» (16)، واستهدفت هذه الدراسة التعرف على الوسائل الإعلامية التي اعتمد الجمهور المصري عليها في الحصول على المعلومات عن أزمة كورونا، بالإضافة للتعرف على دوافع الجمهور المصري للتعرض لوسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون)، والإعلام الجديد (الفيسبوك) للحصول على معلومات عن أزمة كورونا، وقياس كثافة استخدام الجمهور المصري لهذه الوسائل، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح على عينة من الجمهور المصري من خلال استمارة الكترونية ميدانية على عينة من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة وخلصت الدراسة إلى أنه من أهم أسباب استخدام عينة الدراسة للفيسبوك وجودها في الهواتف الذكية المتواجدة معنا طوال الوقت بنسبة كبيرة 65% وذلك لأنها تقدم تغطية مباشرة للأحداث، إضافة إلى تفوق « الفيسبوك» على التلفزيون لتفرده بخاصية التفاعل بنسبة كبيرة، كما جاءت اهتمام الجمهور بتصريحات المسؤولين وبيانات وزارة الصحة بنسبة 66%، وأظهرت نتائج الدراسة أن المتحدثين الرسميين تعاملوا باحترافية في إصدار تصريحاتهم الإعلامية بنسب

متساوية تقريبا بين الاتجاه المحايد %41.5، والاتجاه موافق %41، واعتقدت أيضا أنه تركت أزمة كورونا سمعة حسنة للحكومة المصرية حققت درجة عالية من الثقة والمصداقية في المرتبة الأولى الاتجاه موافق بنسبة %41.5، كما ترى نصف عينة الدراسة أنه « عمدت التغطية التليفزيونية للأزمة إلى التواصل السريع مع مصادر المعلومات لغلغلق باب الشائعات، وجاء الاتجاه الإيجابي لأكثر من نصف عينة الدراسة نحو الأداء الحكومي للتعامل مع جائحة كورونا.

8 . دراسة محمد عثمان حسن علي (2020)، بعنوان « أطر تقديم جائحة كورونا كوفيد -19» في المواقع الاخبارية الالكترونية : دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية»⁽¹⁷⁾، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على موضوعات جائحة كورونا في المواقع الاخبارية الالكترونية، بالإضافة إلى رصد وتحليل الأطر الخيرية المستخدمة في المواقع الاخبارية الالكترونية ومعرفة مسارات البرهنة المستخدمة في المواقع الاخبارية عينة الدراسة لموضوعات جائحة كورونا، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح وذلك من خلال أداتي الاستبيان وتحليل المضمون حيث قام الباحث في الدراسة التحليلية باستخدام المسح الشامل لأعداد المواقع الإخبارية الإلكترونية (الأهرام ، الوفد ، المصري اليوم) في الفترة (2019 /12 /31) حتى (2020 / 5 /31)، وتوصلت نتائج الدراسة التحليلية فيما يختص بجائحة كورونا، حيث تعكس رؤية كل من مواقع الدراسة (الأهرام ، والوفد ، والمصري اليوم) لأبعاد الأزمة، ومحورية القوة الفاعلة المستخدمة في صنع تلك الأحداث، مما يشير إلى مدى الاهتمام بالقوة الفاعلة من وجهة نظر سياسة المواقع وفكرها وفلسفتها، كما اعتمدت مواقع الدراسة على مسارات البرهنة لتناول أحداث جائحة كورونا، وقد تباينت في استخدام تلك المسارات التي شكلت كيفية معالجة موضوعات جائحة كورونا، حيث أظهرت نتائج تحليل الإطار لكل من مواقع المصري اليوم كان أكثر استخداما لمسار البرهنة العقلاني، حيث بلغ نسبته %77.3 مقابل %70.3 للأهرام .

9 . دراسة أحمد عمران محمود (2020)، بعنوان «دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا (دراسة ميدانية)»⁽¹⁸⁾، واستهدفت الدراسة البحث في جوانب الأزمة كما تناولتها مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الجمهور، والتعرف على مستوى الوعي بدور هذه المواقع في ظل انتشار الفيروس، والتنبؤ بزيادة الوعي بمخاطره، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي من خلال صحيفة استبيان طبقت على عينة قوامها 450 مفردة موزعة على محافظات القاهرة والاسكندرية وسوهاج، وخلصت الدراسة إلى اعتماد الباحثين على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات لأنها تمده بأحدث وأهم المعلومات والأخبار بشكل فوري بنسبة بلغت %40.89، وجاء في الترتيب الثاني لأنها تكلفني الكثير من المال حتى أنني من قرائتها بنسبة بلغت %33.33، بالإضافة إلى أن درجة معرفة الباحثين بأخبار ومخاطر فيروس كورونا تزيد بزيادة تعرضهم لمواقع صحف الدراسة كمصدر للمعلومات.

10 . دراسة زينب الحسيني رجب بلال ربحان، بعنوان « المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا » دراسة تحليلية»⁽¹⁹⁾، حيث استهدفت الدراسة التعرف على كيفية معالجة الفضائيات المصرية من خلال (النشرات - البرامج) لجائحة كورونا، وذلك من خلال رصد أهم الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا والتعرف

على مدى اهتمام النشرات والبرامج الحكومية والخاصة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الكشف عن الأطر المستخدمة في عرض الموضوعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على تحليل المواد الإخبارية (نشرات - برامج) التي تبث عبر القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة للقناة (الأولى - cbc) بواسطة العينة العمدية في الفترة من 15 / 3 / 2020 حتى 15 / 6 / 2020، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا تمثلت في المراسلين والمسؤولين الحكوميين (للنشرات - البرامج) عينة الدراسة، وأظهرت النتائج أن أساليب التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا كانت بأسلوب تفعيل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي بكل من (النشرات - البرامج) يليه أسلوب استخدام المطهرات بالنسبة للنشرات، ومتابعة مستجدات الفيروس بالنسبة للبرامج، كما جاءت أهم الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا في هدف التوعية والتحذير بكل من النشرات والبرامج، يليه هدف تفعيل الإجراءات الاحترازية بالنسبة للنشرات، ومواجهة الشائعات للبرامج .

11 . دراسة نزمين علي عجوه (2020)، بعنوان «استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا» دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية»⁽²⁰⁾، حيث استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في اتصال المخاطر أثناء تفشي الأوبئة أو الجوائح، بالإضافة إلى تحديد الممارسات الفعالة من قبل وزارة الصحة لاتصال المخاطر في المراحل المختلفة لأزمات تفشي الأوبئة والجوائح، ومعرفة مستوى تفاعل واندماج الجمهور مع وسائل المخاطر من أجل تقييم فاعلية استراتيجيات المخاطر للمؤسسات الصحية أثناء تفشي الأوبئة أو الجوائح، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح مسح مضمون منشورات صفحتي وزارة الصحة والسكان المصرية والمتحدث الرسمي باسمها على موقع « الفيس بوك » وذلك بغرض التعرف على استراتيجيات اتصالات المخاطر التي تم استخدامها في مواجهة جائحة كورونا في الفترة من 1 يناير 2020 حتى 30 يونيو 2020 من خلال استمارة تحليل مضمون وخلصت الدراسة إلى تصدر استخدام استراتيجية الطمأنة في مرحلة ما قبل الأزمة حيث احتلت 60% وتراجع استخدامها في كل من مرحلة الأحداث الأولية للأزمة ومرحلة الأزمة بنسب 12% و 6% على الترتيب، بينما احتلت استراتيجية رسائل المخاطر بنسب ضئيلة في مرحلتها الأزمة والأحداث الأولية للأزمة حيث جاءت بنسبة 9% لكل منها، ولم يتم استخدامها في مرحلة ما قبل الأزمة نتيجة عدم المعرفة بكل التفاصيل العلمية الخاصة بالمرض في المراحل الأولى للأزمة، وأخيرا تم استخدام استراتيجية التحذيرات بنسب أقل في جميع مراحل الأزمة حيث استخدمت بنسبة 16 % في مرحلة ما قبل الأزمة تلاها مرحلة الأزمة بنسبة 5%، ولم يتم استخدامها في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة .

التعليق على الدراسات السابقة:

-تنوعت المناهج البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة إلا أن التركيز على منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن ووظفت معظمها أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لجمع البيانات عن جميع متغيرات الدراسة .
-ندرة الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي للقضايا الصحية فمعظم دراسات الخطاب الإعلامي تتعلق

بالأوضاع السياسية.

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مجتمع وعينة الدراسة التحليلية. ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على تحديد منهج الدراسة وصياغة التساؤلات الخاصة لها وتحديد المفاهيم الإجرائية.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي، وهو: «ما مرتكزات الخطابات الإعلامية للمواقع الرسمية المصرية الإلكترونية « فيس بوك» تجاه الشائعات خلال جائحة كورونا؟» وتنبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:
1. ما الأطروحات التي تناولتها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة في خطابها الإعلامي تجاه الشائعات خلال جائحة كورونا؟ وما مضمون كل أطروحة؟
 2. ما أهم مسارات البرهنة والحجج الإقناعية التي اعتمدت عليها عينات الدراسة من المواقع الإعلامية الرسمية المصرية في الإقناع بما تقدمه من أطروحات؟
 3. ما أهم القوى الفاعلة في تصورات كل من خطابي المواقع الإعلامية محل الدراسة أثناء تناولها لموضوع الدراسة؟ وما الأدوار المنسوبة إلى كل منها؟
 4. ما السمات العامة للخطاب الإعلامي المتعلق بالشائعات محل الدراسة في المواقع عينة الدراسة؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

مناهج الدراسة:

1 - منهج المسح الإعلامي:

وتستعين الدراسة بهذا المنهج في مسح المواد الإعلامية التي احتوت على المنشورات الخاصة بالشائعات حول جائحة كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة والتي وردت خلال فترة من 1 مارس 2020 حتى 1 مارس 2021 أي سنة؛ بغية إخضاعها للتحليل؛ للتعرف على آلياتها المختلفة ومن ثم رصد وتوصيف الخطاب الصحفي الخاص بكل منهما، باعتبار أن منهج المسح يساعد في اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التي قد لا يستطيع الباحث الوصول إليها بدون المسح .

أدوات البحث:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل الخطاب من خلال تصميم استمارة تحليل الخطاب بفتاها المختلفة ومن خلال

الآليات المختلفة لتحليل الخطاب:

- 1- تحليل الأطروحات: وهي الأفكار الرئيسية المسيطرة على الخطاب في تناوله وعرضه للشائعات المختلفة.
- 2- تحليل القوى الفاعلة: وهو تصور خطابات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للأطراف المؤثرة في القضية محل الدراسة لرصد الأفعال والأدوار سلبيًا وإيجابيًا من وجهة نظر الخطاب بهدف التعرف على الفاعل.
- 3 - تحليل مسارات البرهنة: أي دراسة الطرق المختلفة التي يلجأ إليها الكاتب للتدليل على صحة أفكاره من خلال الحجج الإقناعية المختلفة.

إجراءات الصدق في استمارة تحليل الخطاب:

تم إعداد تصميم وتصور لاستمارة تحليل الخطاب، ثم عرض الاستمارة مصحوبة بخطة البحث ودليل التعريفات الإجرائية على مجموعة من الأساتذة لإبداء الرأي حول مدى صلاحيتها للتطبيق⁽²¹⁾.

عينة الدراسة التحليلية:

تتمثل في مجموعة من الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي « الفيسبوك » : وهي الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري ، صفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، الصفحة الرسمية لوزارة الصحة، المركز الإعلامي للأزهر، وتم حصر جميع الموضوعات المطروحة عن الأزمة على مواقع الدراسة خلال فترة البحث. ويتمثل الإطار الزمني للبحث: في سنة، تبدأ من: 1 مارس 2020 حتى 1 مارس 2021، وهي فترة ظهور الوباء في مصر وتساعد الأزمة مروراً بزيادة أعداد المصابين، وإغلاق المدارس ثم التحول إلى التعليم عن بعد وإطلاق منصات تعليمية، إضافة لمنع إقامة الصلاة في المساجد وغيرها من الأحداث على الساحة المصرية .

مبررات اختيار العينة: تم اختيار العينة بناء على دراسة استطلاعية تم إجراؤها في فترة ثلاث أشهر من بداية الأزمة في 1 مارس 2020م للتعرف على صفحات الفيسبوك الأكثر تناولا للشائعات خلال جائحة كورونا، كما وجدت مجموعة من المبررات العلمية لاختيار العينة وبيائها كالاتي:

- 1 . التنوع في العينة ما بين مواقع تمثل مؤسسات تشمل قطاعات عرضة من الهيئات المختلفة كمجلس الوزراء، ومواقع تهتم بالقطاع التعليمي خاصة وأن القطاع التعليمي من أكثر القطاعات تأثراً بالشائعات خلال الجائحة، ومواقع تهتم بالقطاع الصحي باعتبار أن الجائحة تعرض أكثر لصحة المواطنين.
- 2 . وجود أرشيف إلكتروني مكتمل ومتاح للتصفح لتيسير الوصول إلى العينة.

وتم العثور خلال فترة الدراسة على (191) موضوعاً قابلاً للتحليل في موقع المركز الإعلامي لمجلس الوزراء و(10) في موقع وزارة الصحة والسكان المصرية و(16) في موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي و (2) في موقع المركز الإعلامي لجامعة الأزهر، ليكون إجمالي الموضوعات التي تم تحليلها (219) موضوعاً.

المواقع الرسمية المصرية - عينة الدراسة:

أولاً- الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري: (22)

تم تشغيل الموقع في 28 أغسطس 2018 بموجب قرار من الدكتور مصطفى مدبولي رئيس مجلس الوزراء ، رقم 1506 لسنة 2018 ، على أن يتولى عرض أنشطة الحكومة المصرية والقرارات المهمة الصادرة من مجلس الوزراء ، وحازت الصفحة على 3.8 مليون من إجمالي تسجيلات الإعجاب ، وحوالي 4 مليون من إجمالي المتابعات، حيث يتولى المركز الإعلامي توضيح الحقائق للرأي العام ، ودحض الشائعات حول مختلف القضايا والموضوعات، في إطار من الشفافية والمصادقية، وقد تولت الدكتورة نعيم سعد زغلول رئاسة المركز الإعلامي، وهاني يونس المستشار الإعلامي لرئيس الوزراء الإشراف العام على جميع أعمال المركز الإعلامي، بالإضافة لعدد كبير من الباحثين على أعلى مستوى يعملون داخل المركز لمواجهة الشائعات على مدار 24 ساعة، ومتابعة كل ماهو مثار على وسائل الإعلام، ويتم الرد من خلالها بكل الطرق، سواء عبر الإعلام المرئي أو وسائل التواصل الاجتماعي .

وتولى المركز إصدار 193 تقريراً لتوضيح الحقائق للشعب والرد على الشائعات سواء من مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار في الأعداد الأولى لإصدار هذا التقرير منذ أكتوبر 2014، أو من المركز الإعلامي بعد إصداره لمتابعة ورصد الموضوعات المثيرة للجدل على شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية المختلفة، ومتابعة ردود الفعل، وتحليلها بهدف توضيح الحقائق حول هذه الموضوعات، فالمركز الإعلامي قد يستغرق بعض الوقت في الرد على الشائعات، وذلك بعد التأكد من مدى انتشارها حتى لا يكون أداة مساعدة في ترويجها ولعدم إتاحة الفرصة لخروج معلومة غير صحيحة أو غير دقيقة من جهة رسمية مثل رئاسة مجلس الوزراء المصري التي يمثلها المركز، كما أن للإعلام دور كبير في مواجهة الشائعات، لذا فإنه يتم إصدار تقارير توضح الحقائق في عدة صور، وألها التقرير المكتوب بشكل نصي، الذي يستهدف في المقام الأول وسائل الإعلام المقروءة مثل الصحف الورقية والمواقع الإخبارية، ويتم إصداره في شكل فيديو يستهدف القنوات التلفزيونية، كما يتم إصدار نسخة خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي تنشر على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على الفيس بوك، حيث تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار الشائعات لأنها تسهل عملية نقل الخبر وتداوله بين مئات المتابعين وخاصة موقعي « فيس بوك وتويت » نظراً لارتفاع معدلات الوجود عليها حيث إن القطاعات التي تمس حياة المواطنين هي أكثر القطاعات التي تواجه الشائعات حيث يأتي قطاع الترميم في المركز الأول بنسبة 20 % ، ثم التعليم 18 % ، والاقتصاد 16 % ، والنقل والمواصلات 13 % ، ثم الصحة 12 % .

ثانياً- الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية: (23)

انشأت هذه الصفحة في 28 يناير 2020 م حيث تسعى إلى رفع مستوى الخدمات الصحية وتيسير حصول المواطنين عليها من خلال استقبال مقترحات المواطنين والعاملين بالمجال الصحي من أجل الحفاظ على صحة المواطنين عن طريق الخدمات الصحية والوقائية والعلاجية وتحسين صحة الأفراد والبيئة.

وقد قامت الوزارة في الفترة الأخيرة بمجهود كبير لمتابعة آخر المستجدات عن جائحة كورونا من خلال توفير كافة الخدمات الطبية والصحية اللازمة للتعامل الفوري مع هذا الملف ، إضافة إلى زيادة أعداد المستشفيات المتعاملة مع الحالات المصابة طبقا لما يتم رصده من زيادة في هذه الاعداد هذا إلى جانب ما تم اتخاذه من قرارات تتعلق بتفعيل تشغيل العديد من المستشفيات العامة والمركزية على مستوى المحافظات ، بالإضافة لتجهيز جرعات العلاج وتوزيعها عن طريق القوافل العلاجية والوحدات وتوزيع جرعات العلاج لحالات العزل المنزلي والمخالطين ، وتطوير العمل داخل الغرفة المركزية للعمليات خلال مراحل إدارة الجائحة ، حيث إنه في المرحلة الأولى لانتشار الفيروس تم إنشاء غرفة مركزية مكونة من جميع الجهات المعنية للتواصل مع المستشفيات المحددة وفي المرحلة الثانية تم إقامة نظام مميكن للربط بين المستشفيات وغرف الإسعاف والغرفة المركزية للعمليات بوزارة الصحة، وفي المرحلة الثالثة تم إنشاء غرف عمليات مركزية لكل محافظة يتم ربطها بالغرف المركزية، وتحتضن هذه الغرف بتسجيل جميع الحالات الإيجابية للمستشفيات داخل المحافظة وتوزيع الحالات داخل مستشفيات المحافظة ومتابعة وتشغيل غرفة عمليات إسعاف المحافظة ومتابعة حالات العزل المنزلي وصرف الدواء.

ثالثاً- الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

انشأت هذه الصفحة في 3 سبتمبر 2014 م، وتغير اسمها إلى Education Ministry of Higher ، في 17 سبتمبر 2014، وفي 13 إبريل 2020 تم تغيير اسمها إلى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وتعتبر حلقة وصل بين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والطلاب وأعضاء هيئة التدريس وقد بلغ إجمالي تسجيلات الإعجاب 1.2 مليون، وحوالي 1.3 مليون متابع، وقد تولى رئاسة المركز الدكتور خالد عبدالغفار، وزير التعليم العالي والبحث العلمي والمستشار الإعلامي والمتحدث الرسمي للوزارة، حيث يهدف المركز الإعلامي إلى بناء الشخصية العلمية والإنسانية لقطاع عريض من الشباب سواء الجامعات أو المعاهد العليا والوزارة في سعيها إلى تحقيق أهدافها في بناء شخصية سوية ومتكاملة وعصرية قادرة على أداء رسالتها في المجتمع وتحمل مسؤولياتها تجاه وطنها. (24)

ويكفل المركز الإعلامي تدفق المعلومات والأخبار حول الأنشطة والفعاليات والإنجازات المختلفة التي تقدمها قطاعات الوزارة، وكذا المراكز والمعاهد والهيئات البحثية بالوزارة بما يضمن تغذية وسائل الإعلام بكافة ما تشهده هذه القطاعات من أنشطة وفعاليات.

وقامت الوزارة بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب وسائل الإعلام في التواصل مع الرأي العام، وذلك من خلال الحسابات الرسمية للوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد عكس ذلك تطور ملحوظ على مستوى توظيف الإنتاج الرقمي للمضامين الإعلامية التي تقدم للإعلاميين والرأي العام من خلال الحسابات الرسمية للوزارة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث شهدت هذه الصفحات خلال الفترة الماضية غزارة ملحوظة في إنتاج الإنفوجرافات التوضيحية، والفيديوجرافات، والفيديوهات القصيرة، والأفلام التسجيلية، والصور، والتي أسهمت بشكل واضح في التواصل الجيد مع الرأي العام.

إضافة إلى التطور الملحوظ على مستوى سرعة مواجهة الشائعات والأخبار الكاذبة التي تتناول مجالات التعليم

العالي في مصر، من خلال لجنة الرصد الإلكتروني بالمركز الإعلامي، والتي ترصد هذه الشائعات والأخبار الكاذبة مع تولي سرعة الرد عليها وتصحيحها للرأي العام، بالإضافة إلى نشر أسماء الجامعات والمعاهد والأكاديميات المعتمدة من وزارة التعليم العالي لحماية الطلاب من الكيانات الوهمية التي تقوم الوزارة بإغلاقها فور التحقق من عدم حصولها على التراخيص اللازمة من الوزارة، مع التأكيد على السرعة الجيدة في التعامل مع الأزمات الطارئة التي يشهدها المجتمع الأكاديمي، من خلال الرصد السريع لهذه الأزمات، وتشكيل غرفة عمليات إلكترونية سريعة للتعامل مع الأزمة لحظة بلحظة، وذلك من خلال قيام المركز الإعلامي للوزارة بدعم إدارات الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات في إدارة الأزمات الطارئة التي تحتاج إلى سرعة التحرك الإعلامي.

ولا تغفل الوزارة الدور الرائد للصفحات الرسمية للوزارة في التفاعل مع أولياء الأمور والطلاب، ونقل شكواهم واستفساراتهم لقيادات الوزارة المختصة والإجابة عنها وحل تلك المشكلات، بالإضافة إلى عمل نشرة أسبوعية تعرض ملخص أنشطة الوزارة في أسبوع، والرد على تعليقات متابعي صفحات التواصل الاجتماعي للوزارة، بالإضافة لاستقبال مقترحات واستفسارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالمجتمع الأكاديمي، ورفعها إلى الوزير لتولي الإجابة عنها من خلال فيديو دوري بعنوان «أنت تسأل ووزير التعليم العالي والبحث العلمي يجيب». ويعكف المركز خلال الفترة القادمة على عدة موضوعات أساسية، حيث يستهدف التسويق المحلي والإقليمي والدولي لمنتدى التعليم العالي والبحث العلمي والتسويق للمشروعات القومية في مجال التعليم العالي والبحث العلمي ولاسيما الجامعات الأهلية الجديدة، وتطوير أساليب التواصل والتفاعل مع منتسبي المجتمع الأكاديمي بكافة الجامعات المصرية من خلال قوائم البريد المباشر لأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة.⁽²⁵⁾

رابعاً- المركز الإعلامي لجامعة الأزهر:⁽²⁶⁾

انشأت هذه الصفحة بتاريخ 6 مارس 2014 أصدر الدكتور محمد المحرصاوى رئيس جامعة الأزهر قرارا بتشكيل المركز الإعلامي للجامعة، ونص القرار على تشكيل المركز الإعلامي برئاسة الدكتور محمد المحرصاوى رئيس الجامعة، وعضوية كل من الدكتور أحمد زارع مديرا للمركز ومتحدثا رسميا، حسام شاکر منسقا إعلاميا لكليات الجامعة والوافدين، محمد سيد محمد منسقا إعلاميا لإدارات الجامعة ومجمع البحوث، محمد خليفة محمد منسقا للإنتاج الإعلامي والتصميم، محمد عبدالغفار زهرة منسقا لشئون الرصد والمتابعة، حامد سعد عبدالمنعم منسقا إعلاميا لمستشفيات الجامعة والمشيخة ودار الإفتاء، محمد طارق أبواليزيد مسؤولا عن وحدة التصوير. حيث يهدف تشكيل المركز إلى تطوير وتقسيم العمل به إلى تخصصات متنوعة يتولى كل عضو فيها مسؤولية قطاع داخل الجامعة إضافة للتواصل مع وسائل الإعلام وتيسير مهامهم لنقل صورة صحيحة للرأي العام. فالمركز الإعلامي هو الجهة الوحيدة المناط بها التواصل والتنسيق مع وسائل الإعلام فيما يخص أنشطة كليات الجامعة وقطاعاتها المختلفة.

وفي إطار جائحة كورونا أكد المركز الإعلامي لجامعة الأزهر أن إدارة الجامعة تتابع تفعيل الكليات للتعليم عن

بعد والتأكد من تطبيق القرارات الصادرة من مجلس الوزراء بتخفيض أعداد العاملين داخل الكليات والمدن مع الحفاظ على سير العمل.

مؤكدًا عدم الانسياق خلف الشائعات، وأن أي قرارات ستصدر بشأن الجامعة أو المدن سيتم نشرها على المركز الإعلامي للجامعة والموقع الإلكتروني للجامعة، حرصًا على سلامة العاملين والطلاب وأعضاء هيئة التدريس بالجامعة في إطار التوصيات والمعايير الوقائية الصحية والتي نحرص على الالتزام بها، وتقليل التحركات، والالتزام بالبيوت للحد من تداعيات هذا الفيروس.

الشائعات:

مفهوم الشائعات:

الإشاعة لغة كما جاء في لسان العرب لابن منظور (ابن منظور 1997م ، ص 67) شاع الخبر في الناس : يشع شيعا وشيعانا ومشاعا وشيوعه ، فهو شائع ، انتشر وافترق وذاع وظهر وأشاعه هو وأشاع ذكر الشيء : أطاره وأظهره وقولم : هذه خبر شائع وقد شاع في الناس ، وقد تعددت التعريفات لمفهوم الشائعات منها : « الإشاعة هي معلومات أو أخبار شفوية أو كتابية غير مؤكدة المصدر ، وتظهر الإشاعة لتفسير موقف يكتنفه الغموض نتيجة غياب الأخبار الدقيقة والموضوعية والشاملة ، ويدور موضوع الإشاعة حول شخص أو فكرة أو شيء ما ، ويعتمد مدى انتشار الإشاعة على أهمية موضوعها في حياة الناس ووجود وضع غامض يحتاج إلى تفسير(27) ، وقد عرف ريبير الشائعة في قاموسه لعلم النفس بأنها « تقرير غامض أو غير دقيق أو قصة أو وصف يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالبا وتميل الشائعات إلى الانتشار في أوقات الأزمات في المجتمع وتداول دائما حول أشخاص في ظل توفر معلومات غامضة عن هؤلاء الأشخاص أو الأحداث. (28)

الشائعات ومواقع التواصل الاجتماعي:

تمثل الشائعات إحدى أدوات الحرب الحديثة ، والتي تندرج ضمن ما يسمى بالجيل الرابع من الحروب ، والذي تعد فيه الشائعة أحد الأساليب المهمة في تنفيذ مهامها ، حيث أضحت أحد الأدوات التي تلجأ إليها الدول لتبرير سياستها الداخلية والخارجية في أوقات الأزمات والكوارث ، وأن تأثير هذه النوعية من الشائعات قد يكون شديد الخطورة، لذا تقوم معظم الدول المتقدمة على إيجاد خطط لمحاربة الشائعات ، لإدراكها الخطر الحقيقي (29) وعلى الرغم من أن الشائعة لا تعتبر من الظواهر الحديثة في العالم المعاصر، كونها ظلت ملازمة لتطور المجتمعات على مر العصور، فإنها في الوقت الراهن باتت من أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمعات في قيمها ورموزها، إذ أن هناك من يرون أن خطورها قد يفوق أحيانا أدوات القوة التي تستخدم في الصراعات السياسية، بل إن بعض الدول تستخدمها في الحروب النفسية التي تسبق تحرك الآلة العسكرية (30).

حيث تمثل الشائعة كظاهرة اجتماعية عنصرا مهما في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، فهي وليدة مجتمعاتها، وتعتبر تعبيرا عميقا عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وتتضح أهمية

دراسة الشائعات من التأثير الكبير لها على المجتمعات ، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فمن خلال الشائعات يمكن أن يتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقتهم وتفاعلمهم ، فهي تعد خطرا كبيرا يهدد المجتمع لما لها من آثار سلبية على تماسك المجتمع، كما تساعد على بلبله الرأي العام على المستوى الفردي والجماعي والمجتمعي، وكذلك على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.

ولكل شائعة جمهورها في الوسط الاجتماعي، ولذلك فإن أنسب مناخ لانتشارها هو الحاجة والرغبة الشديدة لمعرفة الأخبار ، وعندما يقل تدفق الأخبار الصحيحة من مصادرها الموثوق بها، تزيد الشائعات ويصبح الجو مناسباً لإطلاقها وترويجها ، كما يستحيل تجاهلها لما لها من عواقب وآثار بالغة الخطورة على مستوى السلوك والتصرف الجماعي، ويؤثر في سرعة انتقالها عوامل كثيرة منها وسائل الإعلام والتقنيات الحديثة، ويمكن القول أنه مثلما يتعرض الأمن القومي للشائعات بقصد زعزعة الأمن والاستقرار، فقد تروج شائعات عن النظام السياسي أو اختيار العملة أو أعمال تخريبية، مما يثير اهتمام الناس.

ومن أهم مخاطر الشائعات على المجتمع هي التحريف للحقائق والتزييف وهدم الرموز، ومن ثم زعزعة الاستقرار للأفراد في المجتمع وإثارة الفتن وهو مانلمسه في واقعنا من تصديق المستخدمين لأي خبر ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (31)

حيث أسهم عدم وجود قيود على تداول المعلومات ، وعدم وضوح المسؤولية القانونية التي تترتب على النشر عبر هذه الوسائل في انفلات الاستخدام والتوظيف ، فقد تم استخدامها في مناسبات كثيرة كأحد أدوات إدارة الصراع. (32)

وبذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لتداول الشائعات لأسباب متعددة منها أن مواقع التواصل الاجتماعي يجرها مواطنون عاديون ليس لديهم الوعي الكافي بمخاطر الشائعات وليسوا إعلاميين متخصصين أو محترفين تمسوا على التمييز بين الخبر الزائف والخبر الحقيقي، إذ أصبح الجمهور يستعمل هذه المواقع الالكترونية بدون قيد أو شرط على الرغم من ضعف خبراتهم التقنية ، واللغوية في التعامل معها والجهل وقلة خبرتهم بالسمات التي تقدمها هذه الوسائل وقلة معلوماتهم عن سلبيات الاستخدام المفرط لهذه الوسائل إذ أصبحوا يعتمدون على هذه الوسائل كبديل يوفر لهم حرية وانفتاح في تناول الأخبار والمعلومات والشائعات ومشاركتها التي وفرت لهم قدرا من الإشباع للحاجات التي لم يجدوها في الوسائل الأخرى. (33)

ولما تنسم به مواقع التواصل الاجتماعي من امكانيات تكنولوجية ضخمة ، لديها قدرة كبيرة على التلاعب ومعالجة الصور الثابتة ، وإنتاج مقاطع فيديو مختلفة وفيركتها ، إلى جانب التحكم تقنيا في الصوت والصورة الأمر الذي جعل من الجمهور أمام مهمة صعبة في التحقق والتدقيق والتثبت مما يتم تداوله من أخبار وشائعات. (34)

مصادر انتشار الشائعات في الفيسبوك:

1. حسابات وهمية تكون بأسماء مستعارة وبعضها يحظى بشهرة واسعة وعدد كبير من المتابعين والأصدقاء، وقد تقوم هذه الحسابات بنشر بعض الأسرار الشخصية العامة كوسيلة لجذب المتابعين وبعضها يجني الكثير من المال عن طريق الإعلانات المدفوعة التي يقوم بنشرها على حسابه مما يجعلها أداة سهلة لاختلاق وتداول الشائعات
2. مجاميع منتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي أو صفحات خاصة يقوم بعض الأشخاص بفتحها لصالح فكرة معينة وتستهدف شخصيات أو أحزاب وهو ما قد يجعلها أداة سريعة لنقل وتداول الشائعات .
3. الحسابات الشخصية التي تقوم بمشاركة الأخبار من مواقع غير موثوقة على الانترنت وهي مواقع لا تحظى بثقة عالية مثل المنتديات والمدونات وبعضها مخصص لنشر الأخبار الزائفة والشائعات وتسمى بالمواقع الصفراء وأكثر الشائعات التي تنشر فيها شائعات وفاة الشخصيات السياسية أو المشاهير .
4. الأخبار مجهولة المصدر وهي الأخبار التي تقوم وسائل الإعلام بمصدرها إياها وتكون منافية للحقيقة أو تكهنات أو بالونات اختبار لقياس ردة فعل الجماهير نحو قضية معينة⁽³⁵⁾

ومن الأساليب التي تستعملها صفحات الفيس بوك في نشر الشائعات:

1. ممارسات إعلامية خاطئة مخططة أو غير مخططة ، وتساهم في تكوين الشائعة كالاتحاد على مصادر مجهولة وغير معلنة ، مثل ما تقوم به صفحات الفيس بوك باستعمال عبارات « التأكيد » حسب مصادر مطلعة على الموضوع « حسب مصادر موثوقة بدون الإشارة إلى هذه المصادر بأسماء معينة تبقى هذه المصادر مجهولة الهوية وغير معروف علاقتها بالموضوع المنشور وغياب كيفية حصولها على المعلومات.
2. عدم التوازن في المادة الإعلامية كقيام القائم بنشر الإشاعات بمنع الأطراف المتحدث عنها في الدخول في حوار مباشر مع أصحاب الصفحة عن طريق خاصية « تجميد العضوية » فضلا عن استعمال أسلوب الإيحاء والتلميح ، والذي يؤدي إلى قيام المتلقي بالتخمين والتوقع مما يؤدي إلى خلق الشائعات.
3. الإثارة في العناوين ، والتي قد تختلف مع مضمون الخبر والعديد من العبارات والعناوين المثيرة لجذب انتباه المتلقي والترويج لخبر مختلف ، يتم نشره بطريقة قالبية للاستهلاك من الرأي العام ، عن طريق المبالغة والتهويل في التشويه والتلاعب بالحقيقة بهدف التأثير ، تحقيقا لأغراض سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو على النطاق المحلي ، الإقليمي ، أو العالمي ، لإدخال الجماهير على نحو غير محسوس في الوعي.
4. الإضرار والابتزاز ويعني قيام بعض الأشخاص بنشر معلومات أو وثائق بهدف الانتقام الشخصي من أفراد أو شركات ومؤسسات سبق لهم العمل فيها وقد وقع عدد كبير من الأفراد ضحية الابتزاز عن طريق نشر الصور أو التشهير أو التصوير دون علم أو إذن واستعمال مقاطع فيديو مفبركة أو نشر شائعات كاذبة ، الغرض منها الحط من قدر الأشخاص وقد كثر هذا وأصبح مصدر ألم وقلق للجميع لأن كل أحد يمكن أن يقع ضحية لهؤلاء المبتزين وغالبا ما يكون الأفراد المستهدفين هم شخصيات سياسية واجتماعية أو صناع قرار لهم دور في المجتمع يتم استهدافهم بسبب قضية أو موضوع ما أو معاملة تم توقيفها أو تهديد وما شابه ذلك.

5. التشويق : تقوم صفحات متعددة بالتركيز على عنصر التشويق والإثارة في المنشورات بنشر عنوان يحتوي على توعده وتهديد وخلق الإثارة لدى المتلقي ، وتطلب من مشتركها الصفة بنشر هذا المنشور كشرط لنشر المحتوى الكامل للإشاعة حتى يتم تداولها على نطاق واسع فضلا عن الإثارة البصرية التي تهدف الصفحات المذكورة نشر الإثارة وإضفاء المصداقية على منشوراتها عن طريق الإثارة البصرية بنشر صور تضيف نوع من الشرعية على منشوراتها الذي يسهل معه التزوير والتلاعب بالصور وقد يصدقها الجمهور بسبب الجهل في إمكانية التأكد من صدق الصور ومقاطع الفيديو .⁽³⁶⁾

دور الحكومة في مواجهة الشائعات:

أصبحت حروب الجيل الرابع التي أكد عليها مجموعة من الخبراء معتمدة على شبكة الانترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص لهدم الدولة المصرية التي تواجه في هذه المرحلة آلاف الشائعات ، فتأثيرها كارثي على الروح المعنوية للمواطنين ، الذين يشعرون بالإحباط نتيجة لفقد الثقة في القيادات المسؤولة عن مؤسسات الدولة ، لأنها منفذ كبير لنشر الشائعات ، فاستخدامها لنشر الشائعات مرجعه الرئيس هو انتشار تلك المواقع وتوافرها لدى كل مواطن ، مما يسهل عملية وصول الشائعة إليه وتأثيرها البالغ في نفسه ، فهي تعتمد على الاستخدام السيء للتكنولوجيا وهو العمل على تزييف الحقائق وتغييرها .

ويعتبر القضاء على الشائعات ومقومتها بالمعلومات أفضل وسائل مكافحتها من خلال المبادرة في تقديم الأخبار الصادقة وكشف الحقائق للجمهور ، لأن الشائعة تنشر وتروج حينما لا تكون هناك معلومات ، ولذلك يجب تقديم أدق المعلومات والأخبار الممكنة كاملة وبسرعة ، فالشائعات تنتشر في غيبة المعلومات أو عند تضاربها ، أو حينما يعجز الجمهور عن فهم الأخبار التي يتلقونها .

وهذا ما نبهت إليه الحكومة المصرية لما تتعرض له الدولة من مؤامرات تستهدف التأثير السلبي على الرأي العام ، باستخدام الشائعات كسلاح لنشر المعلومات الخاطئة وزعزعة النظام ، فبدأت تولي أهمية كبيرة لهذا الملف خاصة خلال الفترة الأخيرة ، من خلال الرد على تلك الشائعات ومواجهتها بالمعلومات الدقيقة والمحدثة حيث تؤدي إتاحة المعلومات دورا مهما في بناء الثقة بين الحكومة والمواطنين ، ولمواجهة ذلك كان هناك حرص مستمر على توفير كافة المعلومات الصحيحة التي تتمتع بأعلى درجات الشفافية من مصادرها الرسمية دون حجبتها ، لأن هذا الأمر من شأنه رفع الوعي المجتمعي إزاء مختلف القضايا والموضوعات ، وفي نفس الوقت يحافظ على درجة عالية من الشفافية والمصداقية في التعامل مع المواطنين ، باعتبار ذلك أحد الوسائل الهامة لدحض الشائعات ومواجهتها.⁽³⁷⁾

ولمكافحة الشائعات والمعلومات المغلوطة التي تحتاح مواقع التواصل الاجتماعي في مصر حول جائحة كورونا ، جاء قرار رئيس مجلس الوزراء باتخاذ كافة الإجراءات القانونية ضد كل من أذاع أخبارا أو بيانات كاذبة ، أو شائعات تتعلق بفيروس كورونا بهدف تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب بين المواطنين ، أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة ، حيث إن الآونة الأخيرة شهدت انتشارا للشائعات وتناقل المعلومات من خلال بعض المواقع

الالكترونية ومن العقوبات التي يتضمنها القرار أن التورط في بث الشائعات والترويج لها يعاقب بالحبس لمدة عام أو غرامة حتى 20 ألف جنيه ، كما أن عقوبة تزوير بريد الكتروني الحبس 3 أشهر أو غرامة 30 ألف جنيه ، وذلك لمن ينتحل صفة شخص أو حساب هيئة رسمية ، وجاءت هذه القرارات بعد انتشار الشائعات حول تفشي الإصابات بفيروس كورونا بأحاء الجمهورية ، حيث أثرت بشكل كبير على المواطنين وأدى إلى وجود حالة من الذعر والهلع .

مفهوم فيروس كورونا (كوفيد - 19) :

فيروس كورونا المستجد Covid-19 هو فيروس جديد ضمن فصيلة كبيرة تسمى الفيروسات التاجية « كورونا » والتي تصيب الجهاز التنفسي وتتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد خطورة مثل : سارس ، وميرس ، ولم يتم اكتشاف علاج لـ « كوفيد -19 » حتى الآن .⁽³⁸⁾

وفيروسات كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي تسبب أمراض الجهاز التنفسي مثل الزكام والالتهاب التنفسي الحاد ، وقد بدأ ظهوره في 31 ديسمبر 2019 م ، حيث تم تحديد 27 حالة من المسببات الغير معروفة في ووهان الصينية ، وهي المدينة الأكثر اكتظاظا بالسكان في وسط الصين ويبلغ عدد سكانها 11 مليون نسمة ، وفي 30 يناير 2020 م ، أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) حالة الطوارئ⁽³⁹⁾ وفي مارس 2020 م ، أعلنت منظمة الصحة العالمية بأنها صنفت مرض فيروس كورونا المستجد Covid-19 كجائحة .⁽⁴⁰⁾

وفيروس كورونا هو فيروس حيواني المصدر ينتقل للإنسان عند المخالطة لحيوانات المزرعة أو حيوانات البرية المصابة بالفيروس ، كما ينتقل عند التعامل مع فضلات هذه الحيوانات .⁽⁴¹⁾

دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا:

مع بداية ظهور فيروس كورونا المستجد بدأ الأفراد في تحري أخبار هذا الفيروس الغامض ، وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي في تداول أخباره على مستوى العالم ، وكما هوشائغ فإن الجمهور يصدق ويقتنع بكل مايتلقاه من خلال هذه المواقع بحكم غموض هذا الفيروس وعدم توافر معلومات كافية عنه ، وهنا يتضح أهمية الدور الذي تقوم به هذه المواقع ، حيث أصبحت من أهم مصادر الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا وخاصة خلال فترات الحظر والاجراءات الاحترازية والتي لا بد من الالتزام بها ، وذلك كما أكدت دراسة Shalvee and others⁽⁴²⁾ ، حيث إنه هناك زيادة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الإغلاق بسبب فيروس كورونا وذلك بنسبة 87% .

وكما جاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بين وسائل الإعلام التي يتابع من خلالها الباحثون المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة كورونا وذلك بدراسة⁽⁴³⁾ ، وفي دراسة لـ (Basch and others) تم تقييمها لأكثر من 100 مقطع فيديو مشاهدة على اليوتيوب خاص بكلمة كورونا فيروس ، وجد أنه حاز

على أكثر من 165 مليون مشاهدة حتى 5 مارس 2020 ، ومن هنا يتضح أهمية الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار والمعلومات الخاصة بجائحة كورونا ، كما لا يمكن أن نغفل الدور السلبي الناتج عن الاستخدام السيء لهذه المواقع واحتمالية نشر معلومات مغلوبة وغير صحيحة.(44)

ويرجع ذلك لعدم وجود رقابة على هذه الشائعات التي لا يتم فلترتها قبل تداولها بين هذه المواقع ، حيث تتسبب بعض الأخبار في العديد من المشكلات التي لا يمكن تداركها ، حيث أدت شائعة تم تداولها في الولايات المتحدة الأمريكية على صفحات التواصل الاجتماعي خلال فترة انتشار فيروس كورونا إلى نشر الذعر والفرع لدى المواطنين ، كما أدت إلى شرارة في شراء متطلبات البقالة مما ترتب عليه تعطل سلسلة التوريد وتفاقم كبير بين فجوة العرض والطلب وانعدام الأمن الغذائي بين الأفراد ونقص حاد في السلع والمستلزمات المنزلية(45).

ومن هنا يتضح أهمية الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات حول جائحة كورونا سواء كانت حقيقية لأنها بذلك تساعد في نقل المعلومات واتخاذ التدابير الاحتياطات اللازمة لمواجهة هذا الوباء أم كانت شائعة فهي بذلك تعوق جهود مواجهة هذا الفيروس ويترتب عليه عواقب وخيمة .

جدول رقم (١)

يوضح حجم مرتكزات خطاب المواقع الرسمية - محل الدراسة - للشائعات خلال جائحة كورونا

المركز الإعلامي للأزهر		وزارة التعليم العالي		وزارة الصحة		رئاسة مجلس الوزراء			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أطروحات خاصة بالجمهور									
المجتمع (النظام القيمي والسلمي)									
1- عزعة الأمن									
0	0%	3	18.75%	5	50%	5	34.03%	65	0%
ب- التهويل والمبالغة									
0	0%	4	25%	1	10%	1	14.65%	28	0%
ج- التهوين									
0	0%	0	0%	0	0%	0	1.04%	2	0%
د- إثارة الفوضى									
2	100%	9	56.25%	4	40%	4	44.5%	85	100%
هـ- ارتفاع أنماط التدين وارتباك القيم									
0	0%	0	0%	0	0%	0	5.75%	11	0%
المجموع									
2	100%	16	100%	10	100%	10	100%	191	100%
أطروحات خاصة بالمشاعر الإيجابية									
2- تخفيف المخاوف									
أ- الخوف									
الخوف من المجهول									
2	100%	0	0%	1	20%	1	50%	18	100%
الخوف من فقدان الأشخاص									
0	0%	1	100%	4	80%	4	50%	18	0%
مجموع (النتائج)									
2	100%	1	100%	5	100%	5	100%	36	100%
المجموع									
2	100%	1	33.33%	5	50%	5	29.03%	36	100%
ب- استغلال الظروف									
0	0%	2	66.66%	2	28.5%	2	79.83%	99	0%
المجموع									
2	100%	3	100%	7	100%	7	100%	135	100%
المجموع									
2	100%	3	18.75%	7	70%	7	70.68%	135	100%
أطروحات خاصة بالمسئولين									
1- احكام السيطرة									
أ- التحذير									
0	0%	0	0%	2	66.6%	2	52.38%	22	0%
ب- التلويح بالعقاب									
0	0%	4	33.3%	1	47.61%	1	47.61%	20	0%
مجموع (النتائج)									
0	0%	4	100%	3	100%	3	100%	42	0%
المجموع									
0	0%	4	25%	3	30%	3	21.98%	42	0%
2- تحمل المسؤولية									
أ- إجراءات تصحيحية									
0	0%	0	0%	1	14.2%	1	4.81%	8	0%
ب- تصاعد الشعور الجمعي									
2	100%	12	85.7%	6	95.18%	6	95.18%	158	100%
مجموع (النتائج)									
2	100%	12	100%	7	100%	7	100%	166	100%
المجموع									
2	100%	12	75%	7	70%	7	86.91%	166	100%
المجموع									
2	100%	12	75%	10	100%	10	91.09%	174	100%
المركزات المعرفية									
أطروحات تفسيرية									
2- حلول									
1. أسباب									
2	100%	16	100%	10	100%	10	100%	191	100%
أ- إغلاق دور العبادة									
0	0%	0	0%	0	0%	0	3.15%	6	0%
ب- منع التجمعات									
1	50%	6	42.8%	1	12.5%	1	18.42%	35	50%
ج- إعداد مستشفيات وتوفير لقاحات									
1	50%	1	7.14%	7	87.5%	7	25.78%	49	50%

جدول رقم (١)

يوضح حجم مرتكزات خطاب المواقع الرسمية - محل الدراسة - للشائعات خلال جائحة كورونا

								د-التعليم عن بعد وإغلاق المدارس							
								مجموع(الناتج)							
								المجموع							
								٣-نتائج							
								أ. طمأنينة							
								ب. عقاب							
								مجموع (الناتج)							
								المجموع							
								1-الإيجابية							
								أ. وزارة الصحة							
								ب. وزارة التعليم العالي							
								ج. منظمة الصحة العالمية							
								د. مجلس الوزراء							
								المجموع							
								المجموع							
								2-السلبية							
								أ. مروجي الشائعات							
								ب. المصابين ونوهم							
								ج. المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي							
								المجموع							
								المجموع							
								1-منطقية							
								أ. الوصف الحي							
								ب. الإدانة بالأدلة							
								ج-التحفيز							
								د-التحذير							
								هـ. الجاهزية للمساعدة							
								المجموع							
								2-العاطفية							
								أ. تصدير الأزمة							
								ب . حشد الآراء							
								ج. عرض وجهة نظر واحدة							
								المجموع							
								المجموع							
								الخطاب الهجومي							
								الخطاب المؤمل أو المتطلع							
								الخطاب التعبوي							
								المجموع							
35	18.42%	0	0%	7	50%	0	0%	190	100%	8	100%	14	100%	2	100%
190	99.47%	8	80%	14	87.5%	2	20%	190	99.47%	10	100%	16	100%	2	100%
174	91.57%	8	80%	13	81.25%	2	20%	190	99.47%	9	90%	16	100%	2	100%
16	8.4%	2	20%	3	18.75%	0	0%	190	99.47%	0	0%	0	0%	0	0%
34	17.8%	9	100%	0	0%	0	0%	23	12.04%	0	0%	13	81.25%	0	0%
1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	24	12.56%	0	0%	3	18.75%	0	0%
82	100%	9	100%	16	100%	0	0%	82	42.9%	9	90%	16	100%	0	0%
82	42.9%	9	90%	16	100%	0	0%	23	47.9%	2	20%	2	50%	0	0%
1	2.08%	0	0%	0	0%	0	0%	24	50%	2	20%	2	50%	1	50%
48	100%	5	100%	4	100%	1	50%	48	100%	5	100%	4	100%	1	50%
48	25.1%	5	50%	4	25%	1	50%	86	45.02%	3	30%	7	43.75%	1	50%
33	17%	4	40%	3	18.75%	0	0%	7	3.6%	0	0%	0	0%	0	0%
29	15.18%	2	20%	4	25%	0	0%	36	18.8%	1	10%	2	12.5%	1	50%
191	100%	10	100%	16	100%	2	28.5%	51	43.22%	2	20%	5	45.45%	0	0%
66	55.935%	5	71.4%	6	54.54%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%
118	100%	7	100%	11	100%	1	50%	118	94.7%	7	70%	11	68.75%	1	50%
17	8.9%	0	0%	2	12.5%	0	0%	105	54.97%	4	40%	12	75%	1	50%
69	36.1%	6	60%	2	12.5%	1	50%	191	100%	10	100%	16	100%	2	100%

تحليل الخطاب:

أسس ومرتكزات خطاب المواقع الرسمية - محل الدراسة - للشائعات خلال جائحة كورونا.

1- خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء المصري:

عمد خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء إلى تقديم مجموعة من الأطروحات التي تُوضح الشائعات خلال جائحة كورونا.

الخور الأول- المرتكزات المعرفية:

الأطروحات المتعلقة بالأزمة:

أولاً- الأطروحات الواقعية: عمد خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء المصري على تقسيم الأطروحات الواقعية إلى أطروحات خاصة بالجمهور وأطروحات خاصة بالمسؤولين حيث إن الشائعات الخاصة بجائحة كورونا طالت قطاعات عريضة من الهياكل والكيانات الأساسية في الدولة فكان لزاماً على الدولة المصرية متمثلة في مجلس الوزراء أن تعمل على تكذيب هذه الشائعات من خلال:

أطروحات خاصة بالجمهور: أوضح المركز الإعلامي لمجلس الوزراء المصري أن الأطروحات الخاصة بالشائعات حول جائحة كورونا عملت على تأجيج المجتمع وتدمير النظام السلمي والقيمي للمجتمع حيث عملت على إثارة الفوضى وذلك عندما يتعلق الأمر بقضايا تخص الدراسة والامتحانات سواء كان الأمر متعلق بتعليق الدراسة أو الغائها - احتساب امتحانات المرحلة الإعدادية للفصل الدراسي الثاني - تأجيل استئناف الدراسة والامتحانات بكافة الجامعات والمعاهد على مستوى الجمهورية⁽⁴⁶⁾ - أو امتناع الحكومة عن صرف رواتب العمالة غير المنتظمة - شائعة (تداول رابط على تطبيق واتس آب لتسجيل بيانات العاملة غير المنتظمة⁽⁴⁷⁾) - ووقف صرف الكمادات على البطاقات التموينية - شائعة (وقف صرف الكمادات ضمن المقررات التموينية لشهر فبراير الجاري تزامناً مع تراجع أعداد الإصابات بفيروس كورونا⁽⁴⁸⁾) - وارتفاع أسعار السلع الأساسية في المجمعات الاستهلاكية تحسباً للموجة الثانية من فيروس كورونا كما عملت الشائعات على زعزعة الأمن خاصة فيما يتعلق بالشائعات الموجة للجمهور المصري عن عدم جاهزية أجهزة الدولة وخاصة وزارة الصحة المصرية على مواجهة الفيروس من خلال نشر أكاذيب عن عدم توفر المستشفيات الحكومية للمصابين أو وجود نقص بالأدوية واسطوانات الأكسجين أو وجود عجز بأدوية البروتوكولات العلاجية لفيروس كورونا بالمستشفيات الحكومية، والتخلص من النفايات الطبية الخاصة بمستشفيات العزل بطريقة غير آمنة أو من خلال التشكيك في الأعداد الحقيقية للمصابين والوفيات التي تعلنها وزارة الصحة والسكان المصرية - شائعة (عجز بأدوية البروتوكولات العلاجية لفيروس كورونا بالمستشفيات الحكومية بمختلف المحافظات تزامناً مع الموجة الثانية لفيروس كورونا⁽⁴⁹⁾) - ولم تترك الشائعات المجال للجمهور المصري بل عملت على إثارة الوازع الديني لديه من خلال نشر شائعات تخص إغلاق كافة المساجد ، أو منع

المصلين من أداء الصلاة ، أو امتناع وزارة الأوقاف المصرية عن تعقيم المساجد وتحميل نفقات التعقيم والتطهير للمواطنين، أو إلغاء موسم الحج والعمرة وامتناع شركات السياحة عن رد المبالغ المالية للمواطنين أو حث المواطنين على إقامة صلاة العيد بالمساجد رغم منع وزارة الأوقاف المصرية من آدائها داخل المساجد والسماح بإقامتها في الساحات منعا للتراحم أو وقف صرف مستحقات العاملين بالمساجد خلال فترة الغلق المؤقت.

شائعات « تداول فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن فرض حظر حركة المواطنين بكافة المحافظات على مستوى الجمهورية اعتباراً من الغد الأربعاء 30 ديسمبر 2020.

حقائق « رئاسة مجلس الوزراء: غير صحيح، ونوضح أنه لم يتم إصدار أي قرارات بهذا الشأن، وأن الفيديو المتداول قديم، ويعود لفترة الموجة الأولى لفيروس كورونا، ونشدد على أن القرارات التي اتخذتها لجنة إدارة أزمة كورونا خلال اجتماعها الأخير لا تتضمن فرض حظر التجوال، بينما تضمنت عدداً من الإجراءات للحد من انتشار الفيروس، والحفاظ على الصحة العامة، أبرزها إلزام كافة المواطنين بإتداء الكمامات الواقية، مع تطبيق غرامة قويرة على المخالفين، فضلاً عن وقف فعاليات أو احتفالات أو مهرجانات خلال الفترة المقبلة، ونشير إلى أنه في حال اتخاذ أي قرارات جديدة سيتم الإعلان عنها بشكل رسمي.

شائعات « صدور قرار بإغلاق كافة المساجد تحسباً للموجة الثانية لفيروس كورونا.

حقائق « وزارة الأوقاف: غير صحيح، ونؤكد على أن قرار فتح المساجد لكافة الصلوات مازال سارياً دون تغيير وتحت إشراف مديريات الأوقاف بكل محافظة، ونشير إلى الالتزام التام بتطبيق كافة التدابير الاحترازية والوقائية، مع استمرار حملات نظافة وتعقيم جميع المساجد، كما يتم اتخاذ إجراءات حاسمة تجاه من تثبت مخالفته من المكلفين بمتابعة تنفيذ الإجراءات أو نهائونه في تطبيقها.

وزارة الأوقاف

وبذلك أدت الشائعات إلى إثارة مشاعر الخوف لدى الجمهور فتولد لدى الجمهور مشاعر الخوف من المجهول كأن يواجه مستقبلاً غامضاً مهدداً فيه إما بارتفاع الأسعار أو الامتناع عن صرف الرواتب أو إقالة بعض الموظفين من أجهزة الدولة ، كما عملت على زيادة مشاعر الخوف من خلال التركيز الدائم على عدم جاهزية أجهزة الدولة ووزارة الصحة على مواجهة هذه الجائحة فزاد قلق الجمهور من فقدانهم الكثير من الأشخاص وخاصة كبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة ممن يحتاجون عناية ومتابعة مستمرة مستغلة بذلك الظروف الراهنة من خلال نشر أكاذيب عن تحور الفيروس وعدم القدرة على مواجهته.

أطروحات خاصة بالمسؤولين: عمد الخطاب الإعلامي الموجه من مجلس الوزراء على توجيه رسائل تحذيرية من خلال اتخاذ كافة الإجراءات القانونية حيال مروجي الشائعات - طبقاً لما قاله المتحدث الرسمي لمجلس الوزراء - بعقوبة قد تصل للحبس لمدة 5 سنوات وغرامة مالية 300 ألف جنيه، وخاصة المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لأن بعضها يُشترُ دون الاستيثاق من صحتها، وما يحمله ذلك من خطورة؛ إذ يكدر الأمن والسلم العام وذلك إعمالاً لنصوص المواد 102 مكرر، و188 من قانون العقوبات حيث نصت على (50):

المادة رقم 102 مكرر:

«يعاقب الحبس وبغرامة لا تقل عن خمسين جنيهاً ولا تتجاوز مائتي جنيه كل من أذاع عمداً أخباراً أو بيانات أو إشاعات كاذبة إذا كان من شأن ذلك تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة».

وتكون العقوبة السجن وغرامة لا تقل عن مائة جنيه ولا تتجاوز خمسمائة جنيه إذا وقعت الجريمة في زمن الحرب.

ويعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى كل من حاز بالذات أو بالواسطة أو أحرز محررات أو مطبوعات تتضمن شيئاً مما نص عليه في الفقرة المذكورة إذا كانت معدة للتوزيع أو لاطلاع الغير عليها، وكل من حاز أو أحرز أية وسيلة من وسائل الطبع أو التسجيل أو العلانية مخصصة ولو بصفة وقتية لطبع أو تسجيل أو إذاعة شيء مما ذكر.

المادة رقم 188:

«يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر بسوء قصد بإحدى الطرق المتقدم ذكرها أخباراً أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو أوراقاً مصنوعة أو مزورة أو منسوبة كذباً إلى الغير، إذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو إثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة» .

ولم تغفل الحكومة المصرية متمثلة في مجلس الوزراء دورها في طمأنة الجمهور المصري انطلاقاً من تحملها للمسئولية حيث عملت على تصاعد الشعور الجمعي من خلال مناشدتها الدائمة بتوخي الدقة في المتداول من أخبار وبيانات، وتبيّن صحتها من مصادرها الرسمية، وعدم الانسياق وراء الشائعات والأخبار والبيانات الكاذبة أو نشرها وإعادة تداولها والتي تلحق الضرر بالمصلحة العامة، والتخلي بروح الوعي والمسئولية قياماً بالدور المطلوب منهم في هذه المرحلة.

ثانياً- أطروحات تفسيرية:

حيث تفسر المنصة الإعلامية - محل الدراسة - أبعاد الأزمة من خلال ثلاثة أنواع من أبعاد هي: أطروحات الأسباب، والحلول، والنتائج.

أطروحات الأسباب:

أدرج المركز أطروحة تتسم بالعمق والبعد عن السطحية كسبب من أسباب انتشار الشائعات مؤخراً، والتي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، حيث كانت وسائل التواصل الاجتماعي هي السبب الرئيس في انتشار الشائعات .

فببقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية، فجمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانبا كبيرا من المسئولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الجمهور، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة.

ومنذ بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام الماضي، ثم انتقاله لدول أخرى، بدا واضحا على

العديد من منصات التواصل الاجتماعي، أن هناك مايشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات.

وبجانب تعمد البعض، اقتصار مشاركاته على منصات التواصل الاجتماعي، على إبراز الجانب المظلم، وتفصيل حالات الموتى، بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، فإن هناك آخرين سعوا للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة، زعموا أنها تعالج وباء الكورونا.

ومنها استخدام مصابيح الأشعة فوق البنفسجية، ومطهرات الكلور التي يمكن أن تسبب ضررا إذا استخدمت بشكل غير صحيح.

حيث صرحت نقابة الأطباء إن الشطب الكامل سيكون عقوبة الأطباء الذين يتداولون طرق علاج لفيروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي - شائعة (بيع عقار ريمديسفير المخصص لعلاج حالات فيروس كورونا بالصيدليات) (51).

أطروحات الحلول: كان من أهم الأطروحات التي قدمها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء هي:

(أ) التأكيد على جاهزية أجهزة الدولة وخاصة وزارة الصحة من تخصيص عدد من المستشفيات لعزل الحالات وتوفير بروتوكولات علاجية ولقاحات وكمامات من خلال منافذ بيع واضحة ومعلن عنها من قبل الجهات المعنية، إضافة إلى انشاء خط ساخن للتعامل مع حالات العزل المنزلي إلى جانب إعلان رسائل ارشادية للتعامل مع الحالات المصابة حقائق (نوضح أن خدمة التحاليل بنظام درايف ثرو متاحة حاليا داخل عين شمس ويتم ذلك تحت إشراف المختصين بالمعمل المرجعي التابع للمجلس الأعلى للمستشفيات الجامعية) (52).



(ب) سعي أجهزة الدولة وخاصة وزارتي التربية والتعليم والتعليم الفني، التعليم العالي والبحث العلمي من استحداث طرق جديدة للتدريس من خلال منصات الكترونية أتاقتها الوزارة يتم من خلالها شرح المناهج والمقررات التعليمية للطلاب والإغلاق المؤقت للمدارس والجامعات حال انتشار الفيروس، والغاء الامتحانات خلال الموجة الأولى واستبدالها بأبحاث، ثم تأجيلها في الموجة الثانية عقب الانتهاء من أجارة نصف العام، حرصا منها على مصلحة وصحة أبنائها الطلاب حقائق (لم يتم إصدار أي قرارات في هذا الشأن ونشدد على عقد الامتحانات المقررة وفقا للخريطة الزمنية المعلن عنها مسبقا، ونشير إلى استعداد كافة الجامعات لإجراء الامتحانات سواء ورقيا أو إلكترونيا من خلال المنصة التعليمية مع تطبيق كافة الاجراءات الاحترازية والوقائية في ظل أزمة كورونا) (53).



(ت) زيادة الإجراءات الاحترازية من خلال منع التجمعات حيث قامت بإصدار العديد من القرارات المهمة وذلك بفرض حظر التجوال تزامناً مع الموجة الأولى لفيروس كورونا، والغلق الكامل للمقاهي والمطاعم وقاعات الأفرح، وإقامة فرق للجبر الصحي للكشف على القادمين من الخارج مع تقديم مايفيد سلبية النتائج الخاصة بفيروس كورونا وتقليص عدد الموظفين بالهيئات الحكومية، وغلق النوادي والمسارح والحدائق العامة، وتطهير جميع الهيئات الحكومي، ومنح الموظف الذي يثبت إصابته أجازة استثنائية مدفوعة الأجر لمدة 14 يوماً ويتم مدها حين ثبوت سلبية النتائج، إضافة إلى فرض غرامات مالية بسبب عدم ارتداء الكمامة **حقائق** (استمرار العمل بقرار رئيس الوزراء المتعلق بحظر تقديم الشيشة في المقاهي ضمن الاجراءات الاحترازية للحد من انتشار فيروس كورونا ونشير إلى استمرار شن الحملات الرقابية للتأكد من التزام القائمين عليها) (54).



(ث) شددت وزارة الأوقاف على غلق دور العبادة خلال فترة الموجة الأولى لفيروس كورونا وعدم إقامة صلاتي عيد الفطر والأضحى ثم قامت بالفتح الجزئي للمساجد الكبرى مع ضرورة التباعد واستخدام الكمامات والعمل على تعقيم وتطهير المساجد طوال اليوم **حقائق** (استمرار كافة حملات التعقيم والتطهير لجميع المساجد على مستوى الجمهورية وحتى انتهاء الأزمة بشكل كامل) (55).



(ج) صرف رواتب للعمالة غير المنتظمة والتي قدرت بمبلغ 500 جنية خاصة وأن فيروس كورونا أضر بهذا القطاع خلال فترات الحظر والغلق المؤقت لكافة الهيئات حقائق (تم عملية مراجعة جميع المتقدمين للحصول على منحة العمالة غير المنتظمة وانتهت إلى انطباق شروط الاستحقاق على 2 مليون و 300 ألف مستحق) (56).



اتخاذ إجراءات لتخفيف آثار الجائحة على المواطنين من خلال زيادة السلع المدعومة التي تصرف على البطاقات التموينية إلى 28 سلعة مع طرحها بأسعار أقل من مثيلاتها، وذلك دعماً للفئات الأكثر احتياجاً.

3. أطروحة النتائج:

ركز المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في خطابه على طمأننة الجمهور من خلال تكذيب الشائعات أولاً بأول والعمل على إظهار الحقائق مع تدعيمها بالصور والأرقام والإحصائيات وإعطاء الشعور الدائم بجاهزية الدولة للمساعدة في أي وقت، وأن جميع القرارات التي تتخذها الدولة حرصاً منها على الصالح العام مع الأخذ في الاعتبار مصلحة الجمهور المصري أولاً وأخيراً مع توجيه رسائل تحذيرية تتضمن التلويح بالعقاب لمن عمل على نشر الشائعات وبث حالة الرعب والفرع بين الجمهور.

ثالثاً- القوى الفاعلة:

قسم الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء القوى الفاعلة إلى قوى فاعلة إيجابية حيث تواصل معها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء وعمل على تكذيب الشائعة ودعم الحقائق بالأدلة والبراهين لتوضح مدى اعتماد مروجي الشائعات على تضليل الرأي العام وإخفاء الحقائق وكان من المميز للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء أنه قام بالتواصل مع الهيئات المختصة للرد على الشائعات حيث إن الشائعات الخاصة بجائحة كورونا تطرقت للعديد من الهيئات

والمصالح الحكومية -وزارة التربية والتعليم (شائعات - توزيع أدوية البروتوكول العلاجي الخاص بفيروس كورونا على طلاب الثانوية العامة قبل دخول الامتحانات)⁽⁵⁷⁾، هيئة الدواء المصرية (شائعات - ارتفاع أسعار الكمادات والمطهرات تزامنا مع الموجه الثانية لفيروس كورونا)⁽⁵⁸⁾ ، وزارة السياحة (شائعات - تداول إعلانات بشأن تنظيم برامج العمرة لشهر رمضان المقبل)⁽⁵⁹⁾ ، وزارة الأوقاف المصرية (شائعات - صدور قرار بإغلاق كافة المساجد تحسبا للموجة الثانية لفيروس كورونا)⁽⁶⁰⁾، وزارة التموين والتجارة الداخلية (شائعات - تغيير مواعيد إغلاق المنافذ التموينية تزامنا مع قرار تنظيم مواعيد الإغلاق الجديدة للمحال التجارية)⁽⁶¹⁾، وزارة الطيران المدني (شائعات - ضعف الاجراءات الوقائية لمواجهة فيروس كورونا داخل المطارات المصرية تزامنا مع تراجع أعداد الإصابات بالفيروس)⁽⁶²⁾، وزارة المالية (شائعات إيقاف الاعفاءات الضريبية الممنوحة للمستثمرين نتيجة تداعيات أزمة كورونا)⁽⁶³⁾، هيئة قناة السويس (شائعات - تراجع أعداد السفن المارة بقناة السويس بنسبة 50% تزامنا مع الموجه الثانية من فيروس كورونا)⁽⁶⁴⁾، وزارة التضامن الاجتماعي (شائعات - إيقاف برنامج تكافل وكرامة للفئات الأكثر احتياجا وتوجيه مخصصاته لمواجهة أزمة كورونا)⁽⁶⁵⁾، وزارة الشباب والرياضة (شائعات - اعتزام الحكومة إغلاق كافة الأندية ومراكز اللياقة البدنية تحسبا للموجة الثانية من فيروس كورونا)⁽⁶⁶⁾، وزارة العدل (شائعات - استئناف العمل بكافة المحاكم على مستوى الجمهورية)⁽⁶⁷⁾، وزارة النقل والتنمية المحلية(شائعات - توقف العمل بمشروعات الهيئة القومية للأنفاق بسبب أزمة كورونا)⁽⁶⁸⁾، وزارة الداخلية (شائعات - تغريم المواطنين حال عدم الإلتزام بارتداء الكمامة داخل السيارات الخاصة)⁽⁶⁹⁾، وزارة الهجرة وشئون المصريين بالخارج (شائعات - تحصيل رسوم مالية على نموذج تسجيل عودة المواطنين العالقين بالخارج)⁽⁷⁰⁾، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة (شائعات - إجبار العاملين بالجهاز الإداري للدولة على المعاش المبكر كشرط للحصول على قرض صندوق النقد الدولي - لمواجهة أزمة كورونا)⁽⁷¹⁾، وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة (شائعات - توقف العمل بمشروع محطة الضبعة النووية بسبب أزمة فيروس كورونا)⁽⁷²⁾، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (شائعات - إلغاء سداد فاتورة استهلاك التليفون الأرضي بسبب أزمة كورونا)⁽⁷³⁾، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي (شائعات - استيراد شحنة لحوم مصابة بفيروس كورونا)⁽⁷⁴⁾، مشيخة الأزهر الشريف (شائعات - إلغاء امتحانات شهادات القراءات بكافة المعاهد الأزهرية)⁽⁷⁵⁾، المجلس الأعلى للمستشفيات الجامعية (شائعات - عجز في اسطوانات الأكسجين بمستشفيات الصدر بمختلف محافظات الجمهورية)⁽⁷⁶⁾.

وزارة الصحة المصرية: ركز المركز الإعلامي لمجلس الوزراء بالرد على الشائعات من خلال تصريحات وزارة الصحة المصرية والتي جاء دورها بإجبايا بالدرجة الأولى للرد على الشائعات حيث تمثل الجائحة الخاصة بفيروس كورونا جائحة صحية فكان لزاما على وزارة الصحة المصرية أن توفر كل طاقاتها من مستشفيات وغرف عزل وأطقم طبية وقمريض وتوفير الأدوية والبروتوكولات الملائمة لعلاج الحالات المصابة معنشر رسائل توعوية للمواطنين لتجنب الإصابة بالفيروس (شائعات - تداول بروتوكولات لعلاج فيروس كورونا منسوبة لوزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي)⁽⁷⁷⁾.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: ظهرت في خطاب المجلس الإعلامي لمجلس الوزراء بصورة إيجابية حيث

اعتمد عليها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الرد على الشائعات المتعلقة بتأجيل الدراسة والامتحانات والتعليم عن بعد وتقييم المدن الجامعية، واستعداد المستشفيات الجامعية لاستقبال حالات كورونا وتجهيز غرف عزل للمصابين داخل هذه المستشفيات (شائعات - تعليق الدراسة بالجامعات والمعاهد مع تأجيل امتحانات الفصل الدراسي الأول لمدة أسبوعين لتقام في 30 يناير)⁽⁷⁸⁾ .

منظمة الصحة العالمية: ظهرت في خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء بصورة سلبية تجاه الشائعات التي تناولت الجائحة، بل اعتمدت على التصريحات والتقارير الصادرة من وزارة الصحة، ولم تتخذ أي إجراء على الأرض في مواجهة الشائعات .

مجلس الوزراء: ظهر الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء بصورة إيجابية فلم يعتمد الخطاب على الشائعات الموجهة لمجلس الوزراء فقط بل تكفل بالرد على جميع الشائعات التي ظهرت خلال فترة الجائحة سواء كان الأمر يتعلق بمجلس الوزراء فقط أو غير من الهيئات ولم يكتف بذلك بل قام بتخصيص صفحة رسمية صادرة عن مجلس الوزراء مهمتها الأساسية التصدي للشائعات وذلك من خلال الاتصال بالهيئات المعنية بالرد على الشائعة مدعماً ذلك بالأدلة والمستندات فقد رصدت الدراسة عن مجلس الوزراء 191 شائعة متعلقة بجائحة كورونا فقط .

القوى الفاعلة السلبية:

مروجي الشائعات: ظهر مروجي الشائعات في خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء كقوى فاعلة سلبية بل وجه المركز عدة رسائل تحذيرية لكل من قام بالترويج للشائعات واتخاذ كافة السبل القانونية للحد من نشر الشائعة تتضمن الغرامة المالية والحبس .

المصابين وزويهم: لم يظهر المصابين وزويهم كقوى فاعلة سلبية ذات تأثير فلم يوجه المركز في خطابة أية رسائل تتضمن المصابين كقوى فاعلة لها تأثير على نشر الشائعة.

المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي: ظهر المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي في خطاب المركز كأكثر القوى الفاعلة السلبية التي كان لها الأثر الشديد على نشر الشائعات حيث وجه المركز عدة رسائل تحذيرية للمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي من عدم نشر أي رسائل أو مضامين كاذبة تعمل على إشاعة الذعر والهلع بين المواطنين وذلك لما لوسائل التواصل الاجتماعي من دور ملحوظ في نشر الشائعات والترويج لها سواء بقصد أو بدون قصد.

المرتكزات الأسلوبية:

الآليات الخطابية: عمد خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء على توجيه الآيات ودلائل منطقية تستخدم في ذلك الوصف الحي للوقائع والأحداث من خلال الشرح والتفسير وتقديم معلومات دقيقة وعرض الحقائق موضوعية وهو مقصد إقناعي إيجابي لأن مايميز العصر هو سيادة منطق العلم والتفكير والعولمة المعلوماتية التي لاتحدها حواجز ولا تمنعها وسائل إعلامية فقدم المركز الإعلامي وسائله ودوافعه الإقناعية من خلال:

(أ) الوصف الحي: حيث عمد المركز على ذكر كافة الحقائق تفصيلا وتوضيحها للجمهور من خلال الشرح والتفسير وتقديم معلومات دقيقة لتجنب الغموض ومنعا لإثارة اللبلة والفتن بين أفراد الشعب.

شائعات « تداول خريطة توزيع لقاحات فيروس كورونا بأبوابها المختلفة وفقا للشراخ الاجتماعية للمواطنين.

حقائق « وزارة الصحة والسكان: غير صحيح، ونوضح أن تلك الخريطة مزيفة، ولا علاقة للوزارة بها نهائيا، ونشدد على سعى الدولة لتوفير اللقاح لجميع المواطنين دون تفرقة، وأن عملية توزيع اللقاح لا تتم على أي أسس طبقية أو اجتماعية، وإنما سيتم منح الأولوية لفئات الأكثر عرضة للإصابة بالفيروس، مثل الأطقم الطبية، وأصحاب الأمراض المزمنة وكبار السن، مع تحمل صندوق "حيا مصر" تكلفة اللقاح عن الأشخاص غير القادرين والفئات المستحقة ذات الأولوية المتقدمة، وذلك تحقيقا للعدالة الاجتماعية.



شائعات « تداول فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن فرض حظر حركة المواطنين بكافة المحافظات على مستوى الجمهورية اعتبارا من الفد الأربعاء 30 ديسمبر 2020.

حقائق « رئاسة مجلس الوزراء: غير صحيح، ونوضح أنه لم يتم إصدار أي قرارات بهذا الشأن، وأن الفيديو المتداول قديم، ويعود لفترة الموجة الأولى لفيروس كورونا، ونشدد على أن القرارات التي اتخذتها لجنة إدارة أزمة كورونا خلال اجتماعها الأخير لا تتضمن فرض حظر التجوال بينما تضمنت عددا من الإجراءات للحد من انتشار الفيروس، والحفاظ على الصحة العامة، أبرزها إلزام كافة المواطنين بإتداء الكمامات الواقية، مع تطبيق غرامة فورية على المخالفين، فضلا عن وقف أية فعاليات أو احتفالات أو مهرجانات خلال الفترة المقبلة، ونشير إلى أنه في حال اتخاذ أي قرارات جديدة سيتم الإعلان عنها بشكل رسمي.



(ب) الإدانة بالأدلة: عمد الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء على تقديم الحقائق الخاصة بالشائعات مدعومة بالأدلة والمستندات مثل ذكر الأرقام والإحصائيات أو نشر أرقام تليفونات وروابط إلكترونية للعمل على مساعدة المواطنين.

شائعات « تداول أخبار عبر صفحات منسوبة لوزارة التربية والتعليم تزعم إلغاء قرار تأجيل امتحانات منتصف العام الدراسي لجميع المراحل التعليمية.

حقائق « وزارة التربية والتعليم والفنى: غير صحيح، وتؤكد أن هذه الصفحات مزيفة، وغير تابعة للوزارة نهائيا، وأن الصفحة الرسمية للوزارة هي عبر الرابط التالي: <https://www.facebook.com/egypt.moe>، ونشير إلى أن قرار تأجيل امتحانات منتصف العام الدراسي سار كما هو، وأنه سيتم عقد كافة امتحانات الفصل الدراسي الأول بجميع الصفوف الدراسية، عقب انتهاء إجازة منتصف العام من 20 فبراير 2021، وفقا لقرارات مجلس الوزراء، ونشدد على أنه سيتم اتخاذ كافة الإجراءات القانونية حيال مروجي تلك الصفحات المزيفة.



شائعات « تراجع أعداد السفن المارة بقناة السويس بنسبة 50% تزامنا مع الموجة الثانية من فيروس كورونا.

حقائق « هيئة قناة السويس: غير صحيح، ونشدد على أن السياسات التسويقية والتسعيرية المرنة التي انتهجتها الهيئة خلال الأونة الأخيرة نجحت في تقليل التأثير السلبي لأزمة كورونا، وجذب خطوط ملاحية جديدة لم تكن تعبر القناة، حيث سجلت حركة التجارة العابرة بالقناة عبور نحو 1614 سفينة خلال نوفمبر 2020، بزيادة بلغت 1.2% مقارنة بـ 1594 سفينة خلال نوفمبر 2019، كما حققت إيرادات القناة نحو 488.1 مليون دولار خلال نوفمبر 2020، مقابل 476.7 مليون دولار خلال نفس الفترة من العام الماضي، بنسبة زيادة قدرها 2.4%.



(ت) التحذير: وجه الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء رسائل تحذيرية لمروجي الشائعات ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومنعهم من إثارة الزعر والهلع بين فئات المواطنين مع الإشارة في بعضها إلى اتخاذ عقوبات رادعة لكل من روج أو أشاع وأعلن معلومات كاذبة ومغلوطة سواء بقصد أو بدون قصد.

شائعات « تداول إنفورجراف يستغل اللوجو الخاص بالمركز الإعلامي لمجلس الوزراء ينقى طرح عملات معدنية تحمل شعار "الفرق الطبية".

حقائق « المركز الإعلامي لمجلس الوزراء: غير صحيح، وتؤكد أن الإنفورجراف المتداول مزيف، وغير تابع للمركز نهائيا، وأن أي إنفورجراف يصدره المركز الإعلامي يتم نشره على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" عبر الرابط التالي: <https://www.facebook.com/egyptiancabinet/>، ونشير إلى أنه تم بالفعل طرح 15 مليون عملة معدنية "الشفة" من قبل "مصلحة الدزلة العامة وسك العملة" تحمل شعار "فرق مصر الطبية" تقريبا ليوهوم البطولة في إنقاذ حياة آلاف المواطنين، ونحذر من استغلال اسم المركز الإعلامي لمجلس الوزراء أو صفته الرسمية في نشر أي أخبار أو معلومات، ونشدد على أنه سيتم اتخاذ كافة الإجراءات القانونية حيال مروجي ذلك الإنفورجراف المزيف.



(ث) التحفيز: لم يعتمد خطاب المركز الإعلامي على مسار التحفيز كوسيلة لإقناع الجمهور بعدم حقيقة هذه الشائعات فجاءت نتيجته سلبية مقارنة بمسارات البرهنة الأخرى المستخدمة في الأسلوب الخطابي الموجه من مجلس الوزراء.

(ج) الجاهزية للمساعدة: بدى واضحا استخدام المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في خطابه على مسار الجاهزية للمساعدة وذلك إيماناً من الدولة المصرية بمسئوليتها تجاه المواطنين فعملت على توجيه رسائل طمأنة لجموع الشعب من اتخاذ كل الوسائل والتدابير الممكنة في كافة القطاعات للحفاظ على صحة ومصلحة المواطنين وأهمها العاملين بقطاع الصحة، وطلبة المدارس والجامعات نظراً لتعرضهم الدائم والمستمر للتكدس الشديد. بينما لم يعمد خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء على الآليات الخطابية العاطفية قدر اعتماده على الآليات المنطقية حيث نجد أن الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء عمد على حشد الآراء كآلية من آليات الخطاب العاطفية وذلك لكسب تأييد الجمهور وتعاطفه مع ماتقوم به الدولة من إجراءات وتدابير لمصلحة الجمهور.

2- آليات التعبير الخطابي:

(أ) الخطاب المؤمل أو المتطلع:

عمد الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء على تقديم الحقائق للجمهور مع إعطاء رسائل تعمل على طمأنة الجمهور وأن الدولة المصرية متمثلة في أجهزتها تسير وفق خطه واضحة ومعلنة موضحة أن الوضع الصحي بمصر مطمئننا.



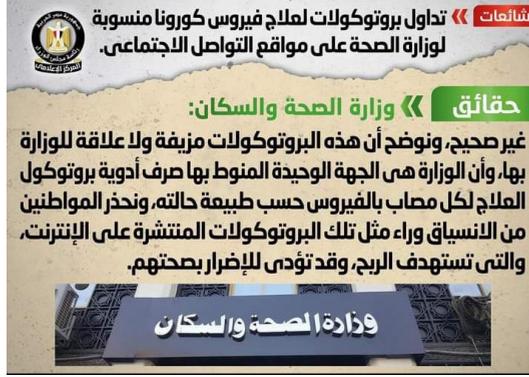
شائعات « وقف صرف الكمادات ضمن المقررات التموينية لشهر فبراير الجارى تزامناً مع تراجع أعداد الإصابات بفيروس كورونا.

حقائق « وزارة التموين والتجارة الداخلية:

غير صحيح، ونشدد على استمرار طرح الكمادات القماشية على البطاقات التموينية بشكل طبيعي بكافة محال البقالة التموينية، وفروع المجمعات الاستهلاكية، وفروع مشروع جمعيتي، ونشير إلى أنه يتم طرح كمادة واحدة إجبارياً على البطاقات التي تحمل 3 أفراد، وطرحها اختياريًا للبطاقات المتضمنة فردين فأقل، مع وضع آليات لمراقبة عمليات التوزيع، لمنع أي تلاعب، وضمان التأكد من انتظام عملية الصرف.



(ب) الخطاب التبعوي: ظهر الخطاب الإعلامي لمجلس الوزراء معتمداً على الخطاب التبعوي وذلك عندما يوجه رسائل تحذيرية لمروجي الشائعات أو متابعي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك للحد من نشر الشائعات ومنعهم من إثارة الرعب والفرع بين جموع المواطنين.



(ت) الخطاب الهجومي: لم يحمل خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء طابع الهجوم ولكنه كان يعتمد عليه عند تزييف الشائعات لمنشورات رسمية صادرة عن الهيئات الحكومية واعتمادها على أبحاث حقيقية وتقديمها للجمهور لإشاعة الفوضى والعمل على زعزعة الأمن وعدم استقرار البلاد.



2- خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

المرتكزات المعرفية: اشتملت المرتكزات المعرفية للخطاب مجموعة من العناصر:
المرتكز الأول: أطروحات الخطاب في ما يتعلق بالجائحة: قدم الخطاب مجموعة من الأطروحات المرتبطة بالجائحة التي تم تتبعها والتعرف على مسارات البرهنة عليها وهي على النحو الآتي:

1- أطروحات خاصة بالجمهور.

2- أطروحات خاصة بالمسؤولين.

1- الأطروحات الخاصة بالجمهور: تعتبر إثارة الفوضى هي الأطروحة الرئيسة التي بنت عليها وزارة التعليم

العالي والبحث العلمي خطابها عن الشائعات التي تناولت الجائحة ، نظرا لما تحدته الشائعات من إثارة الفوضى وإرباك الطلاب خاصة فيما يخص الحديث عن الدراسة والامتحانات فهي تعمل على إثارة مشاعر القلق والتوتر لأن هذه الأخبار والأحداث الكاذبة تتعلق بمستقبل الطلاب « التعليم تنفي الاكتفاء ببحث لطلاب الفرق النهائية » ، « التعليم تنفي تعليق الدراسة وتحويل المستشفيات الجامعية إلى عزل » ، « التعليم تنفي تعليق الدراسة بالجامعات والمعاهد مع تأجيل امتحانات الفصل الدراسي الأول لمدة أسبوعين لتقام في يناير القادم» (79).



(أ) التهويل والمبالغة: ركز الخطاب الإعلامي الموجه من وزارة التعليم العلمي والبحث العلمي على أن مضمون الشائعات كان الغرض منها التهويل من الحدث من أجل إثارة الرعب بين الجمهور ووضع معلومات غير حقيقية عن الوضع الوبائي بمصر « توضيح هام - كافة الفعاليات مستمرة في الجامعات مع تطبيق كافة الإجراءات الاحترازية والوقائية» (80).

(ب) زعزعة الأمن: أكد خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أن مجمل الشائعات عمل على زعزعة الأمن وخاصة عند نشر وثائق مزورة صادرة عن وزارة التربية والتعليم تخص تعليق الدراسة أو إلغاء الامتحانات مستغلة بذلك الوضع الوبائي في مصر فتعمل على إثارة مشاعر الخوف والقلق والتوتر لدي الطلاب وذويهم من أولياء الأمور



التهوين، ارتفاع أحمال التدوين وارتباك القيم: لم يتعرض الخطاب الموجه من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي للشائعات التي عملت على إثارة الوباء الديني أو التي مفادها التهوين من حجم الفيروس والضعف الصحي بمصر .
تعميم مشاعر الإحباط : لم يركز خطاب وزارة التعليم العالي على أن الشائعات تؤدي إلى تعميم مشاعر الإحباط لدى الطلاب عن طريق إما خوفهم من المجهول أو خوفهم من فقدان الأشخاص مستغلة خوف الطلاب على مستقبلهم أو نزولهم للجامعات أو الامتحانات واحتمال إصابتهم أثناء تواجدهم بالجامعة بل عملت على بث فيديوهات توضيحية وتعليمية للطلاب توضح لهم كيفية التعامل والاجراءات الاحترازية المتبعة من قبل الجامعات مثل تعقيم قاعات التدريس ومراعاة قواعد التباعد الإجتماعي وغيرها مع الأخذ في الاعتبار متابعتها المستمرة لكافة الإجراءات والقواعد المتبعة « وزير التعليم العالي يطمئن على الاستعدادات النهائية لامتحانات الفصل الدراسي الثاني بالجامعات والمعاهد» (81)، «وزير التعليم العالي يطمئن على جاهزية غرفة العمليات بالمجلس الأعلى للجامعات لمتابعة سير أعمال الامتحانات» (82).

أطروحات خاصة بالمسؤولين:

(أ) **إحكام السيطرة:** عمد خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على التقليل من الشائعات من خلال التهديد الواضح لمروجي الشائعات عن طريق اتخاذ عقوبات رادعة لكل من عمل على إثارة الرعب والفرع بين الجمهور وخاصة الطلاب فأيد العقوبات التي اتخذتها أجهزة الدولة والتي قد تصل في مجملها إلى الغرامة المالية والسجن .

(ب) **تحمل المسؤولية:** عمد خطاب وزارة التعليم العالي على تحمل المسؤولية من خلال أطروحة تصاعد الشعور الجمعي وحث الطلاب وزويهم على التعاون مع الوزارة وأجهزتها المعنية وأن كافة القرارات الجديدة تقوم الوزارة بنشرها على الموقع الرسمي الخاص بالوزارة نافذة بذلك أية معلومات غير رسمية تنشر على المواقع الأخرى « في حال اتخاذ أي قرارات جديدة سيتم الإعلان عنها بشكل رسمي » .



المرتكزات المعرفية:

1- أطروحات تفسيرية:

الأسباب: لم يختلف خطاب وزارة التعليم العالي عن خطاب مجلس الوزراء في ذكر الأسباب التي أدت لانتشار

الشائعات حول جائحة كورونا وهي أن وسائل التواصل الاجتماعي هي السبب الرئيس في انتشار الشائعات خاصة وأن الوباء جديد مما سبب حيرة العلماء والباحثين والأطباء على مستوى العالم .

(أ) الحلول: عمد خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على أهمية التعليم عن بعد واستحداث فصول افتراضية من خلال مجموعات الإنترنت عبر تطبيقات مختلفة منها ميكرو سوفت تيم، زووم وذلك حرصاً منها على صحة الطلاب والقائمين على العملية التعليمية بمختلف الجامعات ، كما ركزت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على ضرورة مراعاة قواعد التباعد الاجتماعي من خلال منع التجمعات فعملت على بث فيديوهات توضيحية عن كيفية التعامل مع الجائحة وأثناء التواجد بقاعات الدراسة والامتحانات « وزارة التعليم العالي تؤكد على التشديد في تطبيق الإجراءات الاحترازية للوقاية والسلامة من وباء كورونا » ، «إعادة هيكلية الجداول الدراسية الخاصة بحضور الطلاب لتقليل عدد مرات حضورهم إلى الحد الأدنى الذي يسمح بإتقان المهارات العلمية الضرورية لطلاب سنوات النقل والتخرج» (83) .

كما لم يركز الخطاب على أطروحة إغلاق دور العبادة ، إعداد المستشفيات وتوفير اللقاحات باعتبارها جهة غير مسؤولة عنهما وأن مسؤوليتها تتعلق بالدراسة والامتحانات والانشطة والفاعليات الأخرى الخاصة بطلبة الجامعات على مستوى محافظات الجمهورية .

(ب) النتائج: اهتم منتجو الخطاب الموجه من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على فرض أطروحة الطمأنينة كنتيجة أساسية يقودها الخطاب من أجل طمأنة الطلاب وعدم بث مشاعر القلق والفرع التي قد تنتجها الشائعات ولم يلجأ الخطاب لفرض أطروحة العقاب إلا إذا كان الأمر متعلق بنشر تقارير ووثائق كاذبة عن الوزارة فتعمل على توجيه الخطاب الرادع الذي يتضمن عقوبات قد تصل إلى السجن أو الغرامة المالية لمروجي الشائعات « ونؤكد أنه سيتم تطبيق كافة الإجراءات القانونية ضد مروجي الشائعات » .

2- القوى الفاعلة:

أولاً- القوى الفاعلة الإيجابية:

1- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: حرص الخطاب الإعلامي الموجه من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على إبراز دور الوزارة الإيجابي في مواجهة الشائعات فعمل على إظهار كافة الحقائق وعدم إخفائها عن الجمهور فقامت بالرد على كافة الشائعات التي تثار حول الدراسة والامتحانات وحضور الطلاب وتقييم القاعات وغيرها ولم تكتف بالرد على الشائعات فقط فقامت بعمل رسائل توضيحية وتوعوية لأبنائها الطلاب من خلال فيديوهات توضح لهم كيفية التعامل مع الأزمات وغيرها .

2- مجلس الوزراء: أظهر خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مجلس الوزراء كقوى فاعلة إيجابية في الرد على الشائعات حيث عمل على تدعيم خطاب مجلس الوزراء بل اعتمد في أحيان كثيرة على نقل الحقائق والتحقق من الشائعات من الصفحة الرسمية الخاصة بمجلس الوزراء.



3- وزارة الصحة المصرية، منظمة الصحة العالمية: ظهرت وزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية كقوى فاعلة سلبية فلم يحتوي خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على توضيح دورها في مواجهة الشائعات باعتبارها جهة غير منوطة بالعملية التعليمية.

ثانياً- القوى الفاعلة السلبية: ظهر مروجي الشائعات والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي كقوى فاعلة سلبية تعمل على نشر الشائعات كما وجه خطاب وزارة التعليم العالي عدة رسائل تحذيرية تتضمن في بعضها التلويح بالعقاب لكل من قام بالترويج للشائعات وعمل على إثارة الرعب والفوضى بين جمهور الطلاب». وتحيب الوزارة بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تحري الدقة والموضوعية في نشر الأخبار ، والتواصل مع الجهات المعنية بالوزارة ؛ للتأكد قبل نشر معلومات لاتستند إلى أي حقائق وتؤدي إلى إثارة البلبلة ، علما بأن جميع الأخبار والبيانات الخاصة بالوزارة ، تنشر عبر الصفحة الرسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)، كما تحيب الوزارة بطلاب الجامعات والمعاهد عدم الانسياق وراء الشائعات والأخبار الكاذبة التي من المتوقع أن يكتف بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ترويجها خلال الفترة القادمة بقصد إثارة حالة من البلبلة بين الطلاب وأولياء الأمور ، إضافة إلى سعي البعض من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى تزييف صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي منسوبة خطأ إلى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بهدف خلق حالة من التشويش واللبلة بين الطلاب وأولياء الأمور» ، « الوزارة اتخذت كافة الاجراءات القانونية ضد مروجي هذه الشائعات، وتم ابلاغ الجهات المعنية لاتخاذ الاجراءات القانونية ضد مزوري القرار ومروجيه على مواقع التواصل الاجتماعي»(84).

3- المرتكزات الأسلوبية:

أولاً- الآليات الخطابية المنطقية:

الوصف الحي: اعتمد خطاب وزارة التعليم العالي على الوصف الحي محاولة منها لتحقيق هدفها الخطابي الأول كآلية لتوضيح الحقائق والرد على الشائعات بطريقة منطقية خاصة فيما يتصل بالعملية التعليمية ووصف أبعاد الجائحة وكيف سيطرت الوزارة على عدم انتشار الفيروس بين الطلاب ومحاولاتها الدئمة والمستمرة في المحافظة على الطلاب مع استمرار العملية التعليمية.

(أ) التحذير: اعتمد خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على توجيه تحذيرات مشددة كآلية خطاب منطقية؛ تتضمن العقاب واتخاذ كافة السبل الرادعة ضد مروجي الشائعات ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي. **الإدانة بالأدلة:** اتسم خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في مجمله بالاستناد إلى الشواهد واستخدام الأدلة بكل أشكالها الممكنة والمتاحة، حيث لم يدع مجالاً للمتلقى للسؤال عن الدليل أو مصدر المعلومة المطروحة، مما منح الخطاب نوعاً من القوة في الطرح **الجاهزية للمساعدة:** ركز خطاب وزارة التعليم العالي على جاهزية الوزارة للمساعدة من خلال فتح المدن الجامعية كغرف عزل للمصابين وجاهزية المستشفيات الجامعية وفتحها لاستقبال المصابين « وقرر المجلس الآتي 1- إعادة تشغيل جميع مستشفيات العزل وبلغ عددها 25 مستشفى جامعي بسعة استيعابية 2377 سرير بالأقسام الداخلية بالإضافة إلى 523 سرير للرعاية المركزة و418 جهاز تنفس صناعي، على أن يتم زيادة السعة الاستيعابية وفق الاحتياج 2- التأكيد على توفير أماكن لعزل الأطفال. 3- التأكيد على توافر الأدوية والمستلزمات والوقايات الشخصية ، وخلال الاجتماع ، أكد الدكتور خالد عبد الغفار أهمية وجود أماكن للعزل داخل المستشفيات غير المخصصة للعزل بشكل كامل»⁽⁸⁵⁾.

ثانياً- الآليات الخطابية العاطفية:

حشد الآراء: اعتمد خطاب مجلس الوزراء على حشد الآراء من أجل دعم القرارات والمواقف التي تتخذها حيال الشائعات بالإضافة لتوضيح جهود الدولة في مواجهة الأزمة معتمدة في بعض الخطابات على تصدير الأزمة وتوضيح حقيقة الموقف الوبائي بمصر.

ثالثاً- آليات التعبير الخطابي: ركز الخطاب الإعلامي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي على الخطاب المؤمل أو المتطلع من أجل طمأنة المتلقي ووضعه على كافة الخطط والقرارات التفصيلية والمستقبلية إزاء الوضع الوبائي في مصر والتأكيد على أن الدولة المصرية بكافة أجهزتها على أتم الاستعداد لمواجهة الجائحة.

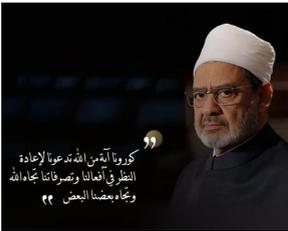
4- خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية:

على الرغم من أن الجائحة التي تمر بها الدولة المصرية تعتبر جائحة صحية من الدرجة الأولى إلا أننا نجد أن وزارة الصحة المصرية عكفت على توجيه خطاب صحي يتضمن شرح الوضع الوبائي المصري والوقوف على كافة المستجدات من تجهيز المستشفيات والقاحات والكمادات والبروتوكولات العلاجية والأكسجين والتعامل مع الحالات كل على حدة بما يتناسب مع حالتهم الصحية فمنها ما يستدعي العزل المنزلي فقط وما يستدعي الذهاب للمستشفى وتخصيص أرقام وتطبيقات الكترونية للتواصل مع المصابين بالإضافة لعمل رسائل توعوية وإرشادية لتوضيح كيفية التعامل مع الفيروس والوقاية منه إلى جانب مساندة الدول التي تحتاج الدعم سواء من مستلزمات طبية أو فرق طبية لمساعدة المرضى والمصابين .

على الجانب الآخر نلاحظ عدم اهتمام وزارة الصحة والسكان المصرية بالرد على الشائعات حيث نجد أنها رصدت 10 شائعات خلال الفترة من 1-3-2020 حتى 1-3-2021 بينما نجد أن مجلس الوزراء المصري رصد 41 شائعة خلال نفس الفترة مقسمة إلى 34 شائعة تتعلق بوزارة الصحة المصرية ، وشائعة واحدة تتعلق بالمجلس الأعلى للمستشفيات الجامعية، 6 شائعات تتعلق ببيئة الدواء المصرية ومن هنا نستخلص عدم اهتمام وزارة الصحة والسكان بالرد على الشائعات _ وجعل مجلس الوزراء الجهة المنوطة بالرد على الشائعات _ قدر اهتمامها بشرح طبيعة الوباء والوقوف على الوضع الوبائي المصري .

5- خطاب المركز الإعلامي جامعة الأزهر:

من خلال عرض الجدول رقم (1) نلاحظ عدم اهتمام المركز الإعلامي لجامعة الأزهر بالرد على الشائعات فلم يتطرق خلال فترة الدراسة إلا لشائعتين فقط _ تعرض جامعة الأزهر إلى الحديث عن إصابة طلاب بفيروس كورونا أثناء تأدية الامتحانات _ بينما نجد اهتمام المركز الإعلامي بالجامعة بالعمل على ارتفاع انماط التدين من خلال نشر تغريدات لفضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر بحث فيها على أهمية الترابط الاجتماعي وزيادة مشاعر الأخوة الانسانية⁽⁸⁶⁾



إضافة إلى تدعيم موقف اللجنة العليا للأخوة الإنسانية برعاية الأزهر والفاتيكان للصوم والدعاء وعمل الخير بنية رفع بلاء الوباء عن البشرية كلها وهذا نص البيان⁽⁸⁷⁾



كما لم تغفل جامعة الأزهر دورها في مواجهة الفيروس فقامت باختيار فريق علمي لتقييم تجارب وأبحاث تتعلق بمصل فيروس كورونا إضافة لإعداد الكمادات الوقائية حيث قام فريق من كلية الاقتصاد المنزلي بنات طنطا بعمل كمادات واقية

كما قامت الجامعة باتخاذ بعض الإجراءات لمساعدة ابنائها الطلاب وحسن سير العملية التعليمية منها⁽⁸⁸⁾:

- 1- إلغاء الامتحانات الشفهية في المقررات التخصصية والنظرية وإضافة درجاتها إلى الامتحان التحريري
- 2- إلغاء امتحانات القرآن الكريم في كليات الجامعة ومعاهدها، وإضافة درجاتها إلى الامتحان التحريري
- 3- إلغاء امتحان منتصف الفصل الدراسي الثاني 2019-2020 Mid Term وإضافة درجاتها إلى امتحان الفصل الدراسي الثاني 2019-2020 وذلك حسب لائحة كل قطاع .
- 4- إلغاء البحث في المقررات التي يكلف فيها الطلبة بإعداد أبحاث وتضاف درجته إلى درجة الامتحان التحريري
- 5- تنفيذ التطبيقات العملية عقب انتهاء امتحان نهاية العام وفقا للائحة كل قطاع .
- 6- تأجيل امتحان السنة التأهيلية للمواد الإسلامية لغير خريجي كليات جامعة الأزهر إلى 9-8-2020 ويحدد الدور الثاني لاحقا .
- 7- يستكمل الدور الثاني للفرقة الخامسة لكليات الطب نظام لائحة قديمة في 20-6-2020 .
- 8- تقدم مشاريع تخرج إعلام عقب امتحان نهاية العام بثلاثة أسابيع
- 9- الاستمرار في التعليم عن بعد حتى يتم شرح المقررات النظرية شرحا كاملا والاعتماد على التصحيح

- الإلكتروني في أكبر عدد من المقررات الدراسية لسرعة إعلان النتائج .
- 10- تعقد امتحانات التخلف للفرق النهائية قبل بدء امتحانات الفصل الدراسي الثاني -2019
2020 حسب ظروف كل كلية وامكانياتها المتاحة .
- 11- تعقد امتحانات التخلف للفرق غير النهائية بعد نهاية امتحانات الفصل الدراسي الثاني -2019
2020 حسب ظروف كل كلية وامكانياتها المتاحة .
- 12- حال تفاقم الوضع - لاقده الله - يعقد الامتحان الكترونيا عن بعد في كل المقررات على مستوى الجامعة، على أن تعد بنوك أسئلة لقطاعات أصول الدين واللغة العربية والشريعة والقانون والأقسام المناظرة لها ويختار امتحان موحد لكل قطاع من هذه القطاعات، أو نموذج لكل قطاع في كل فرع ، أو نموذج للبنين وآخر للبنات، والكلية التي تتوفر بها مقومات هذا النظام من الامتحان تعقد امتحاناتها لطلابها بمعرفتها في الموعد الذي ستحدده الجامعة .
- 13- تعد الكلية امتحانا لذوي القدرات الخاصة الذين لا يتمكنون من الاختبار الإلكتروني عن بعد وتعد لهم لجان امتحان بالكلية في ضوء الضوابط المقررة وفي مواعيد أقرتهم .
- 14- تعقد اختبارات الكترونية تجريبية عن بعد من خلال الجامعة والكليات؛ للتعرف على معوقات هذا النظام من الامتحان، وما يترتب عليه من مشاكل ومخاطر، وإيجاد حلول لها، حتى لا يكون هناك أي مشكلة حال اضطرارنا للاعتماد عليه كليا في هذا الفصل الدراسي .
- كما لم تفعل جامعة الأزهر العباء المادي على أولياء الأمور في ظل أزمة كورونا فقامت بإلغاء رسوم التأمين لطلاب المدينة الجامعية بمرحلة بكالوريوس الطب وذلك لتيسير على الطلاب في ظل الظروف الحالية لأزمة فيروس كورونا .

النتائج العامة للدراسة:

يوضح الجدول السابق المرتكزات المعرفية والأسلوبية التي ظهرت في تحليل الخطاب الإعلامي للمواقع الرسمية - موقع رئاسة مجلس الوزراء، موقع وزارة الصحة المصرية، موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، موقع المركز الإعلامي لجامعة الأزهر- والتي ساعد حصرها وتتبعها في الإجابة على تساؤلات الدراسة المطروحة، وقد أوضح الجدول حجم المرتكزات في كل خطاب يشكل مفصل موضعًا للفرق بين المواقع الأربعة في استخدامه في خطابها عن الشائعات خلال جائحة كورونا التي تعد من أبرز القضايا على الساحة خلال فترة الدراسة.

أولاً- المرتكزات المعرفية:

والتي قسمتها الباحثة إلى أطروحات واقعية، وأطروحات تفسيرية، إضافة إلى القوى الفاعلة داخل كل موضوع. الأطروحات الواقعية والتي قسمتها الباحثة إلى أطروحات خاصة بالجمهور، وأطروحات خاصة بالمسؤولين:

1- الأطروحات الخاصة بالجمهور:

* تأجيج المجتمع (تدمير النظام القيمي والسلمي للمجتمع)

- **زعزعة الأمن:** حيث استهدفت الشائعات زعزعة الأمن فتصدرت الترتيب الأول في خطاب الموقع الرسمية للشائعات خلال جائحة كورونا فجاءت وزارة الصحة المصرية في الترتيب الأول بنسبة 50% باعتبار أن الجائحة صحية متعلقة بحياة وصحة المواطنين فكان لزاما على وزارة الصحة المصرية توضيح الحقائق وتصحيحها للجمهور، يليها رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الثاني، يليها وزارة التعليم العالي في الترتيب الثالث بنسبة 75.18 %، بينما جاء المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 0 %.

- **التهويل والمبالغة:** جاءت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الأول من حيث اهتمامها بتكذيب الشائعات المتعلقة بالتهويل والمبالغة وذلك بنسبة 25 %، تليها رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 14.65 %، يليها وزارة الصحة في الترتيب الثالث بنسبة 10 %، بينما جاء المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 0 %.

- **التهوين:** تصدر خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء الحديث عن الشائعات المتعلقة بالتهوين من أثر الجائحة وذلك بنسبة مئوية 1.04 %، بينما تساوت باقي المواقع عينة الدراسة فجاءت في الترتيب الثاني بنسبة 0 %.

- **إثارة الفوضى:** احتل خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر المركز الأول في الحديث عن الشائعات التي تعمل على إثارة الفوضى والعمل على تكذيبها وذلك بنسبة بلغت 100 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بنسبة 56.25 %، يليه الخطاب الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء وذلك بنسبة 44.5 %، بينما جاءت وزارة الصحة في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 40 %.

- **ارتفاع أزمات التندين وإرتباك القيم:** تصدر خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء الحديث عن الشائعات المتعلقة بالتهوين من أثر الجائحة وذلك بنسبة مئوية 5.75 %، بينما تساوت باقي المواقع عينة الدراسة فجاءت في الترتيب الثاني بنسبة 0 %.

* **تعميم مشاعر الإحباط حيث قسمتها الباحثة إلى قسمين وهي: الخوف، استغلال الظروف.**

1. تعميم مشاعر الإحباط والخوف:

- **الخوف من المجهول:** من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ تصدر المركز الإعلامي لجامعة الأزهر الحديث عن أثر الشائعات الخاصة بجائحة كورونا على الجمهور حيث تؤدي إلى زيادة مشاعر الخوف من المجهول باعتباره مرضا جديدا فجاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الأول بنسبة 100 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء بنسبة 50 %، يليه خطاب وزارة الصحة المصرية بنسبة 20 %، بينما جاءت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 0 %.

- **الخوف من فقدان الأشخاص:** جاء خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الأول بين خطاب المواقع عينة الدراسة من حيث الحديث عن الشائعات المتعلقة بزيادة مشاعر الخوف من فقدان الأشخاص وذلك بنسبة 100 % ، يليه خطاب وزارة الصحة المصرية في الترتيب الثاني بنسبة 80 % ، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 50 % ، وجاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الأخير بنسبة 0 % .

2. تعميم مشاعر الإحباط لاستغلال الظروف:

حيث تصدر خطاب مجلس الوزراء التحذير من الشائعات التي تعمل على استغلال الظروف فجاء في الترتيب الأول بنسبة 79.83 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بنسبة 66.66 % ، وجاء خطاب وزارة الصحة في الترتيب الثالث بنسبة 28.5 % ، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر بنسبة 0 % .

ثانياً- أطروحات خاصة بالمسؤولين؛ حيث قسمتها الباحثة إلى قسمين:

1. إحكام السيطرة من خلال:

- **التحذير:** حيث اعتمد خطاب وزارة الصحة المصرية على إرسال رسائل تحذيره للحد من الشائعات فجاءت في الترتيب الأول بنسبة 66.66 % ، وجاء خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 52.38 % ، بينما تساوى خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر فجاء في الترتيب الثالث والاخير بنسبة 0 % .

2. تحمل المسؤولية من خلال:

- **إجراءات تصحيحية:** تصدر خطاب موقع وزارة الصحة المصرية الحديث عن الإجراءات التي اتخذتها في مواجهة الجائحة حيث جاء الخطاب في الترتيب الأول بين المواقع الإعلامية عينة الدراسة وذلك بنسبة 14.2 % ، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء بنسبة 4.81 % ، بينما تساوى خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر فجاء في الترتيب الأخير بنسبة 0 % .

- **تصاعد الشعور الجمعي:** من خلال عرض الجدول السابق رقم (1) يتضح اهتمام المسؤولين بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي و المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في العمل على تصاعد الشعور الجمعي سواء للطلاب أو المواطنين حيث جاء الخطاب الخاص بكل منهما في الترتيب الأول بنسبة 100 % ، يليه خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 95.18 % ، بينما جاء خطاب وزارة الصحة المصرية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 85.7 % .

ثالثاً- الأطروحات التفسيرية: حيث قسمت الباحثة الأطروحات التفسيرية إلى أسباب، حلول (إغلاق دور العبادة، منع التجمعات، إعداد المستشفيات وتوفير لقاحات، التعليم عن بعد وإغلاق المدارس)، نتائج (طمأنينة، عقاب).

1- الأسباب: أظهرت نتائج الدراسة تساوي عينة الدراسة في عرض الأسباب التي أدت إلى انتشار الشائعات الخاصة بجائحة كورونا وهي أن الفيروس جديدا وسريع الانتشار مما أدى إلى زيادة مشاعر الخوف والهلع من قبل أفراد الجمهور حيث جاء الخطاب الصحفي الخاص بعينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة 100 % .

2-الحلول:

- **إغلاق دور العبادة:** حرص الخطاب الموجه من المركز الإعلامي لمجلس الوزراء على الإهتمام بالتصدي للشائعات التي تتعلق بالحديث عن إغلاق دور العبادة حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 3.15 % بينما تساوى باقي أفراد عينة الدراسة فجاءت جميعها في الترتيب الثاني بنسبة 0 %.

- **منع التجمعات:** اهتم المركز الإعلامي بجامعة الأزهر بالتصدي للشائعات وإطلاق التحذيرات الخاصة بمنع التجمعات حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 50 %، يليه الخطاب الصحفي الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثاني بنسبة 42.8 % وذلك حرصا منهما على أبنائهم من الطلاب، وجاء المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 18.42 %، بينما جاءت وزارة الصحة في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 12.5 %.

- **إعداد المستشفيات وتوفير اللقاحات:** تصدرت وزارة الصحة والسكان الإهتمام بالشائعات الخاصة بإعداد الأمصال ومدى توافرها بالإضافة لجاهزية مستشفيات وغرف العزل الصحي بمستشفيات الجمهورية حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 87.5 % باعتبارها المسئول الأول عن الوضع الصحي والوبائي في مصر، وجاء الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثاني بنسبة 50 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 25.78 %، بينما جاءت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 7.14 %.

- **التعليم عن بعد وإغلاق المدارس:** حرصت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على صحة أبنائها الطلاب حيث كانت على أتم الاستعداد لاستكمال العام الدراسي من خلال منصات التعليم عن بعد مع الغلق التام لكافة المدارس والكليات حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 50 %، يليها الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لمجلس الوزراء بنسبة 18.42 %، بينما تساوى الخطاب الصحفي الخاص بوزارة الصحة والسكان مع الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر فجاء كل منهما بنسبة 0 %.

رابعاً- النتائج:

- **طمأنينة:** اهتم الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر بالعمل على طمأننة الجمهور من الطلاب وأولياء الأمور حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 100 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء

في الترتيب الثاني بنسبة 99.47%، وجاء الخطاب الصحفي الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة 87.5%، بينما جاءت وزارة الصحة في الترتيب الثالث بنسبة 80% .

- **عقاب:** حرص الخطاب الإعلامي الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر بإطلاق رسائل تحذيرية تتضمن التلويح بالعقاب لمروجي الشائعات فجاء في الترتيب الأول بنسبة 100%، وجاء الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 91.57%، يليه الخطاب الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة 81.25%، بينما جاء خطاب وزارة الصحة والسكان في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 80% .

- **القوى الفاعلة:** قسمت الباحثة القوى الفاعلة إلى قسمين قوى فاعلة إيجابية، قوى فاعلة سلبية:

1. القوى الفاعلة الإيجابية تمثلت القوى الفاعلة الإيجابية الخاصة بالتصدي للشائعات في:

- **وزارة الصحة والسكان:** جاء خطاب وزارة الصحة والسكان بالحديث عن أنها تعمل جاهدة على مواجهة الفيروس كقوى فاعلة إيجابية في الترتيب الأول بنسبة 100%، يليها خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 17.8%، بينما تساوى الخطاب الصحفي الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع الخطاب الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الحديث عن وزارة الصحة كقوى فاعلة إيجابية فجاء في كل منهما في الترتيب الثالث بنسبة 0% .

- **وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:** جاء خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالحديث عن أنها تعمل جاهدة على مواجهة الفيروس كقوى فاعلة إيجابية في الترتيب الأول بنسبة 81.25%، يليها خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 12.04%، بينما تساوى الخطاب الصحفي الخاص بوزارة الصحة والسكان المصرية مع الخطاب الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الحديث عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كقوى فاعلة إيجابية فجاء في كل منهما في الترتيب الثالث بنسبة 0% .

- **منظمة الصحة العالمية:** تصدر الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لمجلس الوزراء الحديث عن منظمة الصحة العالمية كقوى فاعلة إيجابية في الترتيب الأول بنسبة 5%، بينما جاء الخطاب الموجة من باقي عينة الدراسة في الترتيب الثاني بنسبة 0% .

- **مجلس الوزراء:** حرص الخطاب الموجه من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالحديث عن مجلس الوزراء كقوى فاعلة إيجابية فجاءت في الترتيب الأول بنسبة 18.75%، وجاء خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 12.56%، بينما تساوى خطاب وزارة الصحة والسكان مع خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء فجاء كلا منهما في الترتيب الثالث بنسبة 0% .

2. القوى الفاعلة السلبية:

- **مروجي الشائعات:** تصدرت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الحديث عن مروجي الشائعات وإعطاء رسائل تحذيرية لهم باعتبارهم قوى فاعلة سلبية تعمل على بلبله الرأي العام فجاءت في الترتيب الأول بنسبة 50 %، وجاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 47.9 %، يليه خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثالث بنسبة 40 %، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 0 %.

- **المصابين وذويهم:** عمد خطاب مجلس الوزراء على إظهار المصابين وذويهم كقوى فاعلة سلبية حيث كانت تعمل على ترويج الشائعات فجاءت في الترتيب الأول بنسبة 2.08 %، بينما تساوت باقي عينة الدراسة فجاءت في الترتيب الثاني بنسبة 0 %.

- **المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي:** تساوى الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لمجلس الوزراء مع خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وخطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر فجاء جميعها في الترتيب الأول بنسبة 50 % من حيث الحديث عن المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي كقوى فاعلة سلبية ، بينما جاء خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثاني بنسبة 40 %.

خامساً- المرتكزات الأسلوبية:

والتي قسمتها الباحثة إلى قسمين الآليات الخطابية، آليات التعبير الخطابي:

1. الآليات الخطابية والتي قسمتها الباحثة إلى آليات خطابية منطقية، وآليات خطابية عاطفية:

* الآليات الخطابية المنطقية:

- **الوصف الحي:** عمد خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر على أسلوب الوصف الحي من خلال ذكر كافة الحقائق تفصيلاً وتوضيحها للجمهور من خلال الشرح والتفسير وتقديم معلومات دقيقة لتجنب الغموض ومنعا لإثارة اللبلة والفتن بين أفراد الشعب حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 50 %، وجاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 45.02 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة 43.75 %، بينما جاء خطاب وزارة الصحة والسكان في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 30 % .

- **الإدانة بالأدلة:** حرص خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية على استخدام الأدلة والشواهد كحجة ودليل منطقي لتكذيب الشائعة فجاء في الترتيب الأول بنسبة 40 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثاني بنسبة 18.75 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 17 %، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 0 % .

- **التحفيز:** استند خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء على أسلوب التحفيز من أجل تبني سلوك أو موقف مضاد للشائعات وتحفيز الجمهور على تأييد وتدعيم مجهودات الحكومة المصرية متمثلة في مجلس الوزراء حيث جاء

خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الأول بنسبة 3.6 %، بينما تساوت باقي العينة فجاءت جميعها في الترتيب الثاني بنسبة 0 % .

- **التحذير:** حرص الخطاب الموجه من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على إطلاق رسائل تحذيرية للحد من الشائعات فجاء خطاب الوزارة في الترتيب الأول بنسبة 25 %، خطاب وزارة الصحة المصرية في الترتيب الثاني بنسبة 20 %، وجاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 15.18 %، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 0 % .

- **الجاهزية للمساعدة:** ركز الخطاب الموجه من المركز الإعلامي لجامعة الأزهر على طمأنة الجمهور من الطلاب وأولياء الأمور مع التأكيد على جاهزية الجامعة لمساعدة ابنائها الطلاب فجاءت جاهزية جامعة الأزهر للمساعدة في الترتيب الأول بنسب 50 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 18.8 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة 12.5 %، بينما جاء خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 10 %.

* الآليات الخطابية العاطفية والتي قسمتها الباحثة إلى:

- **تصدير الأزمات:** حيث عني خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بتصدير الأزمة والوقوف على الوضع الحالي للوباء في مصر فجاء في الترتيب الأول بنسبة 45.45 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 43.22 %، يليه خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثالث بنسبة 28.5 %، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 0 % .

- **حشد الآراء:** عمد خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية على حشد آراء الجمهور من خلال تعريفهم بالوضع الوبائي المصري وتوضيح جهود الدولة متمثلة في وزارة الصحة المصرية في مواجهة الجائحة حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 71.4 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 55.93 %، يليه خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة 54.54 %، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 50 % .

- **عرض وجهة نظر واحدة:** جاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الأول في عرض وجهة نظر واحدة وذلك بنسبة 8 % ، بينما تساوى جميع أفراد العينة حيث جاءت جميعها في الترتيب الثاني بنسبة 0 % .

2. آليات التعبير الخطابي:

- **الخطاب الهجومي:** عمد خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على استخدام الأسلوب الهجومي في الخطاب وذلك عند إطلاق التحذيرا مروجي الشائعات حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 12.5 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 8.9 %، بينما تساوى خطاب وزارة الصحة المصرية مع خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر حيث جاء في الترتيب الثالث بنسبة 0 % وهذا يوضح عدم

استخدامهما لهذا الأسلوب في الخطاب مع الجمهور .

- الخطاب المؤمل أو المتطلع: ركز الخطاب الإعلامي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي على الخطاب المؤمل أو المتطلع من أجل طمأنة المتلقي ووضعه على كافة الخطط والقرارات التفصيلية والمستقبلية إزاء الوضع الوبائي في مصر والتأكيد على أن الدولة المصرية بكافة أجهزتها على أتم الاستعداد لمواجهة الجائحة حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 75 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة 54.97 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الثالث بنسبة 50 %، بينما جاء خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 40 % .

- الخطاب التعبوي: حرص الخطاب الموجه من وزارة الصحة والسكان المصرية على تعبئة الجمهور وحشد الرأي العام من خلال عرض الجهود التي تقوم بها الوزارة من تجهيز المستشفيات واستحداث اللقاحات وتوفير الأطباء، وتوضيح كيفية التعامل مع حالات العزل المنزلي وغيرها فجاء في الترتيب الأول بنسبة 60 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لجامعة الأزهر من تطهير الكليات وقاعات التدريس وتوفي الأمصال، وتخصيص مستشفى الأزهر التخصصي لحالات كورونا فجاء في الترتيب الثاني بنسبة 50 %، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثالث بنسبة 36.1 %، بينما جاء خطاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 12.5 % .

خاتمة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير آليات الخطاب الصحفي في مواجهة الشائعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك من خلال تحليل مضمون الخطاب الموجه للجمهور للتعريف بالشائعات وتصحيحها خلال جائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء للرد على الشائعات، صفحة وزارة الصحة المصرية، صفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية، المركز الإعلامي لجامعة الأزهر.

وتتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي للمنشورات الخاصة بالشائعات حول جائحة كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة والتي وردت خلال فترة من 1 مارس 2020 حتى 1 مارس 2021، واستخدمت أداة تحليل الخطاب ليكون إجمالي الموضوعات التي تم تحليلها (219) موضوعًا.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. استهداف الشائعات زعزعة الأمان فتصدرت الترتيب الأول في خطاب الموقع الرسمية للشائعات خلال جائحة كورونا فجاءت وزارة الصحة المصرية في الترتيب الأول يليها رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الثاني، يليها وزارة التعليم العالي في الترتيب الثالث، بينما جاء المركز الإعلامي لجامعة الأزهر في الترتيب الرابع والأخير .
2. حرص الخطاب الموجه من وزارة والتعليم العالي والبحث العلمي بالحديث عن مجلس الوزراء كقوى فاعلة إيجابية فجاءت في الترتيب الأول، يليه خطاب مجلس الوزراء في الترتيب الثاني، بينما تساوى خطاب وزارة الصحة

- والسكان مع خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء فجاء كلا منهما في الترتيب الثالث.
3. تصدرت وزارة والتعليم العالي والبحث العلمي الحديث عن مروجي الشائعات وإعطاء رسائل تحذيرية لهم باعتبارهم قوى فاعلة سلبية تعمل على بلبله الرأي العام فجاءت في الترتيب الأول، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني، يليه خطاب وزارة الصحة والسكان المصرية في الترتيب الثالث، بينما جاء خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الرابع.
4. اهتم الخطاب الصحفي الخاص بالمركز الإعلامي لجامعة الأزهر بالعمل على طمأنة الجمهور من الطلاب وأولياء الأمور حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة ، يليه خطاب المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الترتيب الثاني بنسبة، وجاء الخطاب الصحفي الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الترتيب الثالث بنسبة، بينما جاءت وزارة الصحة في الترتيب الثالث.

هوامش الدراسة:

1. عبد الله عمران علي إبراهيم ، الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية « جائحة كورونا نموذجاً » *مجلة البحوث الإعلامية* ، جامعة الأزهر ، ع 55 ، ج 4 ، أكتوبر 2020 ، ص 2575 – 2618 .
- 2 . محمد محمد علي عمارة ، تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب ، *مجلة البحوث الإعلامية* ، جامعة الأزهر ، ع 55 ، ج 4 ، أكتوبر 2020 ، ص 2647 – 2778 .
- 3 . آيات أحمد رمضان ، بعنوان « أزمة مسلمي الروهينجا في خطاب المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية – دراسة تحليلية » ، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، 2017م .
- 4 . سلوى أحمد محمد أبو العلا ، استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات « المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً » ، *مجلة البحوث الإعلامية* ، العدد الرابع والخمسون ، ج 1 ، يوليو 2020م ، ص 11- 80
- 5 . إنناس منصور كامل شرف، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد – 19) ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 193 – 246 .
6. Samia Tasnim, Md Mahub Hoimonty Mazumder, Impact of rumors or misinformation on coronavirus disease (covid – 19) social media , **Journal of preventive medicine and public health** , April , 2020, Vol (53) , No (3) .
- 7 .دراسة محمود درويش ، تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرة البيانات المفتوحة، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* ، ع 28 ، 2020 .
- 8 .شيماء محمد عبد الرحيم زيان، استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية : دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 699 – 730 .
- 9 . محمد بن عائض التوم ، بعنوان الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي : تويتز نموذجاً، *مجلة الشمال للعلوم الإنسانية* ، جامعة الحدود الشمالية ، المجلد 4 ، العدد 1، 1440 هـ – 2019 م ، ص 137 – 156 .
- 10 . مروى ياسين بسويي ، التعرض لبرامج الرأي بالقتوات الفضائية التلفزيونية ، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية « كورونا » ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 29 – 93 .

- 11 . سارة سعيد عبد الجواد دسوقي ، اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 95 -129 .
- 12 . آلاء بنت بكر علي الشيخ ، دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ص 131 - 191 .
- 13 . فاطمة سعود عبد العزيز السالم ، مصادقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات : جائحة كورونا (كوفيد 19) نموذجاً ، *الجمعية المصرية للعلاقات العامة* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 247 - 277 .
- 14 . حاتم علي حيدر الصالح ، توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد 19 « دراسة حالة التجربة اليمنية ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 319 - 355 .
- 15 . أسماء عبد العزيز مصطفى ، اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا : دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية ، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 357 - 376 .
- 16 . هاجر محمود محمد عمر ، 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* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 465- 512 .
- 17 . محمد عثمان حسن علي ، بعنوان أطر تقديم جائحة كورونا « كوفيد -19 » في المواقع الاخبارية الالكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الاخبارية المصرية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 557 - 588 .
- 18 . أحمد عمران محمود ، بعنوان دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا (دراسة ميدانية) ، *مجلة البحوث الإعلامية* ، جامعة الأزهر ، ع 55 ، ج 4 ، أكتوبر 2020 ، ص 2379 - 2448 .
- 19 . زينب الحسيني رجب بلال ربحان ، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا « دراسة تحليلية » ، *مجلة البحوث الإعلامية* ، ع 55 ، ج 4 ، أكتوبر 2020 ، ص 2447 - 2486 .
- 20 . نرمين علي عجوه ، استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا « دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية » ، *مجلة البحوث الإعلامية* ، جامعة الأزهر ، ع 55 ، ج 4 ، يوليو 2020 ، ص 2433 - 2494 .
- 21 . قائمة بأسماء السادة المحكمين الذين عرضت عليهم استمارة تحليل الخطاب وبياناتهم على النحو الآتي:

السادة الأساتذة:

أ.د/ جمال عبد الحي النجار: أستاذ الصحافة- شعبة الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة-جامعة الأزهر.

أ.د/ محمد وهدان: شعبة الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر. السادة الأساتذة المساعدين:

أ.م.د/ آيات أحمد رمضان: شعبة الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة- جامعة الأزهر.

22. (<https://www.elwatannews.com/news/details4339746/>)

23. الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية

24. (<http://portal.mohe.gov.eg/ar-eg/Pages/Home.aspx>)

25. <https://cutt.ly/6RR4zhF>

26. <https://cutt.ly/oRR45Xg>

27. محمد بن عائض التوم ، الشائعات ومواقع التواصل الاجتماعي 2019، ص 139

28. ابن منظور ، لسان العرب ، بيروت : دار صادر الجبور ، سناء محمد (2014 م) ، الإعلام الاجتماعي، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 1997 م .

29. مجدي الداغر ، تأثيرات الإعلام الجديد على اتجاهات الجمهور نحو الوعي بخطورة الشائعات وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية في مصر أثناء ثورة يناير وما بعدها - دراسة ميدانية ، المؤتمر العلمي الدولي : الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري ، جامعة الزرقاء ، كلية الصحافة والإعلام 2017 ، ص 597 .

30. Heng Chen , The Power of Whispers, theory of Rumer, Communication, **Hong Kong university of Science and Technology** , September 14 , 2012 .

31. شريف درويش ، سالي الشلقاني ، صناعة الأزمات والتأثير على المجتمع ، شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات ، المركز العربي للبحوث والدراسات : آفاق سياسية ، ع 35 ، 2018 ، ص 5 .

32. محمد رضا سليمان ، دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة ، جامعة عين شمس : مجلة الدراسات العليا للطفولة ، ج 19 ، ع 70 ، 2016 .

33. نحلة نجاح العنزي ، الإعلام الجديد ومحاربة الشائعات ، ورقة عمل قدمت إلى ملتقى كلية الإعلام (البيئة الاتصالية الجديدة الوسائل والأدوات) ، 2018 ، ص 3 .

34. حكيم غريب ، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي ، مداخلة قدمت في الندوة النقاشية العلمية الدولية حول « عولمة الإعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية ، الجزائر ، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية ، ص 11 .

35. رضا عبد الواحد أمين ، مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات (النار والمهشيم) المعالجات والحلول ، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام ، مصر ، 2016 ، ص 444 - 445 .
36. شرف الدين بن إرث ، الإشاعات وأثرها على الاستقرار الأمني والسياسي للدولة « حقائق من صفحات التواصل الاجتماعي فيس بوك الجزائرية» ، الجزائر ، بدون تاريخ ، ص 13 - 14 .
37. سلوى أحمد محمد أبو العلا ، استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات « المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، ج 1 ، ع 54 ، يوليو 2020م ، ص 9 - 80 .
38. الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية ، 2020 .
39. Arinze – Umobbi somtoo and Onyinnye Chiweta Oduah,(2020), “ Covid-19 crisis response strategies:the place of mass media “ , **International Journal of advanced research** , Vol ,(8) , No, 4 , April, 1102-1109, Available at ; www.journaljar.com
40. <http://www.mayoclinic.org/ar/diseases - conditions/coronavirus/symptoms/syc-20479963>
41. الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية 2020 .
42. Shalvee and Saurabh Sambhav , ‘ Role of mass media and communication during pandemic – key role at crucial stage: categories and challenges “ , **International journal of creative reseach thoughts UCRT**),May,2020 , vol, 8 , No5, Available at www.ijcrt.org
43. حسام فايز عبد الحي « اعتماد طلبة الجامعات على وسائل التواصل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات وأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19 وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم ، مجلة البحوث الإعلامية ، ع54 ، ج 4 ، يوليو 2020 ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ص 2605 - 2657 .
44. Daniel A, Gonzalez–Padilla I,Leonardo Tortolero–Blanco “ social media in fluence in the Covid-19 pandemic,” **official journal of the Brazilian of urology**, june2020,vol,46 ,No,1.
45. Samia Tasnim , Md Mahbub , Hoimonty Mazumder , “ Impact of rumors or misinformation on corona varius disease (Covid -19) social media “ , **journal of preventive medicine and puplic health** , April 2020 , Vol 53 , No 3 .
46. الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة احتساب المرحلة الإعدادية للفصل الدراسي

- الأول فقط ، 6- مارس 2021 .
- 47 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة تداول رابط جديد على تطبيق واتس آب لتسجيل بيانات العمالة غير المنتظمة للحصول على معاش ، 24 - فبراير 2021 .
- 48 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة وقف صرف الكمادات ضمن المقررات التموينية لشهر فبراير الجاري تزامنا مع تراجع أعداد الإصابات بفيروس كورونا ، 9- فبراير - 2021 .
- 49 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة عجز بأدوية البروتوكولات العلاجية لفيروس كورونا بالمستشفيات الحكومية بمختلف المحافظات تزامنا مع المرحلة الثانية لفيروس كورونا ، فقط ، 25، يناير ، 2021 .
- 50 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، اتخاذ كافة الإجراءات القانونية اللازمة حيال مروجي الشائعات حول فيروس كورونا ، 30- مارس 2020 .
- 51 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة بيع عقار ريمديسفير المخصص لعلاج حالات كورونا بالصيدليات، 2 يوليو 2020 .
- 52 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة إجراء التحاليل الخاصة بفيروس كورونا بمحطات البنزين عبر نظام (درايف ثرد Drive Through) ، 19 يونيو 2020 .
- 53 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة صدور قرار بالغاء امتحانات الميد تيرم بالجامعات تزامنا مع الموجة الثانية لفيروس كورونا ، 12 نوفمبر 2020 .
- 54 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة إصدار قرار بمنع تقديم الشيشة في القاهي والكافيهات ، 2 أكتوبر 2020 .
- 55 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة توقف وزارة الأوقاف عن تعقيم المساجد مع تراجع أعداد الإصابات بقرonavirus كورونا ، 14- أغسطس 2020 .
- 56 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء ، شائعة تأجيل صرف الدفعة الرابعة من منحة العمالة غير المنتظمة لأجل غير مسمى ، 3 ديسمبر 2020 .
- 57 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - توزيع أدوية البروتوكول العلاجي الخاص بفيروس كورونا على طلاب الثانوية العامة قبل دخول الامتحانات)، 19 - يونيو - 2020
- 58 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - ارتفاع أسعار الكمادات والمطهرات تزامنا مع الموجة الثانية لفيروس كورونا) ، 13- يناير -2021
- 59 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - تداول إعلانات بشأن تنظيم برامج العمرة لشهر رمضان المقبل) ، 24- فبراير -2021
- 60 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - صدور قرار بإغلاق كافة المساجد تحسبا للموجة الثانية لفيروس كورونا)، 25- نوفمبر -2020.

- 61 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - تغيير مواعيد إغلاق المنافذ التموينية تزامنا مع قرار تنظيم مواعيد الإغلاق الجديدة للمحال التجارية)، 28- يناير - 2021 .
- 62 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - ضعف الاجراءات الوقائية لمواجهة فيروس كورونا داخل المطارات المصرية تزامنا مع تراجع أعداد الإصابات بالفيروس)، 4 - سبتمبر - 2020 .
- 63 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات إيقاف الاعفاءات الضريبية الممنوحة للمستثمرين نتيجة تداعيات أزمة كورونا)، 16- ديسمبر - 2020 .
- 64 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - تراجع أعداد السفن المارة بقناة السويس بنسبة 50% تزامنا مع الموجة الثانية من فيروس كورونا)، 9 - ديسمبر - 2020 .
- 65 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - إيقاف برنامج تكافل وكرامة للفتات الأكثر احتياجا وتوجيه مخصصاته لمواجهة أزمة كورونا)، 13- نوفمبر - 2020 .
- 66 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - اعتزام الحكومة إغلاق كافة الأندية ومراكز اللياقة البدنية تحسبا للموجة الثانية من فيروس كورونا)، 25- ديسمبر - 2020 .
- 67 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - استئناف العمل بكافة المحاكم على مستوى الجمهورية)، 11- ابريل - 2020 .
- 68 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - توقف العمل بمشروعات الهيئة القومية للأفناق بسبب أزمة كورونا)، 10 - أبريل - 2020 .
- 69 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - تغريم المواطنين حال عدم الإلتزام بارتداء الكمامة داخل السيارات الخاصة)، 4 - يونيو - 2020 .
- 70 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - تحصيل رسوم مالية على نموذج تسجيل عودة المواطنين العالقين بالخارج)، 16 - مايو - 2020 .
- 71 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - إجبار العاملين بالجهاز الإداري للدولة على المعاش المبكر كشرط للحصول على قرض صندوق النقد الدولي لمواجهة أزمة كورونا)، 26- يونيو - 2020 .
- 72 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - توقف العمل بمشروع محطة الضبعة النووية بسبب أزمة فيروس كورونا)، 6 - أغسطس - 2020 .
- 73 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - إلغاء سداد فاتورة استهلاك التليفون الأرضي بسبب أزمة كورونا)، 10 - أبريل - 2020 .
- 74 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء (شائعات - استيراد شحنة لحوم مصابة بفيروس كورونا)، 11- نوفمبر - 2020 .
- 75 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء، (شائعات - إلغاء امتحانات شهادات القراءات

- بكافة المعاهد الأزهرية)، 23- يوليو - 2020 .
- 76 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء، (شائعات - عجز في اسطوانات الأكسجين بمستشفيات الصدر بمختلف محافظات الجمهورية)، 28 - أغسطس - 2020 .
- 77 .الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء، (شائعات - تداول بروتوكولات لعلاج فيروس كورونا منسوبة لوزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي) ، 26-يونيو - 2020.
- 78 . الصفحة الرسمية للمجلس الإعلامي لمجلس الوزراء، شائعات - تعليق الدراسة بالجامعات والمعاهد مع تأجيل امتحانات الفصل الدراسي الأول لمدة أسبوعين لتقام في 30 يناير، 25 - ديسمبر - 2020 .
- 79 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية، التعليم تنفي تعليق الدراسة بالجامعات والمعاهد مع تأجيل امتحانات الفصل الدراسي الأول لمدة أسبوعين لتقام في يناير القادم ، 26 - ديسمبر - 2020 .
- 80 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، « توضيح هام - كافة الفعاليات مستمرة في الجامعات مع تطبيق كافة الإجراءات الاحترازية والوقائية »، 24- نوفمبر - 2020 .
- 81 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية، وزير التعليم العالي يطمئن على الاستعدادات النهائية لامتحانات الفصل الدراسي الثاني بالجامعات والمعاهد، 1- يوليو - 2020 .
- 82 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، «وزير التعليم العالي يطمئن على جاهزية غرفة العمليات بالمجلس الأعلى للجامعات لمتابعة سير أعمال الامتحانات »، 1- يوليو - 2020 .
- 83 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، إعادة هيكلة الجداول الدراسية الخاصة بحضور الطلاب لتقليل عدد مرات حضورهم إلى الحد الأدنى الذي يسمح بإتقان المهارات العلمية الضرورية لطلاب سنوات النقل والتخرج، 7- مايو - 2020 .
- 84 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، وقيمب الوزارة بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تحري الدقة والموضوعية في نشر الأخبار ، والتواصل مع الجهات المعنية بالوزارة ، 23- أبريل 2020 .
- 85 . الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي المصرية ، إعادة تشغيل جميع مستشفيات العزل ويبلغ عددها 25 مستشفى جامعي بسعة استيعابية 2377 سرير بالأقسام الداخلية بالإضافة إلى 523 سرير للرعاية المركزة و418 جهاز تنفس صناعي، على أن يتم زيادة السعة الاستيعابية وفق الاحتياج، 24- ديسمبر -2020.
- 86 . المركز الإعلامي لجامعة الأزهر ، كورونا آية من الله تدعو للتفكير وإعادة النظر في أفعالنا تجاه الله وتجاه بعضنا البعض - 6، مايو . 2020 -
- 87 . المركز الإعلامي لجامعة الأزهر ، شيخ الأزهر وبابا الفاتيكان يعلنان مشاركتها في الصلاة من أجل الإنسانية يوم 14 مايو ، 3- مايو - 2020 .
- 88 . المركز الإعلامي لجامعة الأزهر ، بيان لطلاب الجامعة مرحلة العالية (الأندر) في ضوء تعليق الدراسة بسبب وباء فيروس كورونا المستجد ، 9 - أبريل - 2020 .

