مجلة جامعة فلسطين التقنية خضوري للأبحاث 2021، 9(1)، 54-33

الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا
دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الفلسطيني في محافظة الخليل

The Job Role of The Media in The Corona's Pandemic
A Field Study on A Sample of the Palestinian Public in Hebron Governorate

سمير سليمان الجمل[1*]، باسم فؤاد أبو داود[2]

Sameer.S. Al-Jamal[1*], Basem. F. Abu Dawuod[2]

[1]كلية العلوم الإدارية، جامعة فلسطين الأهلية، فلسطين، [2] كلية العلوم الإدارية، جامعة فلسطين التقنية-خضوري، فلسطين

[1]Faculty of Administrative and Finance Sciences. Palestine Ahliya University, Palestine, [2]Faculty of Business and Economics. Palestine Technical University-Kadoori-Palestine.

تاريخ الإستلام:2020/07/17 تاريخ القبول: 2021/01/11 تاريخ النشر: 2021/03/30

المستخلص هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الوظيفي للإعلام في ظل جائحة كورونا من وجهة نظر عينة من أفراد المجتمع الفلسطيني في محافظة الخليل، والكشف عن وجود اختلافات بين أفراد العينة وفقاً لمتغيرات:(الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن). اتبعت الدراسة المنهج الوصفي الإعلامي. وتكونت عينة الدراسة من (140) مواطن من محافظة الخليل، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات. أشارت نتائج الدراسة إلى وجود دور وظيفي متوسط لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا. وجاءت أعلى مجالات الدور الوظيفي حسب الأهمية:(التوعية الاجتماعية، التوعية الوطنية، تنمية روح العمل الجماعي، خلق الثقة لدى المواطنين، خلق الشخصية الإيجابية، التوعية السياسية، تعديل الاتجاهات لدى المواطنين، التوعية الاقتصادية). وأظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيا في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس، في حين تبين وجود فروق وفق متغير العمر ولصالح المواطنين دون 30 عام، ووجود فروق وفق متغير المؤهل العلمي ولصالح المواطنين من حملة الثانوية العامة فما دون وحملة البكالوريوس، ووجود فروق وفق متغير السكن ولصالح المواطنين الذين يسكنون المخيمات. وخرجت الدراسة بعدة توصيات منها:(زيادة التعاون بين الوسائل الإعلامية كمثال للحث على العمل الجماعي، تعزيز التعاون المشترك بين وسائل الإعلام المختلفة للخروج ببرنامج موحد للتوعية الوطنية، المساواة في إبراز عمل الأحزاب السياسية في التعامل مع الجائحة، المساهمة في الحد من تفاقم سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحديث عن التراجع الاقتصادي).

الكلمات المفتاحية: الدور الوظيفي، وسائل الإعلام، جائحة كورونا، محافظة الخليل.

Abstract: The study aimed to identify the functional role of the media in light of the Corona pandemic from the point of view of a sample of Palestinian community members in Hebron, and to uncover the existence of differences between members of the sample according to variables: (gender, age, educational qualification, place of residence). The study followed the Media survey method. The sample of the study consisted of (140) citizens from Hebron, and the questionnaire was used to collect data. The results of the study indicated an average functional role for the media in the light of the Corona pandemic. The highest job role areas came according to importance: (social awareness, national awareness, developing teamwork spirit, creating confidence among citizens, creating positive personality, political

*ايميل الباحث الرئيسي: sameeraljamal@yahoo.com

education, changing attitudes among citizens, economic awareness). The results showed that there were no statistically significant differences in the job role of the media in light of the Corona pandemic attributable to the gender variable, while differences were found according to the age variable and for the benefit of citizens under 30 years, and the existence of differences according to the variable of the educational qualification and for the benefit of citizens of high school holders and below and undergraduate holders And the existence of differences according to the housing variable and in favor of the citizens who live in the camps. The study came out with several recommendations, including:(Increase cooperation between media outlets as an example to urge collective action, enhance joint cooperation between different media outlets to produce a unified national awareness program, equality in highlighting the work of political parties in dealing with the pandemic, contribute to reducing the exacerbation of social media misuse to talk about economic decline).

Keywords: career role, media, Corona pandemic, Hebron Governorate.

المقدمة:

يعتبر الإعلام أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، وقد لعبت دوراً كبيراً في حياة المجتمعات الإنسانية، ففي العصر الجاهلي وجدنا القبائل لم تحقق بشيء بقدر احتفائها بظهور الشعراء فيها، لأن الشاعر كان لسان قبيلته، والمدافع عنها أمام الآخرين، أي أنه كان وسيلتها الإعلامية وقت ذاك (ميرزا، 2006).

بدأ العالم يواجه جائحة، اجتاحت معظم أقطار العالم، ابتدأت في مقاطعة ووهان في جمهورية الصين، ثم انتقلت إلى باقي دول العالم بنسب متفاوتة، وقد ابتدأت تلك الجائحة في الأراضي الفلسطينية من مخالطين لسياح يونانيين في مدينة بيت لحم، وسارعت دولة فلسطين في اتخاذ التدابير الاحتياطية، حيث أصدر سيادة الرئيس محمود عباس مرسوماً رئاسياً بإعلان حالة الطوارىء في الأراضي الفلسطينية ابتداءاً من تاريخ (2020/3/5)، ثم على أثرها إلزام المواطنين بضرورة الحجر المنزلي، وعدم خروج المواطنين من منازلهم إلا للحالات الضرورية والطارئة.

ويعد الإعلام من بين أكثر الوسائل اهتماما وقوة في معالجة الأزمات أيا كان نوع تلك الأزمات، سياسية، اقتصادية أو اجتماعية، مما ينتج عن التفاعل والحراك السياسي والاجتماعي. حيث أضحت الأوعية الإعلامية تؤدي دوراً مؤثرا في إدارة الآزمة وتوجيه الرأي العام المتطلع بشغف إلى معرفة حقائق عن مجريات الأزمة، وذلك من خلال تناولها لأحداثها والبحث في أسبابها وآفاق تطورها ومآلاتها. ولكن لا زالت إشكالية مدى التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع محل خلاف بين المهتمين على مستوى الرأي العام والفاعلين الإعلاميين لاسيما عند تأجج الأزمات.

ويتلخص محتوى هذه الإشكالية في أن البعض يتهم وسائل الإعلام ويصفها بالمسئولية عن انحطاط الذوق العام والثقافة لدى الجماهير، وزيادة معدلات العنف وجنوح الأحداث، وإصابة الناس بالسطحية السياسية، والمساهمة في تضخيم وتفاقم الأزمات أكثر من المساعدة في مواجهتها، في حين يرى البعض أن لوسائل الإعلام تأثيرا إيجابيا من حيث كشف الستار عن منابع الفساد والانحراف وتزويد الأفراد بالأخبار والأحداث العالمية، ومساهمتها في إدارة الأزمات بشكل فعال من حيث سعي فاعليها على حجب المعلومة التي بإمكانها أن تزيد من تأجيج الأزمة في ظل هامش حرية التعبير المخول لها وفق القوانين الدولية. وهكذا ستظل وسائل الإعلام على الرغم من تعرضها للنقد موضوع اهتمام الناس) عشماوي، 2008).

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

إن التزام المواطنين بالحجر المنزلي جراء القرارات الحكومية في معظم أنحاء العالم، ومنها فلسطين أوجد متسعاً لدى المواطنين في متابعة وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤدي دوراً بارزاً في تنمية وتعديل الكثير من السلوكات والاتجاهات، لذا يمكن حصر مشكلة الدراسة من خلال السؤال الرئيس الآتي:

السؤال الرئيس: ما الدور الوظيفي لوسائل الإعلام (تنمية روح العمل الجماعي، التوعية الوطنية، التوعية السياسية، التوعية الاجتماعية، التوعية الاقتصادية، تعديل الاتجاهات لدى المواطنين، خلق الشخصية الإيجابية، خلق الثقة) في ظل جائحة كورونا من وجهة نظر المواطنين في محافظة الخليل؟.

وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

س1) ما دوروسائل الإعلام في تنمية روح العمل الجماعي لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س2) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الوطنية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س3) ما دوروسائل الإعلام في التوعية السياسية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س4) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الاجتماعية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س5) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الاقتصادية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س6) ما دوروسائل الإعلام في تعديل الاتجاهات لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س7) ما دوروسائل الإعلام في خلق الشخصية الإيجابية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

س8) ما دوروسائل الإعلام في خلق الثقة لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

فرضيات الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغيرات: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن).

متغيرات الدراسة:

المتغيرات الديموغرافية والمستقلة:

- الجنس: وله مستويان:(ذكر، أنثى).
- العمر: وله خمسة مستويات: (أقل من 30 عاماً، من 30-40 عاماً، من 41-50 عاماً، من 51-60 عاماً، فوق60 عام).
- المؤهل العلمي: وله أربعة مستويات:(ثانوية عامة فأقل، دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا).
- مكان السكن: وله ثلاثة مستويات: (مدينة، قرية، مخيم).

المتغير التابع: الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن:

- دور وسائل الإعلام في تنمية روح العمل الجماعي.
- دور وسائل الإعلام في التوعية الوطنية، والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- دور وسائل الإعلام في تعديل الاتجاهات لدى المواطنين.
- دور وسائل الإعلام في خلق الشخصية الإيجابية.
- دور وسائل الإعلام في خلق الثقة لدى المواطنين.
- أثر بعض المتغيرات في تحديد الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة بما يلي:

- محاولة وضع الحلول للتخلص من الآثار السلبية لوسائل الإعلام.
- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة –على حد علم الباحثين-والتي تناولت الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا، حيث لم يتم تناول هذا الموضوع في البيئة الفلسطينية، مما قد يشكل إثراءً للمكتبة التربوية بالجديد من الدراسات.

حدود الدراسة:

تتحدد حدود هذه الدراسة بما يأتي:

- الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا.
- الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على المواطنين القاطنين في محافظة الخليل.
- الحدود الزمنية: أجريت الدراسة خلال شهر تموز من العام 2020.
- الحدود المكانية: محافظة الخليل.

مصطلحات الدراسة:

الإعلام: هو إحدى الوسائل أو المنظمات التجاريّة التي تتولى مسؤوليّة نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد، وتكون عادة غير ربحية، وتختلف في ملكيّتها فقد تكون عامة أو خاصة ورسميّة أو غير رسميّة، وكما تقدم هذه التقنية مواضيع مختلفة للجمهور كالترفيه والمعلومات والتسلية والأخبار وغيرها ما يهم الفرد، وزاد انتشار رقعة الإعلام في الآونة الأخيرة مع ظهور الثورة التلفازيّة، ويكون إيصال هذه المعلومات بواسطة تقنيات أو وسائل خاصة بها تسمّى وسائل الإعلام (الحياري، 2016).

ويعرف أيضاً بأنه: نشر الحقائق، الأفكار، الأخبار، الآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد (بدوي، 1994).

وسائل الإعلام: يعرفها الباحثان بأنها: الوسائل التي تقوم بتوصيل المعلومات والأخبار إلى الناس، وتشمل الوسائل المسموعة(كالراديو)، والمكتوبة (كالصحف والمجلات)، والمرئية (كالتلفزيون والسينما)، وتشمل وسائل الإعلام الحديثة مثل الانترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها.

الجائحة: وردت لفظة جائحة في كثير من المعاجم والقواميس العربية على أنها: جمع جوائح وهي داهية، مصيبة تحل بالرجل في ماله فتجتاحه كله، أصابته جائحة، سنة جائحة: جدبة، غبراء، قاحلة، بمعنى أن الجائحة تكون عميقة الأثر، المادي والمعنوي، فالجائحة أخطر وأفتك من الوباء فهي تنتشر في جزء كبير من الكرة الأرضية (المعاني الجامعhttps://ontology.birzeit.edu/term/).

جائحة فيروس كورونا: سُجلت التقارير الأولية لبدء انتشاره في منتصف شهر ديسمبر من عام 2019، وما زالت الحالات المسجلة بالإصابة به في ارتفاع متسارع في مطلع عام 2020، وقد أعلنت السلطات الصينية أنّ حالات الإصابة الأولى بالفيروس الجديد تعود في نشأتها إلى مدينة ووهان الصينية، وقد انتشر منذ ذلك الوقت بشكل واسع، على الرغم من اتخاذ الصين إجراءات تحسبية حازمة لمواجهة انتشار الفيروس الجديد بإغلاق مدينة ووهان، وبعض المدن المحيطة بها بمنع السفر منها أو إليها عبر جميع وسائل النقل.

جائحة كورونا: هي جائحةٌ عالميةٌ جارية لمرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19) والذي يحدثُ بسبب فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة، حيث اكتُشفَ المرض في ديسمبر/ كانون الأول 2019 في مدينة ووهان وسط الصين، وأُطلقَ عليه اسم nCoV-2019 وقد صنّفتهُ منظمة الصحة العالمية في (11 مارس 2020)جائحة.

يستطيعُ الفيروس أن ينتشر بين البشر مباشرةً، ويبدو أنّ معدل انتقاله (معدل الإصابة)، قد ارتفع في منتصف يناير 2020. أَبلغت عدة بلدان في أوروبا وأمريكا الشمالية وآسيا والمحيط الهادئ عن وصول إصابات إلى أراضيها. تتراوح فترة الحضانة حوالي 5 أيام أو أكثر، وهناك أدلة مبدئية على أنه قد يكون معديًا قبل ظهور الأعراض. وتشمل الأعراض الحمى والسعال وصعوبة التنفس، وقد تؤدي إلى الوفاة.

وكرد صيني أولي، قامت حكومات وهان و15 مدينة في محيط مقاطعة هوبي بعمل حظر تنقل شمل أكثر من 57 مليون شخص. انطوى ذلك على إيقاف جميع وسائل النقل العام في المناطق الحضرية والنقل إلى الخارج عن طريق القطار، الطيران والحافلات ذات المسافات الطويلة. كما تم إغلاق العديد من أحداث المرتبطة بالسنة الجديدة ومناطق الجذب السياحي خوفاً من انتقال العدوى، بما في ذلك مهرجانات المدينة المحرمة في بكين ومعارض المعابد التقليدية وغيرها من التجمعات الاحتفالية. كما رفعت هونغ كونغ مستوى الاستجابة للأمراض المعدية إلى أعلى مستوى وأعلنت حالة الطوارئ وأغلقت مدارسها حتى منتصف فبراير/ شباط وألغت احتفالاتها بالعام الجديد. أصدرت عدد من حكومات الدول تحذيرات من السفر إلى مقاطعتي ووهان وخوبي. وطُلب من المسافرين الذين زاروا البر الرئيسي للصين مراقبة وضعهم الصحي لمدة أسبوعين على الأقل والاتصال بمزود الرعاية الصحية لديهم للإبلاغ عن أي أعراض للفيروس. ونصح أي شخص يشتبه في حملهِ للفيروس بارتداء قناع واقٍ وطلب المشورة الطبية من خلال الاتصال بالطبيب بدلاً من زيارة العيادة شخصياً بشكل مباشر. وأجرت المطارات ومحطات القطارات مجموعة فحوصات تشمل فحص درجات الحرارة ونشرت الإعلانات الصحية وكذلك مختصر للمعلومات على لوحات إعلانات لأجل التعرف على حاملي الفيروس(ويكيديا، 2020)(https://ar.wikipedia.org/wiki/).

الإعلام: للإعلام دور متزايد ومهم وجوهري في تغطيته لإدارة الأزمات، نظراً لما له من قدرات هائلة، تمثل في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، ومن ثم امكانية التحكم في سلوكياتهم وتوجيههم. كما أن للإعلام دوراً حيوياً في معالجة الازمات من خلال التوعية والإرشاد والتوجيه عن طريق الاتصال المباشر بين غرف العمليات الخاصة بمواجهة الأزمات وبين جمهور المشاهدين والمستمعين والقراء من خلال تحذيرهم من الأخطار المحدقة التي تم التنبؤ بها. وللإعلام دور مهم في التخفيف من حدة الأزمات من خلال تزويد الجمهور بالحقائق للحد من انتشار الشائعات وتنوير الأفراد بما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح. وفي بعض الأحيان يكون تأثير الإعلام في الأزمات "سلبيًا"، من خلال نشر الشائعات والمغالطات (شبكة النبأ المعلوماتية، 2020).

دور الإعلام والاتصالات في المراحل المختلفة للأزمة:

ينطلق دور الإعلام والاتصالات في دورة حياة الأزمة من ثلاثة مبادىء رئيسة هي (محمود، 2003):

- إدارة القضايا التي تثيرها الأزمة Issues Management.
- التخطيط لمنع الأزمة Planning-Prevention.
- الإنجاز والعمل على انحسار الأزمة Implementation.

المرحلة الأولى: دور الإعلام والاتصال في إدارة القضايا المتعلقة بالأزمة، ويتمثل في:

- مراقبة البيئة والبحث في الأفكار السائدة والاتجاهات التي تنبأ بوقوع الأزمة.
- تجميع معلومات عن القضايا التي يحتمل أن تسبب أزمات بالنسبة للمنظمة.
- تطوير استراتيجية اتصال تستهدف منع حدوث الأزمة أو إعادة توجيه القضايا وأطراف الأزمة على النحو الذي يمنع وقوع الأزمة.

المرحلة الثانية: دور الإعلام والاتصال في المشاركة في التخطيط لمنع الأزمة، ويتمثل في:

- وضع سياسة وقائية لمنع الأزمة من خلال تناول ومناقشة أبعاد المواقف والمشكلات التي تؤدي إلى احتمال وقوع الأزمات والتنبيه إليها.
- إيجاد قنوات من الاتصال بين وسائل الإعلام وفريق إدارة الأزمة في المنظمة.
- الوصول إلى ممثلي المنظمة للتعامل مع الإعلام وتوصيل الحقائق إلى الجماهير.
- تصميم رسائل اتصالية للجمهور المستهدف لتوضيح مواقف الأطراف المعنية من الأزمة والجهود المبذولة لاحتواء المشكلة وإبراز الحلول المطروحة.

المرحلة الثالثة: إدارة الأزمة، ويتمثل في:

- العمل على استمرار التدفق السريع للمعلومات والبيانات المتعلقة بالأزمة.
- تقييم استجابة المنظمة للأزمة من خلال رؤية الخبراء والمتخصصين في سيناريوهات مواجهة الأزمة وفعاليات التعامل معها من جانب المنظمة.
- إبراز أسباب تطور الأزمة وأبعادها وأبعاد التأثيرات التي يمكن أن تحدثها.
- توعية الجمهور بأساليب مواجهة الأزمة وتداعياتها والأدوار والوظائف المطلوبة منه للإسهام في احتواء آثار الأزمة.
- إعداد وتنفيذ رسائل اتصالية وإعلامية تفسر الأزمة وتعرض طرق مواجهتها والأنشطة المبذولة من قبل الجهات المعنية بالأزمة لاحتواء آثارها.

المرحلة الرابعة: دور الإعلام والاتصال بعد انحسار الأزمة، ويتمثل في:

- الاستمرار في جذب اهتمام الجمهور نحو الجهود والأنشطة المبذولة لاحتواء الأزمة.
- الاستمرار في رصد ومتابعة تداعيات الأزمة حتى تقل حدتها أو تختفي.
- الاستمرار في تزويد الجمهور بالمعلومات حول إجراءات مواجهة الأزمة وتحليل مدى ملاءمة هذه الإجراءات وقدرتها على عدم تكرار الأزمة في المستقبل.
- رصد ردود الأفعال الرسمية والشعبية واتجاهاتهم لتجنب أزمات مستقبلية.
- تطوير استراتيجية اتصال تستفيد من الخبرة الحالية في مواجهة الأزمة للاستعانة بها والبناء عليها في مواجهة أزمات مشابهة.

أهمية الإعلام في إدارة الأزمات:

يلعب الإعلام دوراً محوريا في إدارة الأزمات من خلال الإخبار والتفسير والتوعيّة واستنهاض روح المسؤولية واحترام الإجراءات المعلنة، والدولة بمؤسساتها لتأكيد ضرورة تدخّلها في مقاومة تفشي العدوى ومحاربة الفيروس. كما كشفت أزمة كورونا بأن وسائل الإعلام الفلسطينية تحوّلت إلى ملحق صحفي إلى وزارة الصحة بمعنى أنّها اكتفت بإعادة نشر ونقل ما تنشره مصالح الاتصال في الوزارات من مؤتمرات وندوات صحفيّة، وهذا ليس الدور المنوط بها، كما أن وسائل الإعلام الفلسطينية لم تقم بدورها في عمليّة صحافة التحرّي، إذ ترتبط الأخبار الكاذبة بالميديا الاجتماعية كونّها ذات طبيعة وبائيّة تنشر المضامين بها على نطاق عالمي، وتغيب العقلانيّة عنها. فهي تقدم أخبارا خاطئة عن عمد وقد صممت للتضليل بهدف بث الهلع والخوف عبر اختلاق وقائع غير حقيقيّة وتزييفها. وتعتبر الأزمة فرصة لاستكشاف

الحلول الجديدة لتجديد الذات، وأخذ القرارات لتقييم المنظومة الإعلاميّة في فلسطين وإعادة ترتيبها وأنّ لا تنحصر أدوار وسائل الإعلام الفلسطيني في دور واحد وهو نقل المعلومة والخبر، على حساب أدوار التحرّي والتفسير والاستقصاء والتعليق، فإذا تخلىّ الصحفي عن واحدة فلا تستقيم العمليّة (حمودة، 2020).

ويحتل البعد الإعلامي مكانة مهمة في أدبيات دراسة الأزمات، حيث يعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي. وفي ظل هذا العالم المتطور الذي نعيش فيه، تتصاعد الطبيعة التنافسية التي تجعل من الأزمات التي تهدد النظام شيئا واردا، وتظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعامات الأساسية. وتؤكد الدراسات العلمية التي تعرضت للتأثير المتبادل بين الأزمة والإعلام على النتائج التالية (صادق، 2007):

- أهمية الدور الوسيط الذي تقوم به وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام التالية: تقديم المعلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي، وتخفيف التوتر والقلق.
- تشير بعض الدراسات العلمية إلى أن الأزمة تؤدي إلى دعم ومساندة أدوار وسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق ببناء الوفاق وتخفيف التوتر، بينما يرى آخرون أن ظروف الأزمة وما تفرضه من تداخلات وقيود وإجراءات سوف تؤدي إلى تحجيم دور الإعلام.
- تجذب الأزمة اهتمام وسائل الإعلام، ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، الذي يصبح أكثر تعرضا واستخداما لها، وهذا ما يفسر حقيقة، أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام.

وقامت دراسات أخرى بوصف دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية والخارجية في كل من الأنظمة التعددية والأنظمة غير التعددية، وذلك لتبيين مدى أهمية حرية التعبير والإعلام في رصد وتغطية الأزمات الداخلية والخارجية. ففي أثناء الأزمات الداخلية المتعلقة بقضايا معينة ومحددة توفر الأنظمة التعددية قدر من الحرية لمختلف القوى الفاعلة لأن تعبر عن رأيها، وتقدم برنامجها، وربما تشترك في عملية الصراع المحتدم لحل الأزمة، ومن تلك القوى وسائل الإعلام، وعلى العكس فإن الأنظمة غير التعددية تستنفر منظومتها الإعلامية الكاملة لتقديم خطاب إعلامي متعلق بالأزمة الداخلية ويعكس رؤية النظام ويجسد فهمه، ويقدم معالجة إعلامية للأزمة لا تتصف بالشمولية والعمق والموضوعية، وتستخدم خطابا إعلاميا انفعاليا ودفاعيا رسميا. أما في الأزمات الخارجية، نجد في الأنظمة التعددية اختلاف المواقف بين وسائل الإعلام حول الأزمة الخارجية، يعكس في حقيقته وجوهره اختلاف مواقع القوى المحلية وتناقض مصالحها، مما يعكس مناخا ليبراليا ديمقراطيا وحرية إعلامية. وتقف وسائل الإعلام وراء النظام السائد في الدولة حينما تنشب أزمة بين دولة ذات نظام تعددي وبين دولة أخرى، وتتبنى موقفها من الأزمة وتدعمها وتساند حكومتها في صراعها ضد الدولة الأخرى، حيث نجد تجانس وتماسك إزاء المسائل التي تهم البلد ككل، والنظام كوحدة. وعلى العكس نجد في الأنظمة غير التعددية أن وسائل الإعلام تكون تابعة للدولة، وتكون مهمتها خدمة النظام القائم (صادق، 2007).

الدور الوظيفي للإعلام:

توجد عدة وظائف للإعلام واهمها ما يلي (شبكة النبأ المعلوماتية، 2020):

- اشباع رغبة الجمهور في التعليم: وهو من الوظائف المهمة التي تقع على عاتق الاعلام من خلال وسائله المختلفة، ويؤكد على ذلك ليبين ان وسائل الاعلام هي مصدر رئيسي للمعرفة.

- تعبئة الجماهير والهامها بالفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي: وهو الامر الذي يدفع بالمجتمع الانساني نحو التطور والابداع، وخاصة من خلال جمهور المثقفين.

- دفع ودعم التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية: وسائل الاعلام هي أفضل وسيلة يمكن ان تستخدم لإحداث التغيير في المجتمع، كما انها يمكن ان تقوم بمهمة كبيرة عند احداث التنمية، وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات كافة.

- التنمية السياسية: من خلال افراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الاعلامية للتثقيف السياسي، والتنشئة السياسية، كذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية في إطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الاعلامي وبنيان المجتمع، من خلال تعميق الشعور بالمسؤولية لدى الافراد والجماعات.

- التوعية الوطنية: للإعلام دور في تعميق روح الانتماء واذكاء مشاعر الانتماء الوطني والايمان بوحدة الامة ورسالتها الحضارية.

- احداث التحول وتغيير الاتجاهات: ان محاولات الاقناع المتتالية من اجل تغيير الاتجاهات من المهام الاعلامية البارزة التي تسعى وسائل الاعلام لتحقيقها.

- التنشئة والتوعية الاجتماعية للفرد: للإعلام دور كبير في عملية التربية الفكرية السليمة للأفراد وتدريبهم العقلي على اصدار الاحكام السليمة، من خلال عرض مواقف مماثلة تستلهم حلولا مثالية، وكذلك التنشئة الاجتماعية الصحيحة للأفراد.

- صياغة المجتمعات: حتى يبرز المجتمع الجماهيري كقوة لها وزنها في تسيير الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث تلعب هذه الوسائل دورها في بلورة قيم هذه المجتمعات واتجاهاتها.

- خلق راي عام: وذلك بعرض الحقائق الثابتة امام الجمهور جميعها، وامداده بالمعلومات الصحيحة والدقيقة والتي تساعده في تكوين راي صائب في قضايا وموضوعات الساعة، فمهمة وسائل الاعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الاعلامية الى اقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك.

- خلق الشخصية الايجابية: وهي تلك الشخصية النشطة في التفاعل الانساني والتي تتقبل بسهولة وتفهم حضارات الامم الاخرى وتعمل على اللحاق بركب التطور في مرونة ورغبة صادقة.

- نقل حضارات الامم الاخرى: من خلال التكنولوجيا المبهرة القائمة على الصوت والصورة والحركة السريعة في نقل كافة مشاهد التطور والانجاز في مختلف المجالات، وهذا يعني الانفتاح على الامم، وهو الامر الذي يسحب معه الشعوب الراكدة والامم المتخلفة الى ركب الحضارة.

- دعم القيم الروحية والايديولوجية: تعبئة الجماهير والهامها بالمثل والافكار والمبادئ وروح العمل الجماعي وتغذية العقل والوجدان بالمبادئ الروحية التي تدفع بالإنسان الى الاستقامة والجد.

- خلق الثقة: فوسائل الاعلام بما تتبناه من القيم والتعليمات الاخلاقية والمثل العليا، وبما تنتهجه من بث لقواعد التنشئة الاجتماعية للأفراد تتمكن من غرس عادات صالحة تنزع بالأفراد الى المشاركة والايجابية والطموح الفاعل وتولد الثقة في النفس وفي الاخرين.

- التحديث: من خلال المساهمة في ايجاد بنيات تلاحق التطور وتستجيب له، بالإضافة الى التطور في القيم والمعتقدات، ويرتبط التحديث ببناء الامة كهدف للسياسة العامة.

الدراسات السابقة:

أجرى **الشمري(2018)** دراسة هدفت لبيان ما إذا كانت التقنيات الإعلامية الجديدة داخل المنزل تعمل على جلب أجيال مختلفة من الأسرة معاً أو إذا كانت تؤدي إلى خصخصة متزايدة داخل الأسرة، استخدم البحث المنهج النوعي الذي يعتمد على فهم الحالة الجماعية عبر التحليل الكمي والتعمق في التغيرات السلوكية. توصلت الدراسة أن

استخدام الشبكات الاجتماعية لا يرتبط بالرضا العام عن العلاقات، وأن تكنولوجيا الاتصال والإعلام تؤثر على العلاقات والسعادة بشكل متفاوت، واستخدام الانترنت في الليل لا يؤثر على العلاقة بالوالدين.

كما أجرى **عايد (2017)** دراسة هدفت إلى بيان مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على قيم المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب الجامعي بتلمسان، استخدم الباحث المنهج الوظيفي وتفاعل كل جزء منه مع الأجزاء الأخرى، وذلك من خلال الاستبانة والمقابلة والملاحظة. توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال صارت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد الجزائري، ويرتفع فترات مشاهدة الإناث للبرامج الفضائية مقارنة بالشباب، وتؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا هاماً في تشكيل القيم الجمالية والاستهلاكية للشباب الجامعي، ويؤثر في التغير بالقدرات الفكرية والمعرفية. أوصت الدراسة برفع وعي الطلبة الجامعيين بخطر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والموارد الإعلامية، وتعزيز التواصل المباشر بين أفراد الأسرة الواحدة والحد من التواصل عبر الوسائل الإعلامية.

وقدمت **نزيهة وبلوفة (2017)** ورقة عمل تظهر قوة وسائل الإعلام على المجتمع والحكومات في زيادة حجم التأثير على الرأي العام والقرارات السياسية، فقد أضحت ذات أهمية في تسيير الأزمات، لا سيما وأن المجتمع يصبح أكثر تفاعلاً مع وسائل الإعلام للتطلع على تفاصيل أكثر عن الأزمة وظروفها أياً كان نوعها. والواقع أن الأزمة تخلق جواً من الارتباك والذعر وحالة من الطوارىء، ويود المجتمع أن يتطلع إلى ما استجد لمعرفة وفهم هذه التفاصيل. وتظهر الدراسات العلمية المختلفة حجم تدخل وسائل الإعلام في إدارة الأزمات من خلال محاولة التعريف بها، وتسليط الضوء على ما يكتنفها من تحولات وتطورات، وتعد هذه الورقة مدخلاً علمياً يسلط الضوء على حجم وأهمية وسائل الإعلام في إدارة الأزمات وفهم التحديات التي تواجه عملها.

وأجرت **سالم (2016)** دراسة هدفت إلى تقديم إطارا نظريا برؤية متكاملة عن اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من حيث المفهوم والأهمية، الوظائف والسلبيات مع دراسة مداخلها النظرية، واستعرضت الباحثة مجموعة من دراسات الحالة لأزمات مؤسسية وأخرى ناجمة عن مخاطر صحية وكوارث طبيعية. ووضعت الباحثة نموذجاً يترجم الدروس المستفادة من استعراض الإطار النظري ودراسة الحالة يوضح المعايير والنقاط الإرشادية التي يمكن أن تساعد منظمات الأعمال والجهات المعنية على تحسين كفاءة وجودة جهودها الاتصالية لإدارة اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، في إطار المراحل المختلفة لدورة حياة الأزمة، وذلك على النجو التالي:(قبل الأزمة: تشكيل فريق لإدارة الأزمة، استهداف مجموعات المصالح المؤثرة، إنشاء نظام للرصد والاستشعار الاجتماعي، الاستماع للجمهور والحوار معه-أثناء الأزمة: الاستجابة الفورية، اختيار الاستراتيجية الاتصالية المناسبة، الرصد والمراقبة، إدارة الشائعات-بعد الأزمة: تقييم الاستجابة الاتصالية، استمرار التواصل مع الجمهور، التصحيح البناء).

كما أجرت **بلونيس (2015)** دراسة هدفت التعرف إلى دور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة أضحت هي المتحكمة بالرأي العام سواء المحلي أو الدولي، كما أنها أكثر وسيلة فعالة في تعبئة الجماهير حتى أنها فاقت الخطاب السياسي المباشر. كما أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تعتبر آلية تحفيز قوية نحو المشاركة السياسية المحلية من خلال خلق فضاء واسع للتعبير عن الرأي ومناقشة الآراء السياسية المختلفة التي لم تجد صدى للأخذ والرد فيها قبل انتشار هذه التقنيات الاتصالية الجديدة خاصة في الدول ذات الأنظمة الشمولية، بالإضافة إلى استغلالها بالدعوة إلى تشكيل الأحزاب وجمع اكبر عدد ممكن من المنخرطين من خلال نشر الأفكار والأيديولوجيات وإيجاد نقاط مشتركة تجمع بين الأفراد، أما الانتخابات باعتبارها شكلا من أشكال المشاركة السياسية فهي أيضاً تستغل وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لصالحها من خلال ما وفرته من كسب في الوقت وسرعة في الاتصال، حيث أن دور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في العملية الانتخابية يكمن في جمع اكبر عدد ممكن من الأصوات بالإضافة إلى الاقتراع الإلكتروني الذي يسهل العملية بحالها. أما النتيجة الأخرى فهي أن هذه الوسائل الاتصالية الجديدة فتحت المجال للأنشطة الإرهابية المتطرفة بالظهور والتفشي.

تعقيب على الدراسات السابقة:

بعد الاستعراض السابق للدراسات السابقة توصل الباحثان إلى إن موضوع الإعلام ودوره في إدارة الأزمات قد حظي باهتمام الباحثين:

-تناولت دراسات عديدة اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي مثل دراسة سالم(2016)، وتناولت دراسات أخرى قوة وسائل الإعلام على المجتمع والحكومات في زيادة حجم التأثير على الرأي العام والقرارات السياسية مثل دراسة نزيهة وبلوفة (2017)، وتناولت دراسة عايد (2017) مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على قيم المجتمع، وتناولت دراسة الشمري(2018) التقنيات الإعلامية الجديدة داخل المنزل وأثرها على جلب أجيال مختلفة من الأسرة، بينما تناولت دراسة بلونيس (2015) دور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي.

-استفاد الباحثان من هذه الدراسات في التعرف إلى مجالات الدراسة ومتغيراتها، كما استفادا من النتائج والتوصيات والمقترحات التي خرجت بها هذه الدراسات، فقد أسهمت تلك الدراسات بإثراء هذه الدراسة بالخبرات الواردة فيها.

-أهم ما يميز هذه الدراسة أنها عنيت بمعرفة الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا من وجهة نظر المواطنين في محافظة الخليل، حيث لم يتم تناول هذا الموضوع بهذه الصورة في الدراسات السابقة – على حد علم الباحثان – إضافة إلى تفردها في بحث الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا بشكل خاص، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الدور الذي قامت به وسائل الإعلام بكافة أنواعها في أزمة كورونا.

منهج الدراسة:

أجريت هذه الدراسة خلال شهر حزيران من العام 2020، واستخدم الباحثان في إنجازها المنهج المسحي الإعلامي لعينة الدراسة لملاءمته لمثل هذا النوع من الدراسات.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين البالغين (فوق 18 عام) القاطنين في محافظة الخليل.

عينة الدراسة:

قام الباحثان بأخذ عينة عشوائية من أفراد المجتمع الفلسطيني، باستخدام استبانة إلكترونية تم توزيعها بشكل عشوائي، حيث تم تعبئة (140) استبانة، **والجدول (1)** يبين توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية:

جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

الرقم	المتغيرات		العدد	النسبة المئوية
1	الجنس	ذكر	89	%63.6
		أنثى	51	%36.4
2	العمر	أقل من 30 عاماً.	73	%52.2
		من 30-40 عاماً.	21	%15
		من 41-50 عاماً.	22	%15.7
		51-60 عاماً.	15	%10.7
		فوق 60 عام.	9	%6.4
3	المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	14	%10

		دبلوم	7	%5
		بكالوريوس	85	%60.7
		دراسات عليا	34	%24.3
4	مكان السكن	مدينة	86	%61.4
		قرية	32	%22.9
		مخيم	22	%15.7

أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة لقياس الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا، بالاستناد إلى الأدب التربوي والدراسات السابقة وخبرة الباحثين، وقد تكونت الاستبانة من قسمين:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية عن الشخص الذي يقوم بتعبئة الاستبانة وهي: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن).

القسم الثاني: يقيس الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا، ويتكون من ثمانية مجالات:
المجال الأول: تنمية روح العمل الجماعي، ويتكون من (5) فقرات.
المجال الثاني: التوعية الوطنية، ويتكون من (4) فقرات.
المجال الثالث: التوعية السياسية، ويتكون من (5) فقرات.
المجال الرابع: التوعية الاجتماعية، ويتكون من (5) فقرات.
المجال الخامس: التوعية الاقتصادية، ويتكون من (5) فقرات.
المجال السادس: تعديل الاتجاهات لدى المواطنين، ويتكون من (6) فقرات.
المجال السابع: خلق الشخصية الإيجابية، ويتكون من (5) فقرات.
المجال الثامن: خلق الثقة لدى المواطنين، ويتكون من (6) فقرات.

صدق الأداة:

يعبر صدق الأداة عن مدى صلاحية الأداة المستخدمة لقياس ما وضعت لقياسه، وعرض الباحثان الاستبانة على عدد من المختصين وذوي الخبرة في عدد من الجامعات الفلسطينية من حملة شهادات الدكتوراه، وأعيد صياغة الاستبانة ليُصبح عدد فقراتها (41) فقرة.

ثبات الأداة:

للتحقق من ثبات أداة القياس تم فحص الاتساق الداخلي والثبات لفقرات الاستبانة بحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach' alpha)، وذلك وفق **الجدول(2).**

جدول (2): مصفوفة معاملات الثبات لأبعاد مجالات الدراسة والدرجة الكلية حسب معاملات الثبات كرونباخ ألفا.

مجالات الدراسة	عدد الفقرات	قيمة ألفا
تنمية روح العمل الجماعي	5	0.911
التوعية الوطنية	4	0.789
التوعية السياسية	5	0.655
التوعية الاجتماعية	5	0.884
التوعية الاقتصادية	5	0.899
تعديل الاتجاهات لدى المواطنين	6	0.821
خلق الشخصية الإيجابية	5	0.666

خلق الثقة لدى المواطنين	6	0.939
الدرجة الكلية	**41**	**0.963**

من خلال النظر إلى جدول(2) يتبين أن معاملات ثبات أداة الدراسة في كل مجالات الدراسة تراوحت بين (0.666) و(0.939)، وقد حصل مجال خلق الثقة لدى المواطنين على أعلى معامل ثبات في حين حصل مجال خلق الشخصية الإيجابية على أدنى معامل ثبات، وأخيراً بلغت قيمة ألفا على الدرجة الكلية (0.963)، مما يشير إلى دقة أداة القياس.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة قام الباحثان بمراجعتها وذلك تمهيدا لإدخالها للحاسب وقد تم إدخالها للحاسب وذلك بإعطائها أرقاما معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية حيث أعطيت الإجابة أوافق بشدة خمس درجات، والإجابة أوافق أربع درجات، والإجابة محايد ثلاث درجات، والإجابة لا أوافق درجتين، والإجابة لا أوافق بشدة درجة واحدة، وذلك في جميع فقرات الدراسة وبذلك أصبح الاستبيان يقيس الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا بالاتجاه الموجب. وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار(ت) وتحليل التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار LSD للمقارنات الثنائية، ومعادلة كرونباخ ألفا باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS)).

نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها والتوصيات:

يتناول هذا المبحث عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحثين من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة حول الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا، وفقاً لتساؤلات الدراسة وفرضياتها، ويمكن تفسير قيمة المتوسط الحسابي المرجع للعبارات في أداة الدراسة كما يلي:

جدول (3): دلالة المتوسط الحسابي.

المتوسط الحسابي	الدلالة	الدلالة حسب الاستبانة
1.79-1	منخفض جداً	لا أوافق بشدة
2.59-1.80	منخفض	لا أوافق
3.39-2.60	متوسط	غير متأكد
4.19-3.40	مرتفع	أوافق
5.00-4.20	مرتفع جداً	أوافق بشدة

وفي ضوء معالجة بيانات الدراسة إحصائيا توصل الباحثان للنتائج الآتية:

السؤال الرئيس: ما الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا من وجهة نظر عينة من المواطنين في محافظة الخليل؟، وللإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة لمجالات الدراسة وعلى الدرجة الكلية، ويوضح ذلك **جدول (4):**

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية حول الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا.

مجالات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
التوعية الاجتماعية	3.73	0.849	مرتفع
التوعية الوطنية	3.45	0.914	مرتفع
تنمية روح العمل الجماعي	3.43	0.953	مرتفع
خلق الثقة لدى المواطنين	3.13	1.16	متوسط
خلق الشخصية الإيجابية	3.12	0.774	متوسط
التوعية السياسية	3.09	0.904	متوسط
تعديل الاتجاهات لدى المواطنين	3.06	0.803	متوسط

التوعية الاقتصادية	3.02	1.02	متوسط
الدرجة للدور الوظيفي لوسائل الإعلام	3.21	0.748	متوسط

بالنظر إلى **جدول (4)** يتضح وجود دور وظيفي متوسط لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا بمتوسط حسابي (3.21) وانحراف معياري (0.748). وجاءت أعلى مجالات الدور الوظيفي مجال التوعية الاجتماعية بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (0.849)، تلاه مجال التوعية الوطنية بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (0.914)، تلاه مجال تنمية روح العمل الجماعي بمتوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (0.953)، تلاه مجال خلق الثقة لدى المواطنين بمتوسط حسابي (3.13) وانحراف معياري (1.16)، تلاه مجال خلق الشخصية الإيجابية بمتوسط حسابي (3.12) وانحراف معياري (0.774)، تلاه مجال التوعية السياسية بمتوسط حسابي (3.09) وانحراف معياري (0.904)، تلاه مجال تعديل الاتجاهات لدى المواطنين بمتوسط حسابي (3.06) وانحراف معياري (0.803)، وأخيراً مجال التوعية الاقتصادية بمتوسط حسابي (3.02) وانحراف معياري (1.02). وفيما يلي عرض لكل سؤال من أسئلة الدراسة حول الدور الوظيفي لوسائل الإعلام:

س1) ما دوروسائل الإعلام في تنمية روح العمل الجماعي لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في تنمية روح العمل الجماعي حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
إنشاء مبادرات مجتمعية ميدانية تحفّز العمل الجماعي	3.50	1.10	مرتفع
عرض تجارب ناجحة لأفراد ساهموا في إنجازات جماعية	3.49	1.19	مرتفع
البرامج التي تحفز على العمل الجماعي	3.45	1.10	مرتفع
الندوات واللقاءات التي تحث على العمل ضمن الفريق	3.38	1.09	متوسط
التعاون بين الوسائل الإعلامية كمثال للحث على العمل الجماعي	3.31	1.05	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(5)** يتبين أن أعلى فقرات تنمية روح العمل الجماعي كانت الفقرة التي تنص على (إنشاء مبادرات مجتمعية ميدانية تحفّز العمل الجماعي) بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (1.10)، تلاه الفقرة التي تنص على (عرض تجارب ناجحة لأفراد ساهموا في إنجازات جماعية) بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (1.19)، وأخيراً الفقرة التي تنص على (البرامج التي تحفز على العمل الجماعي) بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (1.10). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (التعاون بين الوسائل الإعلامية كمثال للحث على العمل الجماعي) بمتوسط حسابي (3.31) وانحراف معياري (1.05)، وأخيراً الفقرة التي تنص على (الندوات واللقاءات التي تحث على العمل ضمن الفريق) بمتوسط حسابي (3.38) وانحراف معياري (1.09).

س2) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الوطنية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في التوعية الوطنية حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تكرار الدعايات الخاصة بالتوعية الوطنية	3.72	1.07	مرتفع
إبراز دور الدولة في التعامل مع الجائحة	3.54	1.18	مرتفع
دعم نشطاء يدعمون ويؤكدون على التوعية الوطنية	3.36	1.17	متوسط
التعاون المشترك بين وسائل الإعلام المختلفة	3.32	1.23	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(6)** يتبين أن أعلى فقرات التوعية الوطنية كان الفقرة التي تنص على (تكرار الدعايات الخاصة بالتوعية الوطنية) بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (1.07)، وأخيراً الفقرة التي تنص على (إبراز دور الدولة في

التعامل مع الجائحة) بمتوسط حسابي (3.54) وانحراف معياري (1.18). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (التعاون المشترك بين وسائل الإعلام المختلفة) بمتوسط حسابي (3.32) وانحراف معياري (1.23)، وأخيراً الفقرة التي تنص على (دعم نشطاء يدعمون ويؤكدون على التوعية الوطنية) بمتوسط حسابي (3.36) وانحراف معياري (1.17).

س3) ما دوروسائل الإعلام في التوعية السياسية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في التوعية السياسية حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
إبراز عمل حزب مقابل الآخر في التعامل مع الجائحة	3.09	1.31	متوسط
اتحاد الوسائل الإعلامية للتعامل مع الجائحة	2.99	1.24	متوسط
توحيد الرواية السياسية بين الوسائل الإعلامية	2.80	1.28	متوسط
الالتزام بالحيادية والنزاهة في العمل الإعلامي أثناء الأزمة	2.77	1.32	متوسط
التركيز على القضايا السياسية الداخلية دون التركيز على الجائحة	2.68	1.11	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(7)** يتبين أن أعلى فقرات التوعية السياسية كانت الفقرة التي تنص على (إبراز عمل حزب مقابل الآخر في التعامل مع الجائحة) بمتوسط حسابي (3.09) وانحراف معياري (1.31). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (التركيز على القضايا السياسية الداخلية دون التركيز على الجائحة) بمتوسط حسابي (2.68) وانحراف معياري (1.11).

س4) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الاجتماعية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في التوعية الاجتماعية حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تعزيز مفاهيم الوقاية من الفيروس	4.11	0.796	مرتفع
توضيح المفاهيم الخاصة بجائحة كورونا للمجتمع	3.89	1.05	مرتفع
الاستمرار في التوعية الاجتماعية منذ بداية الجائحة	3.81	0.993	مرتفع
تسليط الضوء على نماذج مجتمعية نجحت في تجاوز الجائحة	3.43	1.05	مرتفع
المساعدة على تلاحم المجتمع وتكاتفه في التعامل مع الجائحة	3.40	1.19	مرتفع

بالنظر إلى **الجدول(8)** يتبين أن أعلى فقرات التوعية الاجتماعية كانت الفقرة التي تنص على (تعزيز مفاهيم الوقاية من الفيروس) بمتوسط حسابي (4.11) وانحراف معياري (0.796)، تلتها الفقرة التي تنص على (توضيح المفاهيم الخاصة بجائحة كورونا للمجتمع) بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (1.05)، تلتها الفقرة التي تنص على (الاستمرار في التوعية الاجتماعية منذ بداية الجائحة) بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (0.993)، تلتها الفقرة التي تنص على (تسليط الضوء على نماذج مجتمعية نجحت في تجاوز الجائحة كهدف للتوعية الاجتماعية) بمتوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (1.05)، وأخيراً الفقرة التي تنص على (المساعدة على تلاحم المجتمع وتكاتفه في التعامل مع الجائحة) بمتوسط حسابي (3.40) وانحراف معياري (1.19).

س5) ما دوروسائل الإعلام في التوعية الاقتصادية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في التوعية الاقتصادية حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
نشر تحديث للحالة الاقتصادية المحلية بشكل مستمر	3.10	1.25	متوسط
التحكم بالمحتوى الإعلامي ليتناسب مع الوضع الاقتصادي المحلي	3.05	1.22	متوسط
استخدام الدعاية الإعلامية في توعية المجتمع اقتصاديا	3.04	1.24	متوسط
ترشيد الاستهلاك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	3.01	1.15	متوسط
المساهمة في الحد من تفاقم سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	2.89	1.18	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(9)** يتبين أن أعلى فقرات التوعية الاقتصادية كانت الفقرة التي تنص على (نشر تحديث للحالة الاقتصادية المحلية بشكل مستمر) بمتوسط حسابي (3.10) وانحراف معياري (1.25). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (المساهمة في الحد من تفاقم سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي (2.89) وانحراف معياري (1.18).

س6) ما دوروسائل الإعلام في تعديل الاتجاهات لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في تعديل الاتجاهات حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
بث برامج تعزز السلوك الإيجابي لدى الفرد.	3.24	1.11	متوسط
بث برامج تساهم في إحداث التغيير في المجتمع	3.18	1.11	متوسط
بث برامج تؤثر في تعديل الاتجاهات والمواقف.	3.05	1.10	متوسط
بث برامج تؤثر على مواقف الجماهير وحكمهم على الأشياء	3.04	1.11	متوسط
بث برامج تؤثر سلبا على تشخيص الأحداث والمتغيرات الأساسية.	2.95	1.04	متوسط
بث برامج تؤثر على المعتقدات والقيم.	2.90	1.14	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(10)** يتبين أن أعلى فقرات تعديل الاتجاهات كانت الفقرة التي تنص على (بث برامج تعزز السلوك الإيجابي لدى الفرد) بمتوسط حسابي (3.24) وانحراف معياري (1.11). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (بث برامج تؤثر على المعتقدات والقيم) بمتوسط حسابي (2.90) وانحراف معياري (1.14).

س7) ما دوروسائل الإعلام في خلق الشخصية الإيجابية لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في خلق الشخصية الإيجابية حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
المساهمة في إبراز شخصيات مجتمعية على الساحة الإعلامية	3.37	1.12	متوسط
تمجيد شخصية دون الأخرى بسبب الانتماء السياسي للوسيلة الإعلامية	3.27	1.29	متوسط
خلق شخصية مرنة ونشطة تتقبل النقد بسهولة	3.13	1.19	متوسط
تجاوز السياسة الإعلامية للوصول إلى مصداقية في النشر	3.10	1.12	متوسط
نقد الشخصيات الإعلامية بمهنية	2.75	1.17	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(11)** يتبين أن أعلى فقرات تعديل الاتجاهات لدى المواطنين كانت الفقرة التي تنص على (المساهمة في إبراز شخصيات مجتمعية على الساحة الإعلامية) بمتوسط حسابي (3.27) وانحراف معياري (1.29). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (نقد الشخصيات الإعلامية بمهنية) بمتوسط حسابي (2.75) وانحراف معياري (1.17).

س8) ما دوروسائل الإعلام في خلق الثقة لدى المواطنين في محافظة الخليل؟

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحر افات المعيارية حول دوروسائل الإعلام في خلق الثقة حسب الأهمية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
المصداقية في نشر الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا	3.27	1.34	متوسط
التعامل مع المصابين بالفيروس بمهنية أثناء الطرح الإعلامي	3.22	1.27	متوسط
الابتعاد عن "التلاسن" الإعلامي بين الوسائل الإعلامية	3.18	1.30	متوسط
تنشئة الأفراد من خلال غرس عادات صالحة تؤدي إلى مشاركة ايجابية	3.15	1.33	متوسط
المساهمة في تعزيز الثقة للشخص المناسب في المكان المناسب	3.02	1.37	متوسط
خلق وسائل اتصال مباشرة ما بين المواطن وأصحاب القرار	2.97	1.36	متوسط

بالنظر إلى **الجدول(12)** يتبين أن أعلى فقرات خلق الثقة لدى المواطنين كانت الفقرة التي تنص على (المصداقية في نشر الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا) بمتوسط حسابي (3.27) وانحراف معياري (1.34). في حين جاءت أدنى الفقرات الفقرة التي تنص على (خلق وسائل اتصال مباشرة ما بين المواطن وأصحاب القرار) بمتوسط حسابي (2.97) وانحراف معياري (1.36).

فرضيات الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغيرات: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن)، وللإجابة على فرضية الدراسة فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ونتائج اختبار "ت"، ونتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، ويبين ذلك الجداول من (13-19):

حسب متغير الجنس:

جدول (13): نتائج اختبار"ت" للفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام تبعاً لمتغير الجنس.

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
ذكر	89	3.13	0.747	88	1.774-	0.078
أنثى	51	3.36	0.734	50		

بالنظر إلى **جدول (13)** يتضح أن نتائج الدراسة أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس، حيث كانت الدلالة الإحصائية > 0.05 وهي غير دالة إحصائياً، رغم أن الإناث أبدوا تأكيداً أكبر من الذكور في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام بمتوسط حسابي (3.36) مقابل (3.13) للذكور. وهذا يؤكد قبول الفرضية التي تنص على (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغير الجنس).

حسب متغير العمر:

جدول(14): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تبعا لمتغير: العمر.

الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
	أقل من 30 عاماً	73	3.45	0.692	بين المجموعات	9.407	4	2.352	4.634	0.002
	من 30-40عاماً	21	2.93	0.513						
	من 41- 50 عاماً	22	2.95	0.776	داخل المجموعات	68.517	135	0.508		
	من 50-60عاماً	15	3.09	0.624						
	فوق60 عاماً	9	2.76	1.14						
	المجموع	140	3.21	0.748		77.926	139			

بالنظر إلى **جدول (14)** يتضح أن نتائج الدراسة أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05\geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا على التفكير تعزى لمتغير العمر، حيث كانت مستوى الدلالة الإحصائية <0.05 وهي دالة إحصائياً، وهذا يؤكد رفض الفرضية التي تنص على (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05\geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغير العمر). ولمعرفة مصدر الفروق فقد تم استخدام اختبار (LSD) لدلالة الفروق بين المتوسطات، ويوضح ذلك **الجدول (15):**

جدول(15):اختبار(LSD) لدلالة الفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام حسب العمر.

العمر	دون 30 عام	30-40 عام	41-50 عام	51-60 عام	فوق 60 عام
دون 30 عام		*0.52033	*0.49840		*0.69461
30-40 عام	-*0.52033				
41-50 عام	-*0.49840				
51-60 عام					
فوق 60 عام	-*0.69461				

يتضح من **الجدول(15)** أن الفروق كانت ما بين المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) والذين كانت أعمارهم (30-40عام) ولصالح المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) بفارق (0.52033). وكذلك وجود فروق ما بين بين المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) والذين كانت أعمارهم (41-50 عام) ولصالح المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) بفارق (0.49840). ووجود فروق بين المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) والذين كانت أعمارهم (فوق 60 عام) ولصالح المواطنين الذين أعمارهم (دون 30 عام) بفارق (0.69461).

حسب متغير المؤهل العلمي:

جدول(16): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تبعا لمتغير: المؤهل العلمي.

الدور الوظيفي	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية

ثانوية عامة فما دون	4	3.53	0.625	بين المجموعات	7.771	3	2.590		
دبلوم	17	3.08	0.788						
بكالوريوس	85	3.33	0.780	داخل المجموعات	70.155	136	0.516	5.022	0.002
دراسات عليا	34	2.82	0.553						
المجموع	140	3.21	0.748		77.926	139			

بالنظر إلى **جدول (16)** يتضح أن نتائج الدراسة أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا على التفكير تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث كانت مستوى الدلالة الإحصائية <0.05 وهي دالة إحصائياً، وهذا يؤكد رفض الفرضية التي تنص على (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغير المؤهل العلمي). ولمعرفة مصدر الفروق فقد تم استخدام اختبار (LSD) لدلالة الفروق بين المتوسطات، ويوضح ذلك **الجدول (17):**

جدول(17): اختبار(LSD) لدلالة الفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام حسب المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	ثانوية فأقل	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية فأقل				*0.70189
دبلوم				
بكالوريوس				*0.50447
دراسات عليا	-*0.70189		-*0.50447	

يتضح من **الجدول(17)** أن الفروق كانت ما بين المواطنين الذين مؤهلهم العلمي ثانوية عامة فما دون، وما بين من مؤهلهم العلمي دراسات عليا ولصالح المواطنين الذين مؤهلهم العلمي ثانوية عامة فأقل بفارق (0.70189). وكذلك وجود فروق ما بين بين المواطنين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس والذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا ولصالح المواطنين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس بفارق (0.50447).

حسب متغير مكان السكن:

جدول(18): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تبعا لمتغير: مكان السكن.

الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة	مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
	مدينة	86	3.13	0.747	بين المجموعات	4.638	2	2.319	4.335	0.015
	قر	32	3.14	0.758						

مخيم	22	3.63	0.614	داخل المجموعات	73.288	137	0.535
المجموع	140	3.21	0.748		**77.926**	**139**	

بالنظر إلى **جدول (18)** يتضح أن نتائج الدراسة أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا على التفكير تعزى لمتغير مكان السكن، حيث كانت مستوى الدلالة الإحصائية <0.05 وهي دالة إحصائياً، وهذا يؤكد رفض الفرضية التي تنص على (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وفق متغير مكان السكن). ولمعرفة مصدر الفروق فقد تم استخدام اختبار (LSD) لدلالة الفروق بين المتوسطات، ويوضح ذلك **الجدول (19).**

جدول(19): اختبار(LSD) لدلالة الفروق في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام حسب المؤهل العلمي.

مكان السكن	مدينة	قرية	مخيم
مدينة			-*0.50280
قرية			-*0.49236
مخيم	*0.50280	*0.49236	

يتضح من **الجدول(19)** أن الفروق كانت ما بين المواطنين الذين يسكنون في المخيم والذين يسكنون في المدينة ولصالح المواطنين الذين يسكنون المخيم بفارق (0.50280). وكذلك وجود فروق ما بين المواطنين الذين يسكنون في المخيم والذين يسكنون في القرية ولصالح المواطنين الذين يسكنون المخيم بفارق (0.49236).

مناقشة نتائج والتوصيات:

النتائج:

وجود دور وظيفي متوسط لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا. وجاءت أعلى مجالات الدور الوظيفي حسب الأهمية:(التوعية الاجتماعية، التوعية الوطنية، تنمية روح العمل الجماعي، خلق الثقة لدى المواطنين، خلق الشخصية الإيجابية، التوعية السياسية، تعديل الاتجاهات لدى المواطنين، التوعية الاقتصادية). ويعود ذلك إلى قلة اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار التي تعكر المزاج وتزيد من حالات التوتر والقلق لديهم، حيث أ، معظم الجماهير تتابع المواضيع المسلية في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها. كم أن وسائل الإعلام بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص تكرس معظم برامجها على الأمور الاجتماعية والتوعية الوطنية، وهذا بدا واضحا خلال الجائحة من خلال التركيز على التباعد الاجتماعي، واستدام وسائل الاتصال المختلفة في التواصل مع الأقارب، وبحكم الحالة الفلسطينية وأهمية التوعية الوطنية في ظل وجود الاحتلال، فإن أغلب البرامج تكون موجهة نحو ذلك.

يوجد لوسائل الإعلام دور مرتفع في إنشاء مبادرات مجتمعية ميدانية تحفّز العمل الجماعي، وفي عرض تجارب ناجحة لأفراد ساهموا في إنجازات جماعية، وفي بث البرامج التي تحفز على العمل الجماعي.

تعمل وسائل الإعلام على تكرار الدعايات الخاصة بالتوعية الوطنية في مختلف الوسائل الإعلامية، وكذلك إبراز دور الدولة في التعامل مع الجائحة، وبث البرامج التي تحفز العمل الجماعي.

تعمل وسائل الإعلام على تعزيز مفاهيم الوقاية من الفيروس، وكذلك توضيح المفاهيم الخاصة بجائحة كورونا للمجتمع، كما تحافظ على الاستمرار في التوعية الاجتماعية منذ بداية الجائحة.

تسلط الضوء على نماذج مجتمعية نجحت في تجاوز الجائحة كهدف للتوعية الاجتماعية، وتساعد على تلاحم المجتمع وتكاتفه في التعامل مع الجائحة.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس. ويعود ذلك إلى أن الوسائل الإعلامية توجه برامجها وأنشطتها إلى كل الجمهور بغض النظر عن جنسه ذكراً كان أم أنثى.

وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير العمر ولصالح المواطنين أقل من 30 عاماً، ويعزى ذلك إلى الملل والضجر وربما عدم الثقة في وسائل الإعلام من قبل الشخص كلما تقدم في العمر، حيث أنه كلما تقدم الإنسان في العمر زادت خبرته ومقدرته على التحليل الواقعي والدقيق للأمور. وتبين أيضاً وجود فروق وفق متغير المؤهل العلمي ولصالح المواطنين من حملة الثانوية العامة فما دون وحملة البكالوريوس، ويعزى ذلك إلى أنه كلما زادت المؤهلات العلمية لدى الإنسان زادت خبرته ومقدرته على التحليل الواقعي والدقيق للأمور. وأخيراً تبين وجود فروق وفق متغير السكن ولصالح المواطنين الذين يسكنون المخيمات، ويعزى ذلك إلى طبيعة البيئة والتركيبة السكانية لسكان المخيمات، واطلاعهم على عدد محدود من وسائل الإعلام.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة وأهدافها يوصي الباحثان بما يلي:

- زيادة التعاون بين الوسائل الإعلامية كمثال للحث على العمل الجماعي.
- عقد المزيد من الندوات واللقاءات التي تحث على العمل ضمن الفريق.
- تعزيز التعاون المشترك بين وسائل الإعلام المختلفة للخروج ببرنامج موحد للتوعية الوطنية.
- دعم النشطاء الذين يدعمون ويؤكدون على التوعية الوطنية.
- المساواة في إبراز عمل الأحزاب السياسية في التعامل مع الجائحة.
- موازاة التركيز على القضايا السياسية الداخلية وجائحة كورونا.
- نشر تحديث للحالة الاقتصادية المحلية بشكل مستمر.
- المساهمة في الحد من تفاقم سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحديث عن التراجع الاقتصادي.
- بث برامج تؤثر تعزز السلوك الإيجابي لدى الفرد، وتؤثر على المعتقدات والقيم.
- زيادة المساهمة في إبراز شخصيات مجتمعية على الساحة الإعلامية.
- ضرورة نقد الشخصيات الإعلامية بمهنية والابتعاد عن التحيز.
- توخي المصداقية في نشر الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا.
- خلق وسائل اتصال مباشرة ما بين المواطن وأصحاب القرار.

قائمة المصادر و المراجع

أولا: المراجع العربية

بدوي، أحمد زكي. (1994). معجم مصطلحات الإعلام(ط2). بيروت: دار الكتاب اللبناني.

بلونيس، شيماء. (2015). دور وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة في التغيير السياسي (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، الجزائر).

حمودة، أحمد. (2020). الإعلام المتخصص في فلسطين زمن الأزمات، موقع النجاح الإخباري، استرجعت بتاريخ(2020/7/14) من https://nn.ps/news/Artical/2020/04/18/302250/.

الحياري، إيمان. (2016). تعريف الإعلام، استرجعت بتاريخ (2020/7/10) من https://mawdoo3.com.

سالم، شيماء السيد. (2016). دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد يوليو/ سبتمبر.

شبكة النبأ المعلوماتية، 2020، استرجعن من https://annabaa.org/arabic/studies/22681.

الشمري، محمد. (2018). تأثير الإعلام الجديد على الأمن الأسري، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، عدد(6).

صادق، محمد عادل. (2007). الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري تطبيقي (ط1)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

عايد، كمال. (2017). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري-الشباب الجامعي لتلمسان أنموذجاً، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.

عشماوي، محمد عبد الوهاب حسن. (2008)."دور الصحف في إدارة الأزمات/دراسة تطبيقية على جريمة الثأر، الإسكندرية: منشأة المعارف، ص 111.

محمود، يوسف. (2003). تخطيط برامج الأزمات، مجلة الدراسات العليا، القاهرة، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، عدد(9)، 134-136.

ميرزا، جاسم خليل. (2006). الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق (ط1). القاهرة: مركز الكتاب للنشر

نزيهة، بداني أمينة؛ وبلوفة، بلحضري. (2018). الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 2(7) الجزائر.

(https://ontology.birzeit.edu/term/).

(https://ar.wikipedia.org/wiki/).

ثانيا: المراجع العربية المترجمة

Ashmawi, M. (2008) "The Role of Newspapers in Crisis Management /An Applied Study on the Crime of Revenge, Alexandria: The Knowledge Establishment, p. 111.

Ayed, K. (2017). Information and communication technology and its effects on the values of the Algerian society - university youth of Telmesan as an example, (unpublished doctoral thesis), Abi Bakr Belkaid University, Telmesan, Algeria.

Badawi, A. (1994). Glossary of Media Terminology (1ed). Beirut: Lebanese Book House.

Blounis, S. (2015).The Role of New Media and Communication in Political Change (Unpublished Master Thesis), Faculty of Law and Political Science, Um-albawaki, Algeria.

Hammouda, A. (2020). Specialized Media in Palestine in Times of Crisis, An-Najah News website, retrieved on (7/14/2020) From https://nn.ps/news/Artical/2020/04/18/302250/.

Hayari,I. (2016). Media definition, retrieved on (10/7/2020) from https://mawdoo3.com.

Mahmoud Y. (2003). Crisis Program Planning, Journal of Graduate Studies, Cairo, Faculty of Graduate Studies, Mubarak Security Academy, No. (9), 134-136.

Mirza, J. (2006). Security media between theory and practice (i1). Cairo: Book Center for Publishing.

Nab'a Informatics Network, 2020,
retrieved from https://annabaa.org/arabic/studies/22681.

Nazeha, B, & Blufah, B. (2018). Media and Crisis Management, Al-Resala Journal for Humanitarian Studies and Research, 2 (7), Algeria.

Sadiq, M. (2007). Journalism and Crisis Management, an applied theoretical introduction (1st ed.), Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.

(https://ontology.birzeit.edu/term/).

(https://ar.wikipedia.org/wiki/).