جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

أطر الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) دراسة تحليلية – (فيسبوك – تويتر-إنموذجاً)

WHO Communication Message Frameworks related to the COVID-19 Pandemic Analytical Study (Facebook - Twitter - as a model)

إعداد

رنا مزهر خالد

إشراف

الدكتورة ليلى أحمد جرّار

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الأول، 2021

تفويض

أنا **رنا مزهر خالد**، أفوّض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: رنا مزهر خالد.

التاريخ: 28 / 12 / 2021.

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ: **أطر الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19). دراسة تحليلية – (فيسبوك – تويتر-إنموذجاً).**

للباحثة: رنا مزهر خالد.

وأجيزت بتاريخ: 28 / 12 / 2021.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. كامل خورشيد مراد	رئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
د. ليلى أحمد جرار	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
د. حنان كامل الشيخ	عضواً من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. تحسين محمد الشرادقة	عضواً من خارج الجامعة	جامعة الزرقاء	

شكر وتقدير

الحمد لله والشكر له عز وجل قدر جلاله وعظيم سلطانه..

الذي أنعم عليَ بفضله ويسر لي الأمر من أوله حتى آخره في إتمام بحثي العلمي هذا.

ومن ثم لزوجي وابني.. اللذان منحاني الوقت والدعم للتفرغ للبحث والكتابة.

شكرا لمشرفتي د. ليلى جرّار.. وأتقدم لها بوافر الامتنان لحرصها الدائم على التعامل بكل مهنية مع كل جملة وعبارة تضمنتها الرسالة وكذلك دعمها المعنوي لي شخصيًا.

شكرا للجنة المناقشة رئيساً وأعضاءً.. فقد وجدت في مناقشاتهم الأمانة العلمية والأكاديمية المهنية الملتزمة.

شكرا لأساتذتي القديرين في الجامعة.. الذين لم يبخلوا يوماً عليَ بخبراتهم، ولم يغلقوا أمامي باباً للمساعدة ومد يد العون **في الشرح والتوضيح.. ويكتمل الشكر لمن ساهم من الأساتذة القديرين أيضًا في تحكيم (استمارة التحكيم لتحليل المضمون)** من جامعة الشرق الأوسط، جامعة البترا، جامعة اليرموك الكرام.

شكرا لكل من دعمني من الأهل والأصدقاء والصديقات.

شكرا لكل من قال لي أنك تستحقينها وبجدارة.

شكرا لكم جميعًا

الباحثة: رنا مزهر خالد

الإهداء

أهدي ثمرة بحثي العلمي إلى من علموني الحرف الأول... "أمي وأبي"

إلى من ساعدني ووقف بجاني دوما زوجي العزيز التربوي... "زياد القيسي"

إلى ثمرة عمري وحبيب قلبي ابني طارق وكما يحب ان يلقب بـ... "تاكو"

إلى من هم احبتي بالحياة... "إخوتي وأخواتي"

إلى كل من وقف بجانبي وساعدني بمعلومة أو نصيحة من... " أصدقاء وصديقات "

إلى كل باحث علم يكمل ما بدأت به في رسالتي هذه... دمتم بألف خير جميعاً

الباحثة

فهرس المحتويات

الموضوع **الصفحة**

العنوان.....أ
تفويض .....ب
قرار لجنة المناقشة .....ج
شكر وتقدير.....د
الإهداء .....هـ
فهرس المحتويات.....و
قائمة الجداول.....ح
قائمة الملحقات.....ط
الملخّص باللغة العربية .....ي
الملخّص باللغة الإنجليزية .....ل

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة 1
مشكلة الدراسة.....2
أهداف الدراسة.....3
أهمية الدراسة.....4
أسئلة الدراسة.....4
حدود الدراسة.....5
مصطلحات الدراسة.....6

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولا: الإطار النظري.....9
المبحث الأول: النظرية 9
المبحث الثاني: منظمة الصحة العالمية.....17
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....49
ثالثاً: الاستفادة من الدراسات السابقة 55

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

منهج البحث 57
مجتمع الدراسة 57
عينة الدراسة 58
أداة الدراسة 58
وحدة التحليل 59
صدق الأداة 65
ثبات الأداة 65
المعالجة الإحصائية 66
إجراءات الدراسة 66

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

عرض نتائج الدراسة 68

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج 89
التوصيات 95

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية 96
ثانياً: المراجع الأجنبية 100
الملحقات 109

قائمة الجداول

رقم الفصل– رقم الجدول	المحتوى	الصفحة
2 – 1	أهم الأحداث التي رافقت انتشار فايروس (كوفيد – 19)	2
3 – 2	عينة الدراسة	65
4 – 3	الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد–19 (المرحلة الأولى)	65
4 – 4	الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد–19 (للمرحلة الثانية)	66
4 – 5	الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد–19 (المرحلة الثالثة)	66
4 – 6	الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد–19 (مجموع المراحل)	67
4 – 7	أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)	68
4 – 8	أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)	68
4 – 9	أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)	69
4 – 10	أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)	70
4 – 11	التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الأولى)	71
4 – 12	التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الثانية)	72
4 – 13	التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الثالثة)	73
4 – 14	التوعية الصحية بالجائحة (مجموع المراحل)	74
4 – 15	الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)	75
4 – 16	الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)	76
4 – 17	الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)	77
4 – 18	الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)	78
4 – 19	الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)	79
4 – 20	الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)	80
4 – 21	الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)	81
4 – 22	الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)	82
4 – 23	فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الأولى)	83
4 – 24	فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الثانية)	84
4 – 25	فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الثالثة)	84
4 – 26	فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (مجموع المراحل)	85

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	قائمة بأسماء السادة المحكمين	104
2	كشاف تحليل المضمون	105

أطر الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19)
دراسة تحليلية – (فيسبوك – توتير-إنموذجاً)

إعداد: رنا مزهر خالد

إشراف: الدكتورة ليلى جرّار

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التعامل مع جائحة كوفيد-19 على منصتي فيسبوك وتويتر، إذ تم استخدام نظرية الأطر الإعلامية، وتم الاعتماد على أداة تحليل المضمون للتحليل الكمّي والكيفي للرسائل الاتصالية للمنظمة، وتم اختيار عينة عمدية تضمنت جميع رسائل منظمة الصحة العالمية خلال الفترة من بداية المرض وحتى إعلانه جائحة عالمية، أي خلال الفترة من 2019/12/30-2020/3/11، وقسّمت هذه المدة الزمنية إلى ثلاث مراحل.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: إن نسبة اهتمام منظمة الصحة العالمية بالمرض كانت متفاوتة بشكل ملحوظ بين منصتي الفيسبوك وتويتر، فكان الاهتمام أكبر في تويتر عنه في الفيسبوك حيث بلغت نسبة الرسائل المتعلقة بالمرض على تويتر (68.8%) من مُجمل رسائل المنظمة، بينما بلغت هذه النسبة في فيسبوك فقط (42.4%).

وظهر من رسائل المنظمة على فيسبوك وتويتر إنها اندرجت تحت الإطار الإنساني الذي تفرع منه ثلاثة أطر هي؛ الإطار التوعوي، والإطار التحذيري، والإطار التطميني، ولوحظ أن الإطار التوعوي حظي بالاهتمام الأكبر، إذ بلغت نسبة الرسائل التوعوية (57%) من مُجمل الرسائل، وجاء بالمرتبة الثانية الإطار التحذيري الذي كانت نسبته (35.6%) وجاء في المرتبة الثالثة الإطار التطميني الذي بلغت نسبته (7.4%) من مُجمل الرسائل، كما تبيّن وجود تفاوت ملحوظ في نسبة الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً بين فيسبوك وتويتر حيث كانت النسبة في الفيسبوك أعلى منها في تويتر، إذ بلغت في الفيسبوك (9,5%) مقابل (2.1%) في تويتر.

وتبيّن في المُجمل من خلال دراسة الأطر التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في التعامل مع كوفيد-19 انها ركزت على أطر لم تخدم المصلحة العامة، وأنها جاملت الصين بشكل أو بآخر، الأمر الذي فوّت فرصة اتخاذ تدابير سريعة كان من الممكن لها أن تساعد في احتواء الأزمة، والحيلولة دون تفشّي المرض في كلّ العالم، كما تبيّن أن المنظمة اهتمت بمخاطبة النخب العالمية وفضّلتها على العامة من الناس، إذ تجلّى ذلك بعدم موازنتها في الرسائل الاتصالية بين منصتي تويتر والفيسبوك، حيث انصبّ الاهتمام الأكبر على موقع تويتر.

وخرجت الدراسة بعدد من التوصيات كان أهمها ضرورة الاهتمام بالشعوب بشكل متساوٍ، وعدم التمييز بين النخب وعامة الناس، إضافة إلى عدم التأخير في أخذ التدابير لاحتواء أي مرض من بداياته، والتعامل بشفافية للقضاء على الشائعات، والتركيز على الرسائل التحذيرية قبل إطلاق الرسائل التطمينية في حالات الأزمات الصحية الوبائية.

الكلمات المفتاحية: منظمة الصحة العالمية، الأطر الإعلامية، الرسائل الاتصالية(كوفيد-19).

WHO Communication Message Frameworks Related to the COVID-19 Pandemic. - Analytical study - (Facebook - Twitter - as a model)

Prepared by: Rana Mezher Khalid

Supervised by: Dr. Laila Jarrar

Abstract

The study aimed to identify the media frameworks used by the World Health Organization via social networks in dealing with the Covid-19 pandemic on the Facebook and Twitter platforms. A deliberate sample that included all messages of the World Health Organization during the period from the beginning of the disease until its declaration of a global pandemic, i.e. during the period from 30/12/2019 - 11/3/2020, and this time period was divided into three phases.

The study concluded with a set of results, the most important of which were: The percentage of the World Health Organization's interest in the disease was markedly different between the Facebook and Twitter platforms, and the interest was greater in Twitter than on Facebook, where the percentage of messages related to the disease on Twitter reached 68.8% of the total messages of the organization, while this percentage was in Facebook only 42.4%.

It appeared from the organization's messages on Facebook and Twitter that it fell under the humanitarian framework, from which three frameworks branched: The awareness frame, the warning frame, and the reassuring frame, and it was noted that the awareness frame received the most attention, as the percentage of awareness messages reached 57% of the total messages, and the warning frame came in second place, which was 35.6% and came in the third place the reassuring frame, which amounted to It accounted for 7.4% of the total messages, and there was a noticeable discrepancy in the percentage of messages that were later proven incorrect between Facebook and Twitter, where the percentage in Facebook was higher than in Twitter, as it reached 9.5% in Facebook compared to 2.1% in Twitter.

In general, by studying the frameworks used by the World Health Organization to deal with Covid-19, it was found that it focused on frameworks that did not serve the public interest, and that it complimented China in one way or another, which missed the opportunity to take quick measures that could have helped contain the crisis. And to

prevent the spread of the disease all over the world, as it turned out that the organization was interested in addressing the global elites and preferred them to the general public, as this was manifested by its unbalanced communication messages between the Twitter and Facebook platforms, where the greatest attention was focused on Twitter.

The study came out with a number of recommendations, the most important of which was the need to take care of people equally, and not to distinguish between elites and the general public, in addition to not delaying in taking measures to contain any disease from its beginnings, dealing with transparency to eliminate rumors, and focusing on warning messages before launching reassuring messages in crisis situations. Sanitary epidemiology.

Keywords: Communication Messages, Media Frames, World Health Organization (19-COVID).

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

تفاجأ العالم بظهور فيروس "كوفيد-19" وتفشيه السريع، بعد أن ظنّ أن عصر الأوبئة الفتاكة قد انتهى، فبعد أن سجل التاريخ عدداً من الأوبئة والأمراض القاتلة التي قتلت ملايين البشر، توهّم العالم بما وصل إليه من تقدّم علمي في شتّى المجالات الطبية وغيرها أنه أصبح بعيداً عن هذه التجارب القاسية.

لكن ومع انتشار جائحة "كوفيد-19" تبددت هذه الظنون، ووجد العالم نفسه يعيش كابوساً ساهم في استمراره وتقويته التقدّم العلمي الذي حوّل كوكبنا إلى قرية صغيرة يتم التنقل فيه بكل سهولة ويسر، الأمر الذي أسهم بالانتشار السريع للجائحة، فاكتوى العالم بما ظنّ أنه الدرع الواقي له، ووجد نفسه بمواجهة هجوم من وباء قاتل ينتشر بسرعة خارقة بدون وجود علاج ناجع أو لقاح مانع، هذا الوضع سبب إرباكاً وصل أحياناً إلى حدّ التخبط، فأضحى العالم المتقدّم الذي يفاخر بإنجازاته التكنولوجية يعيش حالة من الضبابية وعدم الوضوح، فتضاربت الآراء والمواقف والموضوعات وحتى الدراسات المنشورة في هذا الشأن.

وفي ظلّ هذه الظروف كان لا بد من التوجّه إلى منظمة الصحة العالمية كونها الجهة المعنية الأولى في قضايا الأوبئة والأمراض على مستوى العالم، فكانت المرجع الصحي الرئيسي الذي تعتمد عليه المنظمات الوطنية والدول في تعاطيها وتصدّيها لهذا المرض، على اعتبار أنها جهة حيادية لا يسيّرها أو يؤطرها غير الشؤون الصحية.

وخلال هذه الظروف الغامضة والصعبة التي تمرّ على العالم، تصاعدت أصوات متعددة شككت في حيادية منظمة الصحة العالمية ومدى تقيّدها بالأطر الصحية، الأمر الذي نفته المنظمة نفياً تاماً، مما أدّى إلى زيادة المعاناة العالمية من تبعات هذا المرض.

وكمحاولة للوقوف على حقيقة الأمر قامت هذه الدراسة برصد وتحليل أطر الرسائل التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على صفحاتها على موقعي الفيسبوك وتويتر، إذ اعتمدت على تحليل مضمون الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية بما يتعلق بجائحة "كوفيد– 19" على منصتي فيسبوك وتويتر كونهما من أهم منصات التواصل الاجتماعي، وتم استخدام تحليل المضمون نظراً لفعالية استخدامه في معرفة مضمون رسائل وسائل الإعلام لتحديد الأهمية التي تحظى بها القضايا والموضوعات المختلفة من خلال معرفة كمّ ونوع التغطية الإعلامية (الدبيسي، 2017).

مشكلة الدراسة

يقول المنطق أنه: في حال ظهور مرض غامض، فإن من الطبيعي أن تتجه الأنظار إلى الجهة الصحية الأكبر والتي من المفترض أنه تم انشاؤها لمواجهة مثل هذه الظروف، وهذا ما حدث عند ظهور (كوفيد–19) في مدينة ووهان في الصين في نهايات عام 2019، إذ اتجهت جميع الأنظار

نحو منظمة الصحة العالمية، هذه المنظمة التي تمّ اتهامها من جهات متعددة بأنها كانت متأثرة ومنقادة لخدمة اتجاهات تعدّت الإطار الصحي، ولعلّ من أبرز هذه الاتهامات ما جاء على لسان الرئيس الأمريكي في ذلك الحين" دونالد ترامب" حين اتهم المنظمة بالتبعية للصين (موقع قناة الحرة، 7 إبريل2020) الأمر الذي نفته المنظمة (موقع سكاي نيوز عربية، 8 إبريل2020).

وانطلاقاً من ذلك؛ تقوم هذه الدراسة بالكشف عن مضامين الرسائل الاتصالية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على منصتي الفيسبوك وتويتر منذ بداية انتشار المرض بين البشر وحتى إعلانه وباءً عالمياً، موقع (France 24 /11/ مارس/2020) والتأكد مما إذا كان إطار هذه الرسائل صحياً بحتاً أم أن هناك أطراً أخرى تدخل في تلك الرسائل الاتصالية.

وبهذا يمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة في **معرفة الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في رسائلها الاتصالية عبر منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) للتوعية بجائحة (كوفيد-19).**

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة التعرّف على الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية عبر منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) في التعامل مع جائحة (كوفيد-19)، ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف الى مستوى اهتمام الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية عبر منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) للتعامل مع جائحة (كوفيد-19).

2. التعرف إلى الأشكال الاتصالية لمحتوى رسائل منظمة الصحة العالمية المنشورة على منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) أثناء انتشار جائحة (كوفيد-19).
3. التعرف الى المحتوى الضمني للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة في رسائلها المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) على منصتي فيسبوك وتويتر.
4. التعرف الى نسبة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية وثبت عدم صحتها لاحقاً على منصتي التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أهمية الدراسة

الأهمية التطبيقية

الأهمية من خطورة انتشار (كوفيد-19) وآثاره الخطيرة على حياة البشر، والدراسة محاولة جادة للوقوف على حقيقة الدور الذي قامت فيه منظمة الصحة العالمية في توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي بما يتوافق مع الأهداف المعلنة لها.

الأهمية العلمية

تندرج هذه الدراسة ضمن دراسات إعلام الأزمات، وهو استخدام وسائل الإعلام في التعامل مع الأزمات، وهنا ينحصر البحث في جائحة (كوفيد-19)، وتتطلع الدراسة إلى أن يستفيد الباحثون وطلبة الدراسات العليا من نتائجها لإجراء المزيد من البحوث حول إعلام الأزمات، وتطبيق ذلك على وسائل الإعلام الأخرى التي لم تغطها هذه الدراسة.

أسئلة الدراسة

أسئلة الدراسة: يتمثل السؤال الرئيسي لهذه الدراسة بما يلي:

- **ما الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد -19)؟**

وللإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مستوى اهتمام الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية عبر منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) للتعامل مع جائحة (كوفيد-19)؟

2- ما الأشكال الاتصالية لمحتوى رسائل منظمة الصحة العالمية المنشورة على منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) أثناء انتشار جائحة (كوفيد-19)؟

3- ما المحتوى الضمني للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة في رسائلها المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) على منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر)؟

4- ما نسبة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية وثبت عدم صحتها لاحقاً على منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر)؟

حدود الدراسة

- **الحدود المكانية:** أرجاء العالم كافة.
- **الحدود الزمانية:** الفترة الواقعة ما بين ظهور المرض في نهايات العام 2019، وحتى إعلان مرض (كوفيد-19) بوصفه جائحة عالمية.
- **الحدود التطبيقية:** صفحات منظمة الصحة العالمية على منصتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر).

مصطلحات الدراسة

- **الإطار**: هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة. (مكاوي وليلى، 2009، ص348)

تعريف التأطير إجرائياً: يقصد بالتأطير في الدراسة الحالية، إن مفهوم التأطير يحمل ذات المفهوم الذي قدّمه العلماء والمنظّرون، ولكن تحديد المعنى الإجرائي لهذا المفهوم يأتي من خلال اعتماد انتقاء مفردات يُراد تعميمها وانتشارها بُغية تصديقها حتى لو بَعدت عن الحقيقة.

- **الرسائل:** تتضمّن خبر الأفكار والآراء التي تناسب الموقف، ويعرفها دينيس ما كويل: بأنها تشمل الإشارات والعلامات اللغوية، والحديث والكتابة والعلاقة المرئية (Philadelphia).

التعريف الإجرائي للرسائل: يقصد بالرسائل في الدراسة الحالية، إن مفهوم الرسالة يحمل ذات المفهوم الذي قدّمه العلماء والمنظرون، ولكن تحديد المعنى الإجرائي لهذا المفهوم يأتي على اعتبار أنها المواد والمعلومات المتعلقة بمرض (كوفيد-19) التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على منصتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير.

- **منظمة الصحة العالمية:** هي وكالة تابعة للأمم المتحدة، أنشئت في عام 1948؛ لتعزيز التعاون الدولي، بهدف التحسين من الظروف الصحية، وورثت من منظمة الصحة العالمية التابعة لعصبة الأمم التي أنشئت في عام 1923، والمكتب الدولي للصحة العامة في باريس، الذي أنشئ في عام 1907، المهام المتعلقة بمكافحة الأوبئة، وتدابير الحجر الصحي، وتوحيد المعايير للأدوية، وأعطيت تفويضاً على مستوى واسع بموجب دستورها لتطوير هدفها، وهو توفير أعلى

مستوى ممكن من الصحة لجميع الناس، وتحتفل منظمة الصحة العالمية بتاريخ السابع من نيسان من كل عام، وهو تاريخ إنشائها، باعتباره يوم الصحة العالمي (موضوع، 2017).

تعريف المنظمة إجرائياً: يقصد بمنظمة الصحة العالمية في الدراسة الحالية، ذات المفهوم الذي ورد في التعريف الرسمي لها.

- **جائحة:** هي الانتشار العالمي لمرض جديد يشمل العديد من الدول. وأن مصطلح "الجائحة" يعني أيضاً أن المرض يتحدّى السيطرة، وهذا يفسر انتشاره دولياً وعدم انحصاره في دولة واحدة. ويستخدم وصف الوباء العالمي أو الجائحة (pandemic) لوصف الأمراض المعدية عندما يحدث تفشيٌ واضحٌ لها وانتقالٌ سريعٌ من شخص إلى آخر في عدد من البلدان في العالم في الوقت نفسه (BBC NEWS, 2020).

تعريف جائحة إجرائياً: هي كل مرض ينتقل الى وباء عالمي يصعب السيطرة عليه ويشكل حالة طوارئ عامة.

- **مرض (كوفيد-19):** هو مرضٌ معدٍ يسببه فيروسٌ تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشّيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم. (موقع منظمة الصحة العالمية، 2020)

تعريف كوفيد-19 إجرائياً: هو مرض الالتهاب الرئوي الذي ظهر أواخر سنة 2019 وسبب انتشار عالمي حتى أعلنت منظمة الصحة العالمية بأنه جائحة.

- **الفيسبوك (Facebook):** هو موقع للتواصل الاجتماعي، والتي تتيح لأي شخص مشاركة الصور والتعليقات ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت. تأسس الموقع عام 2004 من قبل مارك زوكربيرج، الموقع مجاني للأعضاء ويستمد إيراداته من الإعلانات. هو نظام المراسلة الوحيد الذي يستخدمه العديد من الطلاب جاء اسم Facebook من المستند الورقي الذي يحتوي على الأسماء والوجوه الصادرة للطلاب الجدد في جامعة هارفرد الامريكية لمساعدتهم على التعرف على بعضهم البعض، ونشر تعليقاتهم وحالتهم الحالية وموقعهم بالإضافة إلى تحميل الصور ومقاطع الفيديو. يقوم الأفراد بإنشاء "ملف تعريف" على Facebook، والذي يكون عادةً تفاعلًا ثنائي الاتجاه مع الأصدقاء. تنشئ الشركات "صفحة" على Facebook للترويج للمنتجات والعلامات التجارية أيضاً (yourdictionary).

ولغايات هذه الدراسة يجري التحدّث عن صفحة منظمة الصحة العالمية على منصة الفيسبوك.

- **تويتر:** هو أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، وهو يسمح لمستخدميه بنشر رسائل قصيرة يمكن لمستخدمي تويتر الآخرين رؤيتها، وتُعرف هذه الرسائل بالتغريدات (tweets)، ويمكن لهذه الرسائل أن تشمل حوالي 140 حرف، أو أقل (What does Twitter mean, 2013).

ولغايات هذه الدراسة تمّ الحديث عن صفحة منظمة الصحة العالمية على منصة تويتر.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولا: الإطار النظري

المبحث الأول: النظرية

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية التأطير الإعلامي لتوافقها الكبير مع موضوع الدراسة المتمثلة في معرفة الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في رسائلها الاتصالية عبر منصتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر للتوعية بجائحة (كوفيد-19)، والتأكد فيما إذا كان إطار هذه الرسائل صحياً بحتاً أم أن هناك أطراً أخرى تدخلت في تلك الرسائل الاتصالية، ذلك أن هذه النظرية توفر القدرة على قياس محتوى الرسالة الإعلامية وتفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، وهذا ما قامت عليه هذه الدراسة.

نظرية التأطير الإعلامي

اقترح إرفين جوفمان النظرية في عام 1974، " ذهب ليقول في مقالته المنشورة علمياً إن الأطر الطبيعية والاجتماعية تلعب دوراً في حياة الأشخاص، وتساعد كل منها الفرد على تفسير البيانات، ويمكن رؤية نظرية الأطر في العديد من وسائل الاتصال المختلفة في جميع أنحاء العالم.

ونظرا لتوافق المشكلة البحثية مع مضمون نظرية التأطير الإعلامي من حيث البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي وأن الناس يفسّرون ما يجري حول عالمهم من خلال إطار عملهم الأساسي. (Marra, Rachel, 2020).

حيث يرتبط مفهوم التأطير بمفهوم نظرية الأجندة إلا أن مفهوم التأطير الإعلامي أكثر سعة، فهو يقوم على البحث من خلال التركيز على جوهر القضايا المطروحة بدلاً من التركيز على موضوع معين. وأساس نظرية التأطير هو أن وسائل الإعلام تركز الانتباه على أحداث معينة ثم تضعها في مجالٍ ذا معنى يتم من خلاله تحديد نقطة معينة (Goffman, 1974, p25).

وتعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي من النظريات التي تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى أو معنى في حد ذاتها، وإنما تحمل المعاني إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية بحيث تقوم هذه الأطر بتنظيم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، إذ أن تأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات أي يعني عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي عبر اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي كله، وأن الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها (مكاوي، السيد، 2017، ص348).

حيث يستخدم كل من ستيفن ريس وأوسكار غاندي وأوغست جرانت نهجا متعدد التخصصات لدراسة تصور وفحص وسائل الإعلام وكيف إنهم يوضحون النصوص يقدمونها يشكلون بها قوة، ومن ثم "يؤطّرون" عوالمنا الاجتماعية، وبالتالي يؤثرون على حياتنا العامة، من خلال تبني وجهات النظر النوعية والكمية والبصرية واللفظية والنفسية والاجتماعية وهذا تطوير فهم متعدد الأوجه لقوة الإعلام، لا سيما في مجال الأخبار والشؤون العامة (framing public life.2001).

وبهذا فإن التأطير الإعلامي يتمثل كونه الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة (المزاهرة، 2018، ص327). وكيفية عرض الوقائع في الإعلام وتأثيرها علينا وكذلك يساعد الجمهور على الفهم وتحليل وترتيب الأحداث أو المعلومات (الدليمي، 2018، ص215).

وعلى أساس بعدين: نوع الإطار الذي تم فحصه إطارات الوسائط مقابل إطارات الجمهور والطريقة التي يتم بها تشغيل الإطارات متغير مستقل أو متغير تابع Dietram A. Scheufele (1999).

وبناءً عليه يعرف جوفمان الإطار الإعلامي "على أنه بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية"(متري،2013).

والإطار الإعلامي يحاول أن يقرّب ويؤلّف بين ما يُدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود (الدليمي، 2016، ص204).

ومن أبرز الأمثلة على نظرية التأطير محطات الأخبار السياسية، فعلى سبيل المثال: تمتلك المحطات مثل Fox وCNN إطارات متقابلة تقريباً عند مناقشة أحداث معينة، ويكون هدفهما هو تنظيم المعلومات بطريقة ترسم الصورة التي يرغبون في أن يراها الجمهور، وقد تكون كلتا الصورتين حول نفس الفكرة، لكن يكون لهما تفسيران مختلفان تماماً، وبهذا تعتبر نظرية التأطير الإعلامي بشكل عام متصلة اتصالاً وثيقاً مع نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، لذا توضح نظرية الأجندة كيف تضفي التقارير الإخبارية الأهمية على بعض القضايا عن طريق تسليط الضوء على تقرير

إخباري معيّن أكثر من التقارير الأخرى، الأمر الذي يؤدّي إلى جعل الجمهور يقتنع بأنه أهم الأخبار وأن المعلومات الواردة فيه أهم المعلومات (Marra, Rachel, 2020).

ويمكن النظر إلى الأطر على أنها مستخلصات تعمل على تنظيم أو بناء معنى الرسالة، وبالعادة يتركز الاستخدام الأكثر شيوعاً للأطر في الإطار الذي تضعه الأخبار أو الوسائط على المعلومات التي تنقلها، إذ يعتقد أنها تؤثر على تصور الجمهور للأخبار، وبهذه الطريقة يمكن تفسيرها على أنها شكل من أشكال أجندة المستوى الثاني – فهي لا تخبر الجمهور فقط بما يجب أن يفكر فيه، ولكن أيضاً تتحكم في كيفية التفكير في هذه المسألة" (Goffman, 1974)، ولعلّ هذا ما يميّز نظرية الأطر عن الأجندة، فالأطر أكثر تحديداً من الأجندة التي تقتصر تقريباً على المواضيع.

ويحدد " إنتمان " أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي وهي (مكاوي، 2006، ص350):

1. تحديد المشكلة أو القضية بدقة. Define Problem
2. تشخيص أسباب المشكلة. Diagnose Causes
3. اقتراح سبل العلاج. Suggest Remedies
4. وضع أحكام أخلاقية. Moral Judgments

ويشير هذا النموذج إلى أهمية القوى الفاعلة كعنصر أساس في عملية التأطير (صالح، 2019، ص199). وتعمل اليوم الآلاف من الأطر في مجتمعنا في نفس الوقت، وهذا يجعل بعض الأفراد يؤمنون بأفكار معينة بينما يعتقد البعض الآخر عكسها، وقد يؤطر أحد المنافذ الإخبارية قصة بطريقة ما بينما يؤطرها الآخر بطريقة معاكسة تماماً (Marra, Rachel, 2020).

العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي (المزاهرة، 2018):

- العادات والتقاليد الاجتماعية.

- القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية.
- جماعات الضغط والمصالح.
- القيود الصحفية الروتينية.
- الاتجاهات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين.

خصائص الأطر الإعلامية (صالح، 2019، ص197،198):

- تنظيم المعلومات: حيث يتم تقديم جزء من الواقع وبعض التفاصيل والمعلومات بشكلٍ يُعطي معنى للحدث طِبقاً للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال في تحقيقه.
- يُعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها.
- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، إذ تعمدُ إلى التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية والتي تحمل إيحاءات معينة وتُضفي دلالة على النص الإعلامي.
- الأطر الإخبارية: هي بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها.

أهم اقتراحات الباحثين لنماذج مختلفة لشرح تأثير التأطير (Framing, 2021):

- تحاول النظريات المعرفية، والتي تعطي النظريات المعرفية أهمية كبيرة لمصادر المعرفة واستراتيجيات التعلم مثل نظرية التتبع الضبابي والتي تعتمد على ثنائية الأثر للتنبئو وشرح الظواهر، وهنا يمكن ان نشرح تأثير التأطير من خلال تحديد مقدار جهد المعالجة المعرفية المكرس لتحديد قيمة المكاسب والخسائر المحتملة.

- كما وتشرح نظرية الاحتمالات التي تدرس احتمال الحوادث العشوائية بالنسبة للرياضيين وهنا نشر من ناحية تأثير التأطير للوظيفية، التي تحددها تفضيلات القيم المتصورة المختلفة، بناءً على افتراض أن الناس يعطون ترجيحاً أكبر للخسائر مقارنة بالمكاسب المكافئة.
- النظريات التحفيزية التي طورها إبراهيم ماسلو (1943) و أطلق عليها اسم هرم الحاجات وتتكوّن عناصرها من مُنطلقات نفسية إنسانية، تشرح النظريات التحفيزية تأثير التأطير من حيث قوى المتعة (النفسية أو التحفيزية) التي تؤثر على الأفراد، مثل المخاوف والرغبات بناءً على فكرة أن المشاعر السلبية التي تثيرها الخسائر المحتملة عادة ما تفوق المشاعر التي تثيرها المكاسب الافتراضية.
- تعرف نظرية المفاضلة بين التكلفة والفائدة الإدراكية الاختيار على أنه حل وسط بين الرغبات، إما كتفضيل للقرار الصحيح أو تفضيل للجهد المعرفي المصغر، إذ يفترض هذا النموذج الذي يجمع بين عناصر النظريات المعرفية والتحفيزية، أن حساب قيمة المكسب المؤكد يتطلب جهداً إدراكياً أقل بكثير من ذلك المطلوب لاختيار مكسب محفوف بالمخاطر.

تقسيم مناهج التأطير إلى فئتين: (MEDIATEXTHACK TEAM, 2014)

- **الأولى:** التأطير العرضي هو المكان الذي يتم فيه التعامل مع المشكلة من حيث حدثٍ أو حلقة معينة. غالبا ما تضع الأطر العرضية الأفراد في السرد على أنهم متحررين من أي قيود أو تأثير على المجتمع، وفي التأطير العرضي لا يتم عادة النظر في الإجراءات الفردية من حيث الخطابات أو المؤسسات الأوسع.

- **الثانية:** التأطير الموضوعي مع قضية ما كجزء من موضوع أو موضوع مستمر، متجذر في الاتجاهات أو الوظائف الاجتماعية الواسعة. للأطر العرضية والمواضيعية مقاربات مختلفة

لقضية ما ويمكن أن يكون لها تأثيرٌ كبيرٌ على كيفية قراءة هذه المسألة وفهمها لاحقاً. لذا فإن وسائل الإعلام الإخبارية على وجه الخصوص تميل إلى تفضيل الأطر العرضية على الأطر الموضوعية لأن التأطير العرضي يناسب بشكل أفضل قيود الصحافة الإذاعية والصحفية المطبوعة (مثل فترة 90 ثانية أو مقالات 200 كلمة).

بينما تندرج الدراسة الحالية لتحليل الأطر بناءً على هذا التقسيم تحت بند المنهاج الثاني في التأطير والمتمثل في التأطير الموضوعي.

أهمية نظرية الإطار الإعلامي

اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية التأطير الإعلامي لإظهار دور المعاني المقدمة والمتمثلة تحديداً برسائل منظمة الصحة العالمية في موقعي فيسبوك وتوتير في فترة انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)، إذ تحدّدت أهمية الأطر المقدمة في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة حول هذه الجائحة.

ولا يمكن التغاضي عن النظر إلى نظرية الأطر كبناء ذهني يُسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية، حيث تُعد أسلوباً ملائماً لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، وتضيف معنى على الأحداث والقضايا، فلا يقتصر دور وسائل الإعلام على مجرد تقديم المحتوى؛ إنما تقوم أيضاً ببناء معنى لهذا المحتوى الإخباري؛ ومن هنا تبرز قوة الأطر بمدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة.

وتعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال؛ لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل العالمية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتمارس دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يعدّ مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات

والقضايا المختلفة والتي تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح وغير الصريح للتغطية الإعلامية للقضايا المُثارة (حسونة، 2015)، وهذا ما انطبق تماماً على الدراسة الحالية.

الأطر يتم التركيز فيها على العناصر الاتصالية الأربعة هي القائم بالاتصال/ المحتوى/ المتلقي/ والثقافة والتي تعد الأخيرة هي السياق العام الذي تستمد منه الأطر التي يتم توظيفها باعتبارها معالم ثقافية منظمة وثابتة في الواقع الاجتماعي اليومي ونظام متكامل لتفسير الرموز الاتصالية وإدراكها خلال الحياة اليومية. (عبد الحميد، 2004، ص405).

ويمكن إبراز هذه العناصر الأربعة في الدراسة الحالية على اعتبار أن القائم في الاتصال هو منظمة الصحة العالمية، والمحتوى هو رسائل منظمة الصحة العالمية على كل من فيس بوك وتوتير المتعلقة بمرض (كوفيد-19)، أما المتلقي فقد تمثل في هذه الدراسة بدول وشعوب العالم، والثقافة تمثلت بالثقافة العالمية الموجودة دوليا في هذا العصر.

التكافؤ والتأكيد في التأطير الإعلامي

يركز التأطير الإعلامي بشكل أساسي على نوعين من الإطارات: إطارات التكافؤ وإطارات التأكيد، إذ تقدم إطارات التكافؤ عبارات مختلفة ولكنها متكافئة منطقياً، مما يجعل الأفراد يغيرون تفضيلاتهم فغالبا ما تصاع إطارات المعادلة من حيث "المكاسب" مقابل "الخسائر"، وذلك عكس إطارات التكافؤ، تقدّم أطر التأكيد اعتبارات مختلفة نوعيا لكنها ذات صلة محتملة والتي يستخدمها الأفراد لإصدار الأحكام، المهم ملاحظة أن تأطير التأكيد يختلف عن الأجندة، ذلك أن تأطير التأكيد يمثل التغييرات في بنية الاتصال لاستحضار مخطط معرفي معين بينما تؤكد نظرية الأجندة على تواتر أو بروز مشكلات الرسالة لإخبار الناس بما يجب عليهم التفكير فيه. يشير تأطير التأكيد إلى تأثير هيكل الرسالة وتشير الأجندة إلى تأثير بروز المحتوى (Framing, 2021).

المبحث الثاني: منظمة الصحة العالمية

هي وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة تأسست عام 1948 لتعزيز التعاون الدولي بهدف تحسين ظروف الصحة العامة، وتحددت مهامها بمكافحة الأوبئة وإجراءات الحجر الصحي وتوحيد الأدوية حيث ورثت هذه المهام من منظمة الصحة التابعة لعصبة الأمم (التي تأسست عام 1923) ومن المكتب الدولي للصحة العامة في باريس الذي تأسس عام 1907.

وتمّ منح منظمة الصحة العالمية ولاية واسعة بموجب دستورها لتعزيز بلوغ أعلى مستوى ممكن من الصحة لجميع الشعوب، حيث عرفت منظمة الصحة العالمية الصحة السليمة على أنها حالة من الرفاه الجسدي والعقلي والاجتماعي الكامل ولم تقصر الصحة السليمة على غياب المرض أو العجز، وتحتفل منظمة الصحة العالمية في 7 أبريل من كل عام بيوم الصحة العالمي وهو التاريخ الذي يصادف يوم إنشائها (Britannica, 2019).

دستور منظمة الصحة العالمية

تعلن منظمة الصحة العالمية بأن دستورها يتمثل في توفير الصحة وبناء مستقبل صحي أفضل للناس في جميع أنحاء العالم، حيث يشير دستورها إلى قيامها في مكافحة الأمراض المعدية، مثل الأنفلونزا وفيروس العوز المناعي البشري، والأمراض غير السارية مثل السرطان وأمراض القلب، كما تتحمل مسؤولية القيام بمساعدة الأمهات والأطفال للبقاء على قيد الحياة والتمتع بالرخاء بما يمهد ويزيد من الفرص للتمتع بالصحة في مرحلة الشيخوخة.

ومن هنا فهي معنية بالمحافظة على سلامة الهواء الذي يتنفسه الناس وضمان مأمونية الطعام الذي يتناولونه والماء الذي يشربونه والأدوية واللقاحات التي تلزمهم. ويعمل موظفو المنظمة من خلال المكاتب الموجودة في أكثر من 150 بلداً جنباً إلى جنب مع الحكومات والشركاء الآخرين

لضمان تمتع جميع الناس بأعلى مستوى صحي يمكن بلوغه (موقع منظمة الصحة العالمية WHO، 2020).

العضوية

تضم منظمة الصحة العالمية 193 بلدا وهي القائمة الكاملة للدول الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة، وتصبح الدول أعضاء بعد موافقتها على دستور منظمة الصحة، كما يمكن قبول عضوية دول أخرى بعد موافقة جمعية الصحة العالمية على طلب العضوية بأغلبية بسيطة، وتعرّض هذا الأمر للاختلال خلال فترة رئاسة الرئيس الأمريكي دولاند ترامب حين قرر العمل على انسحاب الولايات المتحدة الأمريكية من المنظمة نتيجة تشكيكه بنوايا المنظمة وانحيازها للصين في التعامل مع جائحة "كوفيد 19"، إلا أن الإنسحاب بحد ذاته لم يتحقق (CNN, 2020)، ذلك أن الأمور عادت إلى طبيعتها بعد أن قام الرئيس الأمريكي التالي جو بايدن بإلغاء قرار الرئيس ترامب وقرر استئناف انضمام الولايات المتحدة الأمريكية لمنظمة الصحة العالمية في مطلع رئاسته (الأمم المتحدة، 2021).

وتتخذ المنظمة من مدينة جنيف بسويسرا مقراً رئيساً لها، إضافة إلى ستة مكاتب إقليمية حول العالم وهي (الجزيرة، 2020):

1. المكتب الإقليمي لأفريقيا ومقره برازافيل بالكونغو.
2. المكتب الإقليمي للأميركتين ومقرّه واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية.
3. المكتب الإقليمي لجنوب شرق آسيا ومقرّه نيودلهي بالهند.
4. المكتب الإقليمي لأوروبا ومقرّه كوبنهاغن بالدانمارك.
5. المكتب الإقليمي لشرق المتوسط ومقرّه القاهرة بمصر.
6. المكتب الإقليمي لغرب المحيط الهادي ومقرّه في مانيلا بالفلبين.

فيروس (كوفيد – 19)

يعتبر فايروس (كوفيد 19) أحد الفيروسات التاجية المسماة كورونا، وهي عائلة من الفيروسات التي يمكن أن تسبب أمراضا مثل نزلات البرد ومتلازمة الجهاز التنفسي الحادة الوخيمة (سارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس)، ويعتبر فيروس كورونا بالعموم مجموعة كبيرة من الفيروسات تسبب أمراضاً تتراوح بين نزلات برد إلى أمراض أكثر خطورة وتم تحديد فيروس كورونا الجديد باعتباره سبب تفشي المرض الذي نشأ في الصين في عام 2019، وعُرف الفيروس الجديد باسم فيروس كورونا المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (SARS–CoV–2) وتبين أنه المسؤول عن مرض فيروس كورونا (COVID–19) الذي أعلنت منظمة الصحة العالمية عن تفشيه كوباء عالمي في مارس 2020، (Mayo Clinic, 2021).

ويشير مصطلح كوفيد–19 إلى ان المرض الذي يسببه الفيروس التاجي المستجد لعام 2019، وقد صيغ الاسم بالشكل التالي: "كو" من كلمة كورونا (تاجي)، و "في" من فيروس، و "د" من كلمة مرض diseaseبالإنجليزية. وهذا المرض تسببه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية تم التعرّف عليها لأول مرة في ووهان في الصين. (يونيسف، 2020)

ظهور فيروس (كوفيد – 19)

ظهر (كوفيد–19) في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019، حيث أُبلغ المكتب القطري لمنظمة الصحة العالمية في الصين بحالات الالتهاب الرئوي، وتم الإبلاغ عن مسببات غير معروفة للمرض إلى منظمة الصحة العالمية من قبل السلطات الوطنية في الصين. وخلال الفترة المبلغ عنها، لم يتم تحديد العامل المسبب، وفي 11 و12 كانون الثاني / يناير 2020، تلقت منظمة الصحة العالمية

مزيدا من المعلومات التفصيلية من المركز الوطني، وقالت لجنة الصحة بالصين إن تفشي المرض مرتبط بالتعرض لمأكولات بحرية في سوق في مدينة ووهان (WHO, 2020).

تفشّي (كوفيد 19)

يمكن أن ينتشر فيروسSARS-CoV-2، وهو الفيروس المسبب لفيروس كوفيد-19، من شخص لآخر من خلال الرذاذ الناتج أثناء السعال أو التنفس أثناء الاتصال الوثيق مع شخص مصاب. ويمكن أن تحدث العدوى كذلك من دون اتصال مباشر أي عندما تهبط هذه القطرات على الأشياء والأسطح حول الشخص المصاب ويلامس الشخص الآخر هذه الأشياء أو الأسطح، ثم لمس العين أو الأنف أو الفم. هذا هو السبب المهم الذي يدعو الجميع للبقاء على بعد متر أو مترين (3-6 أقدام) من الشخص المريض. وبالنظر إلى أن بعض الأفراد لا تظهر عليهم أعراض أثناء الإصابة بالفيروس، يجب ملاحظة المسافة الجسدية من متر إلى مترين بغض النظر عما إذا كان الشخص الآخر يبدو مريضًا أو لا (الأمم المتحدة، 2021).

وقد أذهلت سرعة انتشار المرض العالم بأسره، فكان ظهوره وصعوده السريع والمفاجئ في كل من إيطاليا وإيران وكوريا الجنوبية -بعد الصين- الأمر الذي وضع العالم في حالة من التخبط وعدم التوازن، حيث كان العالم آنذاك مكتفياً بمراقبة وملاحظة المرض في الصين وسرعة انتشاره فيها، ولم يكن قادرا بعد على تحليل الحالة الصينية، فهو لم يكد ينتهي من معرفة أصل الفيروس وبداية انتشاره هناك، حتى أثارت الحالة الإيطالية والإيرانية انتباهه، وخاصة إيطاليا التي أرعبت سرعة تفشي الفيروس فيها العالم كله.

وبدأت أنظار العالم تتجه بعدها إلى الداخل أو إلى نفسها، وكيفية الاستعداد والتصدي للفيروس، بدلا من معرفة سبب ظهوره في الصين، وازدادت الأمور سوء حين اتجه التفشي إلى الولايات المتحدة

الأمريكية التي احتلت الصدارة في قائمة الدول التي ظهر فيها المرض، حتى سبقت الجميع بما فيهم الصين التي كانت الأولى في الانتشار الذي امتد لأكثر من شهرين ونصف شهر، لكن بعد ذلك صارت الولايات المتحدة هي الأولى وبفارق شاسع عن الصين (رووف، 2020).

أسباب الإصابة بفيروس كورونا المستجد كوفيد-19

فيروس كورونا (كوفيد -19) هو مرض حيواني المصدر. تنتقل الأمراض الحيوانية المنشأ بين الحيوانات والبشر، وتشكل الأمراض التي تنتقل من الحيوانات إلى البشر تهديدًا كبيرا لصحة الإنسان، وعندما تكون الأعراض خطيرة، فإن افتقارنا للتعرض المسبق يعني أن البشر ليس لديهم أجسام مضادة موجودة للدفاع عن أنفسهم ضد المرض، تشمل حالات تفشي الأمراض الحيوانية المنشأ الحديثة متلازمة الجهاز التنفسي الحادة الوخيمة أو السارس (2002)؛ أنفلونزا الطيور أو أنفلونزا الطيور (2004)؛ H1N1 أو أنفلونزا الخنازير (2009)؛ متلازمة الشرق الأوسط التنفسية أو MERS (2012)؛ إيبولا (2014-2015)؛ فيروس زيكا (2015-2016)؛ وفيروس غرب (2012) MERS متلازمة الشرق الأوسط التنفسية أو النيل (2019) (UN, 2020).

يعتقد العديد من خبراء الصحة أن السلالة الجديدة من فيروس كورونا قد نشأت على الأرجح في الخفافيش، وحدث أول انتقال إلى البشر داخل سوق المأكولات البحرية والحيوانات في مدينة ووهان داخل مقاطعة هوبي الصينية، حيث بدأ فيروس SARS-CoV-2 في الانتشار إلى البشر من خلال الاتصال الشخصي.

وبدأت الاخبار واولى حالات التقارير عن كوفيد-19 في أيلول/ ديسمبر 2019، انتشر عن فيروسات كورونا ومنها كانت تذكر أن سبب المرض أنواع معينة من الحيوانات مثل الأبقار والجمال، لكن الاعتقاد الذي ساد خلال تلك الفترة بأن الخفافيش هي التي نقلته إلى البشر (Aaron Kandola,

2020). فيما ذكرت إحدى الدراسات أن البنغولين آكل النمل المتقشر Pholidota قد يكون السبب في نقل الفيروس إلى البشر (Pholidota).

علاج الإصابة بفيروس كورونا المستجد كوفيد-19

لعل من أهم ما فاقم الصعوبة في تعامل العالم مع فيروس (كوفيد -19) الواسع والسريع التفشي هو العجز عن إيجاد علاج شاف للمرض، بالطبع فإن العمل على إيجاد علاج فعّال استمر منذ بدايات المرض، لكن هذا الاكتشاف تأخر كثيرا.

وفي هذا السياق وافقت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية على العقار المضاد للفيروسات Veklury (remdesivir) للبالغين وبعض مرضى من الأطفال المصابين بالفيروس والذين يحتاجون إلى دخول المستشفى، شريطة أن يقتصر استخدامه تحت الرعاية الطبية داخل المستشفى، كما أصدرت إدارة الغذاء والدواء EUAs (FDA) للعديد من علاجات الأجسام المضادة أحادية النسيلة للفيروس الخفيف أو المعتدل لدى البالغين والمرضى الأطفال الذين تزيد أعمارهم عن 12 عاما ويزنون أكثر من 40 كجم على الأقل، واستخدام الأجسام المضادة وحيدة النسيلة هي جزيئات مخبرية تعمل كأجسام مضادة بديلة لمساعدة جهاز المناعة في التعرف على الفيروس والاستجابة له بشكل أكثر فعالية، مما يزيد من صعوبة تكاثر الفيروس (2021، FDA, U.S. Food & DRUG ADMINISTRTION).

وفي بريطانيا اختبر علماء بريطانيون عقارا جديدا يمكن أن يمنع شخصا تعرض لفيروس كورونا من الاستمرار في الإصابة بمرض كوفيد -19، والذي يقول الخبراء إنه يمكن أن ينقذ العديد من الأرواح.

ورأي جمهور من العلماء أن العلاج بالأجسام المضادة يمنح مناعة فورية ضد المرض ويمكن إعطاؤه كعلاج طارئ للمرضى الداخلين إلى المستشفى للمساعدة في احتواء تفشي المرض، حيث يمكن حقن الأشخاص الذين يعيشون في المنازل، إضافة إلى إمكانية إعطاؤها لطلاب الجامعات الذين انتشر الفيروس بينهم بسرعة لأنهم يعيشون ويدرسون ويتواصلون مع بعضهم البعض، ويبقى البحث مستمرا لإيجاد علاج يساعد في محاربة هذا الفيروس (The guardian News, 2021).

أهم الأحداث الصحية في فيروس (كوفيد – 19)

تعرّف العالم للمرة الأولى على مرض (كوفيد –19) في آخر يوم من عام 2019، حينما أبلغت الصين منظمة الصحة العالمية عن "مرض تنفسي غامض مجهول المنشأ" ظهر في مدينة ووهان بمقاطعة هوبي، في البداية بدا الوضع على أنه وباء محلي ينتشر في الصين ومحيطها، إلا أنه سرعان ما تجاوز الحدود وتحول إلى جائحة تهدد الصحة العامة، وتنتشر سريعا في جميع أنحاء العالم، فمرَّ العالم بكثير من الأحداث والتداعيات التي خرجت عن كل التوقعات والتصورات، كما هو واضح في الجدول (1).

جدول رقم (1): أهم الأحداث التي رافقت انتشار فايروس (كوفيد – 19).

التاريخ	الحدث
31/ ديسمبر/ كانون الأول 2019	تم تسجيل أولى حالات الإصابة بفيروس كورونا المستجد المسبب لمرض (كوفيد–19).
1/ يناير/ كانون الثاني 2020	قامت منظمة الصحة العالمية بتكوين فريق دعم إدارة الحوادث على نطاق المستويات الثلاثة للمنظمة: المقر الرئيسي، المقار الإقليمية، المستوى القُطري، وذلك لوضع المنظمة على مسار طارئ للتصدي لانتشار المرض.
4 / يناير/ كانون الثاني 2020	نشرت منظمة الصحة العالمية على وسائل التواصل الاجتماعي خبر ظهور مجموعة حالات إصابة بالالتهاب الرئوي، دون تسجيل وفيات، في مدينة ووهان.
5/يناير/ كانون الثاني 2020	بثت الجمعية الطبية الصينية أول خبر عن الفيروس الجديد عبر صفحتها المسماة "أخبار عن تفشيات الأمراض" ويعد هذا الموقع موقعا تقنيا رئيسيا موجه للأوساط

التاريخ	الحدث
	الصحية العلمية والعامة، فضلا عن وسائل الإعلام العالمية. وتضمن المنشور تقييما للمخاطر، ومشورة منظمة الصحة العالمية، وأفاد بما أبلغت به الصين المنظمة عن حالة المرضى والاستجابة في مجال الصحة العمومية لمجموعة حالات الالتهاب الرئوي في ووهان.
10/يناير/ كانون الثاني 2020	أصدرت منظمة الصحة حزمة متكاملة من الإرشادات التقنية الإلكترونية تتضمن نصائح للبلدان بشأن كيفية اكتشاف الحالات المحتملة وفحصها التعامل العلاجي معها، وجاء ذلك استناداً إلى المعلومات التي كانت متاحة عن الفيروس في تلك المرحلة، وتم إرسال تلك الإرشادات إلى مديري الطوارئ بالمكاتب الإقليمية لتعميمها على ممثلي المنظمة في بلدان العالم. وكانت تشير البينات آنذاك إلى "انتقال معدوم أو محدود بين البشر"، وجاء ذلك بناء على الخبرات المكتسبة في تفشي متلازمة الالتهاب التنفسي الحاد "سارس Severe Acute Respiratory " Syndrome (SARS) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية "ميرس Middle " East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV) وأنماط الانتقال المعروفة للفيروسات التنفسية، حيث أصدرت المنظمة إرشادات بشأن الوقاية من العدوى ومكافحتها لحماية العاملين الصحيين، وتضمنت توصيات بأخذ الاحتياطات اللازمة للحماية من القطيرات والملامسة عند رعاية المرضى، وحثت على اتباع الاحتياطات اللازمة للحماية من الانتقال عبر الهواء في إجراءات الرعاية التي يتعرض خلالها العاملون الصحيون لرذاذ المرضى.
12/ يناير/ كانون الثاني 2020	نشرت الصين على المستوى العالمي التسلسل الجيني للفيروس المسبب لكوفيد-19، جاء هذا النشر للاستخدام في تطوير مجموعات تشخيصية محددة.
13/يناير/ كانون الثاني 2020	تسجيل تايلند لأول حالة إصابة بالمرض المستجد خارج الصين.
14/يناير/ كانون الثاني 2020	أشارت رئيسة الفريق التقني للاستجابة لدى منظمة الصحة العالمية، في تصريح إعلامي إلى احتمال حدوث انتقال محدود بين البشر لفيروس كورونا الجديد (في 41 حالة مؤكدة) بين أفراد الأسرة الواحدة بشكل أساسي، وإلى احتمال حدوث تفش أوسع نطاقا، وأشارت إلى أن الانتقال البشري لن يكون مستغربا في ضوء تجربتي سارس وميرس وغيرهما من العوامل المسببة للأمراض التنفسية.
14/يناير/ كانون الثاني 2020	أفادت وزارة الصحة والعمل والرفاهية في اليابان (MHLW) بأن حالة مستوردة لفيروس كورونا 2019-الجديد المؤكد مختبريا(2019-nCoV) تم تسجيلها.
20-21 يناير/كانون الثاني 2020	قام خبراء من منظمة الصحة العالمية في مكاتبها الإقليمية في الصين وغرب المحيط الهادي بزيارة ميدانية قصيرة إلى مدينة ووهان الصينية.

التاريخ	الحدث
22 / يناير/ كانون الثاني 2020	أكدت بعثة منظمة الصحة العالمية إلى الصين في بأن لها وجود أدلة على انتقال العدوى بين البشر في ووهان، مع الحاجة إلى إجراء المزيد من التحريات لفهم النطاق الكامل لنمط الانتقال.

التاريخ	الحدث
22–23 يناير/ كانون الثاني 2020	عقد المدير العام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس أدهانوم غيبريسوس اجتماعا للجنة الطوارئ المشكلة بموجب اللوائح الصحية الدولية (2005) لتقييم ما إذا كان التفشي يشكل حالة طارئة على الصحة العمومية تستحق القلق الدولي. ولم يتوصل الأعضاء المستقلون من شتى أنحاء العالم خلال الاجتماع إلى توافق في الآراء بناء على الأدلة والمعلومات التي كانت متاحة في تلك المرحلة، وطلبوا إعادة انعقاد اللجنة في غضون عشرة أيام بعد تلقي المزيد من المعلومات.
28 يناير/ كانون الثاني 2020	زار وفد رفيع المستوى من منظمة الصحة العالمية ترأسه مديرها العام بكين للقاء القيادات الصينية، والإحاطة بالمزيد من المعلومات عن الاستجابة الصينية، وعرض المساعدة التقنية. واتفق مدير المنظمة أثناء الزيارة مع القيادات الصينية على إيفاد فريق دولي من نخبة العلماء لزيارة البلاد في بعثة تهدف إلى تحقيق فهم أفضل للأوضاع وتبادل المعلومات والخبرات.
30 يناير/ كانون الثاني 2020	عقد المدير العام لمنظمة الصحة العالمية اجتماعاً ثانياً للجنة الطوارئ قبل انقضاء الأيام العشرة المقررة وبعد يومين فقط من صدور التقارير الأولى عن وجود انتقال محدود للعدوى من شخص لآخر خارج الصين. وقد توصلت اللجنة لتوافق بالآراء هذه المرة وأشارت على المدير العام بأن ظاهرة التفشي تشكل طارئة صحية عمومية تثير قلقا دوليا، ووافق المدير العام بدوره وافق على التوصية وأعلن أن تفشي فيروس كورونا المستجد–19 تشكل بالفعل أحد الطوارئ الصحية العمومية التي تثير قلقا دوليا. وهي المرة السادسة التي تعلن فيها المنظمة عن طوارئ كهذه منذ دخول اللوائح الصحية الدولية حيز النفاذ عام 2005.
11فبراير/ شباط 2020	أطلق اسم كوفيد–19 على المرض الذي يسببه فيروس كورونا، وذلك وفق تقرير للكاتب ديريك بريسون تايلور في نيويورك تايمز، واقترحت الصحة العالمية اسما رسميا للمرض الذي يسببه الفيروس Covid–19 وهو اختصار يشير إلى مرض فيروس كورونا 2019، وجاءت التسمية تلافيا للإشارة لأي من الأشخاص أو الأماكن أو الحيوانات المرتبطة بالفيروس التاجي، نظرا لهدف تجنب وصمة العار.
14 فبراير/شباط 2020	أعلنت فرنسا وقوع أول حالة وفاة بفيروس كوفيد–19 في قارة أوروبا.
26 / فبراير/ شباط 2020	تم الإعلان عن إصابة أول حالة بكوفيد–19 في أميركا اللاتينية، حيث ذكر مسؤولو الصحة البرازيليون أن رجلا من ساو باولو يبلغ 61 عاما عاد مؤخرا من رحلة عمل في إيطاليا، وقد ثبتت إصابته بالفايروس.

التاريخ	الحدث
29 فبراير/ شباط 2020	أبلغت الولايات المتحدة الأمريكية عن حالة وفاة، وأعلنت السلطات أن مريضا بالقرب من سياتل توفي بسبب فيروس كورونا، فيما اعتقد أنه أول حالة وفاة بالفيروس ذلك الوقت، على الرغم من وفاة شخصين في وقت سابق، رغم عدم اكتشاف تشخيص وفاتهما في كوفيد-19 إلا بعد أشهر.
11 مارس/ آذار 2020	أعلنت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا "كوفيد-19" يشكل "جائحة" انطلاقا من قلقها البالغ إزاء المستوى المفزع لتفشي المرض ووخامته، والمستوى المفزع أيضاً من التقاعس عن اتخاذ الإجراءات اللازمة.
18 مارس/ آذار 2020	أطلقت منظمة الصحة العالمية والشركاء "تجربة التضامن" وهي تجربة سريرية دولية تهدف إلى "توليد" بيانات ومعلومات موثوقة من مختلف أنحاء العالم للتوصل إلى الأدوية الأنجح في علاج كوفيد-19.
21 أبريل/ نيسان 2020	أعلن المسؤولون في مقاطعة سانتا كلارا بولاية كاليفورنيا الأميركية أن اثنين من السكان توفيا بسبب فيروس كوفيد-19 في 6 و17 فبراير/شباط، مما يجعلهما أول ضحايا الوباء المعروفين بالولايات المتحدة، وتم التوصل لهذه المعلومات من تشريح جثث المتوفيين.
30 أبريل/ نيسان 2020	أعلنت العديد من شركات الطيران الكبرى عن إرشادات جديدة للركاب والمضيفات بشأن ارتداء أقنعة الوجه، وقالت شركتا أميركان إيرلاينز ودلتا إيرلاينز إنهما ستطلبان من جميع الركاب والمضيفات ارتداء غطاء للوجه، وقد أصدرت مجموعة لوفتهانزا الألمانية بالإضافة إلى جت بلو وفرونتير إيرلاينز إعلانات مماثلة.
11 أغسطس/ آب 2020	أعلن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين أن بلاده وافقت على الاستخدام العام للقاح طوره معهد جماليا بموسكو يدعى "سبوتنيك في (Sputnik-V) "لعلاج فيروس كوفيد-19، وذلك قبل الانتهاء من تجارب المرحلة الثالثة التي عادة ما تسبق اعتماد اللقاح إيذانا باستخدامه.
15 أغسطس/ آب 2020	ذكرت تقارير سي أن أن.(CNN) أن روسيا بدأت إنتاج "سبوتنيك في".
23 أغسطس/ آب 2020	أصدرت إدارة الغذاء والدواء الأميركية ترخيصا طارئا لاستخدام بلازما النقاهة لعلاج كوفيد-19، وهو مستخرج من دماء الأشخاص الذين تعافوا من عدوى فيروس كوفيد-19.
21 نوفمبر/ تشرين الثاني 2020	منحت إدارة الغذاء الأميركية تصريحا طارئا للعلاج التجريبي بالأجسام المضادة، الذي صنعته شركة التكنولوجيا الحيوية ريغينيرون Regeneron ويتكون من مزيج من اثنين من الأجسام المضادة القوية.

التاريخ	الحدث
2 ديسمبر/ كانون الأول 2020	منحت بريطانيا تفويضا طارئا للقاح فيروس كوفيد-19 المطور "فايزر-بيونتك " (Pfizer-BioNTech) من شركة "فايزر" الأميركية وشريكتها "بيونتك" الألمانية
5 ديسمبر/ كانون الأول 2020	بدأت روسيا عمليات التلقيح ضد فيروس كوفيد-19.
8 ديسمبر/ كانون الأول 2020	بدأت المملكة المتحدة التطعيم ضد فيروس كوفيد-19.
11ديسمبر/ كانون الأول 2020	منحت إدارة الغذاء والدواء الأميركية لقاح شركة فايزر تصريحاً للاستخدام الطارئ.
14 ديسمبر/ كانون الأول 2020	بدأ التطعيم لكوفيد-19 في الولايات المتحدة، وأعلن المسؤولون عن تسليم الجرعات الأولى من لقاح فايزر المعتمد من إدارة الدواء إلى جميع الولايات الخمسين، ومقاطعة كولومبيا وبورتوريكو، وفقاً لتقرير ورد في سي أن أن.
18ديسمبر/ كانون الأول 2020	أذنت إدارة الدواء الأميركية بلقاح كوفيد-19 الذي صنعته شركة "مودرنا" (Moderna)للاستخدام الطارئ، مما سمح بشحن ملايين الجرعات الإضافية في جميع أنحاء البلاد.
19 ديسمبر/ كانون الأول 2020	أعلن "كريس ويتي" أكبر مسؤول طبي في إنجلترا أن هيئة الصحة العامة اكتشفت سلالة جديدة من كوفيد-19، وتأكد أنها تنتشر بسهولة أكبر من السلالة الأصلية للفيروس، حيث حذر في وقت لاحق علماء في دراسة من أن السلالة الجديدة التي تنتشر في بريطانيا هي بمعدل وسطي معدية بنسبة 56% أكثر من النسخة الأولى، وحضوا على توزيع اللقاح بشكل سريع للمساعدة على منع حدوث المزيد من الوفيات. ووفقا لدراسة نشرتها كلية لندن للصحة وطب المناطق المدارية، ونقلتها وكالة الصحافة الفرنسية، توقعت أن النوع المتحور من الفيروس الذي ظهر في جنوب شرق بريطانيا في نوفمبر/تشرين الثاني قد يزيد من الوفيات العام اللاحق، وكذلك من زيادة الحاجة لدخول المصابين للمستشفيات لتلقي العلاج. وقال الباحثون، الذين ركزوا على جنوب شرق بريطانيا ولندن، إنه لا يزال من غير المؤكد ما إذا كانت السلالة الجديدة مميتة أكثر أو أقل من سابقتها.

التاريخ	الحدث
30 ديسمبر/ كانون الأول 2020	أعلنت مختبرات سينوفارم الصينية أن أحد لقاحاتها ضد كوفيد-19 فعال بنسبة 79%، وقالت الشركة في بيان إن اللقاح الذي تعده مختبرات "سي إن بي جي" في بكين فعال بنسبة 79.43%، وفي ذات الوقت قالت الشركة البريطانية "أسترازينيكا" شريكة جامعة أكسفورد إن فاعلية لقاحها تبلغ 70% لكن يمكن أن يصل إلى 100% بجرعتين، كما أعطت وكالة الأدوية البريطانية الضوء الأخضر للقاح أسترازينيكا، وقال ناطق باسم وزارة الصحة "وافقت الحكومة على توصية وكالة تنظيم الأدوية والمنتجات الصحية، على السماح باستخدام لقاح جامعة أكسفورد-أسترازينيكا ضد فيروس كوفيد-19 المستجد".
31 ديسمبر/ كانون الأول 2020	أعلنت الصين أنها رخصت "بشروط" لتسويق لقاح سينوفارم لفيروس كوفيد-19، موضحة أن نحو خمسة ملايين شخص ينتمون إلى فئات معرضة سبق وحقنوا بلقاحات مختلفة منذ الصيف.

(أبو الرب،2020)، (مايوكلينك،2020)، (CNN,heath,2020) (BBC.NEWS,2020)

راي المختبر البيولوجي كمصدر للفيروس

تؤكد مصادر متعددة أن مختبر ووهان كان يجري دراسات واختبارات عن الفيروسات التاجية من فصيلتي RaTG13 و.RmYN0 هذا الأمر جعل الكثيرين يطورون نظريتين؛ الأولى تقول إن هذا الفيروس تم تطويره لصناعة سلاح بيولوجي. والثانية ترى أن خروج الفيروس عن المختبر هو حادث عرضي لا تحركه أي رغبة سياسية، لكن لجنة التحقيق التابعة لمنظمة الصحة العالمية والتي سبق لها أن زارت قسماً من المختبر نفت النظريتين، لكن أوساطا غربية على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية شككت في مصداقية ما خلصت إليه هذه اللجنة وذكرت أن اللجنة لم تباشر التحقيقات بحرية بالنظر -حسب قولها- للعقبات التي فرضتها الصين على لجنة منظمة الصحة العالمية، الأمر الذي منعها من الوصول إلى جميع البيانات اللازمة، ولهذا وبعد عودة اللجنة من الصين ارتأت

منظمة الصحة العالمية ضرورة في مواصلة التحقيق حول إمكانية تسرب الفيروس من المختبر الصيني (DW, 2021).

الرسائل الإعلامية

تُعدّ الرسالة الإعلامية قضية متعددة الاتجاهات والمجالات، غير أن أهم ما يميزها أنها ذات مضمون مُعَد سلفاً (المسفر، 2018). وتُنتشر أو تُذاع أو تُبث عبر وسائل الاتصال الجماهيري بقوالب وفنون صحفية معروفة مثل: الأخبار، التقارير، التعليقات، الآراء، برامج التسلية، الرياضة، المسلسلات والأفلام وغيرها (مراد، 2014، ص279).

كما تعتبر الرسالة الإعلامية من أهم العناصر الأساسية في العملية الإعلامية والصحافية، حيث يتم اظهار الجوانب المعرفية والسلوكية والوجدانية في تحقيق الأهداف التي تسعى إليها، ولا بد من معرفة النسب المحتملة للتأثيرات التي تحدثها الرسائل في محتوها الإعلامي، كما وتلعب طبيعة الرسائل الإعلامية دوراً كبيراً في التأثير الإدراكي من النواحي السهلة والسليمة (مهدي، 2020).

والرسائل الإعلامية كما عُرفت هي أساس استراتيجية الاتصال والتي يجب استخدامها في جميع أنشطة الاتصال، فالرسائل الرئيسية التي تمثل جوهر الهدف المراد توصيله ليست مناسبة لحفظها وتكرارها حرفيا، إذ أن الأساس فيها اعتبار أن الاتصال الناجح لا يتعلق بما يُقال أو يُرسل، وإنما يدور حول ما يُدركه المستلم وماذا يفعل به، وتتحقق الطرق الشائعة لتوصيل الرسائل الرئيسية للجمهور في الاتصال الكتابي والمرئي واللفظي وغير اللفظي، بالإضافة إلى مجموعات مختلفة من هذه الوسائل إذا كان ذلك مناسباً، وتحتاج الرسائل إلى التخطيط والإعداد بعناية حتى تكون قوية وقابلة للتطبيق على نطاق واسع لأغراض معينة "(CUTTINGEDGE).

أنواع الرسائل الإعلامية (slide player):

- رسائل مخصّصة للجمهور: وهي التي توجه إلى فئات خاصة، مثل: المرأة والطفل والعمال والفلاحين والشباب.
- رسائل مخصّصة للموضوع: وهي التي تناقش موضوعات محددة كالموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية وغيرها.

عناصر الرسالة الإعلامية (الموسى، 2009 ص128,127):

- الرموز: وهي إما لفظية مثل اللغة أو غير لفظية كالحركات أو النبرات أو الرسوم وتعد اللغة نظاما من الرموز المكتوبة أو المحكية مثلها مثل الرسوم والموسيقى.
- المضمون: وهو الأفكار والمعلومات التي يضعها المرسل في رسالته للتعبير عن مقاصده.
- الأسلوب: وهو الطريقة التي يتبعها المرسل في إعداد وتقديم رسالته.

الأُسس الواجب مراعاتها عند معاملة الرسالة الإعلامية (الفولي، 2015):

- أن يكون مضمون الرسالة محدداً وواضحاً وغير معقد.
- ارتباط مضمون الرسالة بحاجات ومشكلات واهتمامات الجمهور.
- اتفاق الرسالة مع القدرات العقلية والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية والتعليمية لكل من المرسل، والمستقبل.
- اختيار أنسب وأفضل طريقة لمعاملة أو معالجة الرسالة الإعلامية، والتي تتفق مع طبيعة الرسالة وخصائص الجمهور المستقبل، حتى يمكن فهمها بسهولة ويسر.
- اختيار أفضل الوسائل الإعلامية للاتصال بالجمهور والتي يمكن عن طريقها تحقيق أقصى فعالية لوصول الهدف منها للمتلقي.

صياغة الرسالة الإعلامية

تعتمد الدراسة الحالية على منهجية تحليل المحتوى الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية منذ بداية انتشار المرض في كوفيد-19 وحتى إعلانه جائحة عالمية، وذلك من خلال دراسة السياق الاتصالي للمضمون الإعلامي للمنظمة داخل صفحاتها في الفيسبوك وتوتير وتحديد الأيديولوجية التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم لوباء فيروس كورونا.

وتمثل صياغة الرسالة الإعلامية عاملاً من العوامل التي تسهم في تأثير الرسالة الإعلامية في الجمهور، فصياغة رسالة تخاطب العقل والفكر والخيال تكون أفكارها مرتبة بطريقة منظمة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للواقع والأحداث، وعرضها بطريقة جذابة ومؤثرة، يزيد من تأثيرها على المتلقي، ونقيض ذلك يحدث في حالة الرسائل الإعلامية ذات الصياغة الرديئة، فيضعف تأثيرها (لوماشي ومحمدي، 2009).

وغالباً ما تكون الرسائل الإعلامية مؤطرة من الناحية المفاهيمية حيث المفاهيم الإعلامية التي تعمل على بناء الرسائل بوساطة التمثيل للواقع الحالي إلى الجمهور المستهدف، وتختلف لغة التمثيل مع كل وسيط في الرموز والعناصر والاتفاقيات والتقنيات، إذ يتم التلاعب بالرسائل الإعلامية وتصميمها وتنظيمها بشكل احترافي مع قرارات مختلفة بشأن إدراج الرسائل واستثناءاتها من أجل نقل فكرة معينة إلى الجمهور المستهدف دون الكشف عن عمليات إنتاج الرسائل.

يمكن أن يكون معنى الرسالة الإعلامية مباشراً ومبنياً على مستوى يسهل التعرف عليه من قبل الجمهور (رسالة واضحة)، أو رسائل مبنية على معان غير مباشرة ويتم بناؤها للهروب من الإشعار الفوري للجمهور (رسالة كامنة)، أو رسائل تعزيزيه لإعطاء المزيد من التنوير والتعرض بمرور الوقت (رسالة تراكمية).

ويكون تفسير الرسائل الإعلامية بشكل مختلف على الرغم من أن الرسائل الإعلامية الروتينية تستهدف عادة الجمهور باستجابة محددة مقصودة من المنتجين بشكل عام، إلا أن مستخدمي وسائل الإعلام قد يقدمون تفسيرهم الشخصي للرسالة تحسباً لبعض الأهمية المستحقة لخلفيتهم وبالتالي تعكس عناصر الثقافة الإعلامية، وبالتالي فإنه من الواضح أن الاختلافات في العِرق والعُمر والجنس والتعليم والتنشئة الثقافية تولد آراء وتفسيرات مختلفة، إذ يعتمد التفسير المقدم ما إذا كان الجمهور يأخذ الرسالة في ظاهرها أو إذا كان يخضع لتحليل نقدي (Ifechukwu, Ekene, 2018).

إنشاء الرسائل الإعلامية

تستند الدراسة في إطارها النظري والمنهجي على نظرية تحليل الأطر الإعلامية لمنظمة الصحة العالمية والتي تسمح بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية بكوفيد-19 عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير خلال مدة زمنية معينة، حيث تم إنشاء نصوص الوسائط بشكل مؤكد تماماً كما تم إنشاء المباني والطرق السريعة المفتاح وراء هذا المفهوم هو معرفة من قام ببناء الرسالة، وما هي المواد والأثر.

ويتم إنشاء الرسائل الإعلامية باستخدام لغة إبداعية لها قواعدها الخاصة. وكل شكل من أشكال الاتصال له لغته الإبداعية فالموسيقى المخيفة تزيد من الخوف، ولقطات الكاميرا المقربة تنقل الحميمية، والعناوين الكبيرة تشير إلى الأهمية، مثلما تؤدي القواعد النحوية وبناء الجملة والاستعارة اللغوية دورا في طبيعة فهم وإدراك الجمهور للرسائل الموجه لهم، وبدوره يلعب الجمهور دورا مهما في تفسير الرسائل الإعلامية لأن كل فرد من أفراد الجمهور لديه مجموعة فريدة من تجارب الحياة مع الاختلافات في العُمر والجنس والتعليم والتنشئة الثقافية التي تولد تفسيرات فريدة للرسالة.

إضافة إلى كل ذلك تحتوي الوسائط على قيم ووجهات نظر مضمنة، و كون بناء الرسائل الإعلامية يحمل نصاً فرعياً معد سلفاً لفئة معينة ويتم اختيار تلك الفئة حسب عمرها أو جنسها أو عِرقها وتم تطوير الكثير من وسائل الإعلام في العالم كمؤسسات لكسب المال تصدر صحف ومجلات صفحاتها مليئة بالإعلانات التي تحتل المساحة الأكبر وما تبقى مكرسة للأخبار، ومثلما اعتبرت الإعلانات التجارية جزءًا لا يتجزأ من معظم مشاهدة التلفزيون، أصبح الآن الإنترنت منصّة دولية يمكن من خلالها اقناع المجموعات أو الأفراد بالمفاهيم الأساسية وراء كل رسالة إعلامية (YL, Young African Leaders,2014).

الرسائل المتعلقة بفيروس (كوفيد – 19) على منصات التواصل الاجتماعي

منذ بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام (2019) وثم انتقاله لدول أخرى، بدا واضحاً على العديد من منصات التواصل الاجتماعي، أنّ هناك ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروّج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات، وكان لافتاً كيف تحرك موقع توتير، الأكثر تداولاً في العديد من الدول العربية، ليعلن حظر "المحتوى المضلل" حول الوباء وليقول إنه سيزيل أي محتوى يروّج لمزاعم غير محددّة ومضللة بشأن فيروس كورونا (BBC, 2020).

ففي 15 شباط/ فبراير 2020، أثار المدير العام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس أدهانوم غيبريسوس القلق من أن الوباء كان مصحوباً بوباء إعلامي (Munich Security Conference, 2020).

وكان المقصود بالوباء المعلوماتي هو نشر المعلومات التي يكون بعضها دقيقاً والبعض الآخر ليس كذلك، فيتم نشر معلومات مغلوطة تنتشر بين الناس على غِرار ما يحدث مع الوباء، إذ ينتشر بين البشر عبر أنظمة المعلومات الرقمية والفيزيائية، فيصبح من الصعب على الأشخاص العثور

على مصادر موثوقة وإرشادات صحيحة عندما يحتاجون إليها أثناء الأوبئة لتعديل سلوكهم وحماية أنفسهم وأسرهم ومجتمعاتهم من العدوى، ولا يمكن القضاء على وباء المعلومات، ولكن يمكن إدارته حيث تصبح إدارة وباء المعلومات أكثر صعوبة مع وسائل التواصل الاجتماعي والانتشار السريع للمعلومات، وعلى غرار الأوبئة تنتشر المعلومات بشكل أكبر وأسرع، عبر الوسائط الرقمية والاجتماعية وتطبيقات الدردشة والتلفزيون والراديو وقنوات الاتصال الأخرى.

(Weekly Epidemiological Record, 2020)

ولوحظ بشكل جَلي أن المنصات الإعلامية الصينية الصادرة باللغة العربية كان لها دوراً رئيسياً في نشر رسائلها الإعلامية حول الوباء إلى الجماهير الخليجية والعربية على نطاق واسع (السديري، 2020).

ولم تتوقف مواقع التواصل الاجتماعي عن الترويج ونشر نظريات المؤامرة حول كورونا ووصفه على أنه سلاح بيولوجي، في حين شكّك آخرون بالفايروس والمرض من الأساس واعتبروا ذلك مجرد خدعة، واعتمد الترويج لذلك على مواقع غير موثوقة، لكن ما أجّج الموضوع وجعله قابل للتصديق عند الكثيرين هو تصريحات لسياسيين وتبادل الاتهامات بينهم في إطار حروب سياسية وإعلامية (DW, 2020).

وحظي انتشار فيروس كورونا في العالم حيزاً كبيراً من اهتمامات الصحف العربية، وقد تناول عدد من كتاب الرأي هذه القضية، ولا سيما انتشار الفيروس القاتل في المحيط الإقليمي، وتزامن هذا مع بدايات لظهور حالات إصابة بالفيروس في عدد من البلدان العربية لأول مرة، ومنها عُمان، والكويت، والبحرين، ولبنان (BBC, 2020).

ومن بين أكثر مقاطع الفيديو انتشاراً على مواقع التواصل الاجتماعي، واحدٌ يحمل اسم "الجائحة" ويحتوي على مقابلة مع جودي ميكوفيتس، وهي باحثة سابقة في علم الفيروسات، تدّعي فيه أن جائحة كورونا "خدعة كبرى، من أجل الاستفادة من أرباح بيع اللقاحات مستقبلاً.

(عربية sky news، 2020)

ومن الجدير بالاهتمام إن ما قام به عدد من قراصنة الانترنت، حيث عمدوا إلى استغلال انتشار المرض وخوف الناس منه، وضبابية الوضع فقاموا بإنشاء مواقع ويب مزيّفة تعتمد على المواقع الإلكترونية الحكومية، التي تقوم بنشر المعلومات عن فيروس كورونا، أو تقديم المشورة والمساعدة في حالات الإصابة، وما أن يقوم المتصفح بتصفح الموقع وبمجرد الضغط على المفاتيح يتعرض حاسوبه للاختراق من قبل هؤلاء (الجزيرة، 2020).

ومن جانب آخر فقد لوحظ على الرسائل الرسمية المتعلقة بكوفيد-19 والتوصيات الصحية المتعلقة في التعامل والوقاية من هذا الفيروس نوع من عدم الثبات الذي كان يصل في بعض الأحيان إلى حد التناقض في المعلومات والإرشادات والتدابير المطلوبة من المواطن، فكان مضمون الرسائل دائم التغيير، إذ انعكس تطور المعرفة في المرض وفهم المختصين له إلى تغيير محتوى وتوجيهات الرسائل الإعلامية الخاصة فيه، وكانت بالتالي رسائل التوعية تحاول اللحاق بهذه التطورات، وتسعى لأن تتسم بالوضوح والسلاسة والموضوعية، وقد أسفر هذا الوضع إضافة إلى انتشار وسائل الإعلام المستقلة وغير المنتظمة في تعزيز الشك لدى الجمهور، ففقد جزءًا كبيراً من الجمهور الثقة بالعلوم وبمصادر الإعلام الرسمية، الأمر الذي ساهم في إيجاد بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والمعلومات المثيرة للجدل (منصور، 2021).

رسائل خرجت عن التوعية بكوفيد-19 وأخذت مجرى آخر

تتمحور مشكلة الدراسة مضامين رسائل منظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) تأثرا بأطر غير صحية ومن خلال انتشار فيروس كورونا في العالم، انتشرت أيضاً على مواقع التواصل الاجتماعي فيديوهات "نظريات المؤامرة"، المتعلقة بتفشي الوباء، مما دفع "فيسبوك" و"يوتيوب" إلى حذف العديد منها، إلا أن الخطوة جاءت بعد أن حققت ملايين المشاهدات.

كانت بداية عام 2020 غنيّة بالأحداث غير المتوقعة في الاقتصاد العالمي والسياسة، إذ أصبح تفشي عدوى الفيروس التاجي ملحوظاً، فانتشار المرض من الصين إلى العديد من الدول الآسيوية والغربية ساهم في ظهور واضحٍ لعدد من السمات المميزة لسياسات الدول الخارجية والداخلية، وكشف العديد من الأمراض الاجتماعية القديمة، وأدى إلى تفاقم التناقضات القديمة والجديدة نسبياً، إذ نما شعور القلق بسرعة في ذهن الجمهور، وامتلأت صفحات وسائل الإعلام والإصدارات العلمية بالتنبؤات بأنواع مختلفة من الأزمات، المستمرة والمتوقعة، فأصبح من الشائع الاعتراف بعدم كفاية الآليات الحالية لإدارة الاقتصاد والعلاقات الدولية على المستويات العالمية والإقليمية والقطرية، وتعرض العديد من القادة السياسيين لانتقادات مستحقة وغير مستحقة.

.(A. I. Salitskii & E. A. Salitskaya, 2020)

الموقف الأمريكي من منظمة الصحة العالمية المنبثق عن الجائحة

بدأت الولايات المتحدة ممثلة برئيسها آنذاك دونالد ترامب بتوجيه اللوم إلى منظمة الصحة العالمية بأنها لم تحذّر دول العالم إلا في نهاية يناير/كانون الثاني، حين أعلنت حالة طوارئ لا بد منها لمواجهة الفيروس، بعد اكتشاف حوالي مائة إصابة خارج الصين، ولكنها لم تعلن أنها جائحة في الوقت المناسب.

وتزايدت هذه الاتهامات حتى وصلت إلى اتهام المنظمة بالانحياز المطلق إلى الصين، الأمر الذي لم يعطِ لدول العالم الفرصة في أخذ الاحتياطات والتدابير اللازمة في الوقت المناسب، مما ساهم بالانتشار السريع للمرض والتسبب بفقدان القدرة على السيطرة عليه بالوقت المناسب، حيث أوضح ترامب في منتصف مايو 2020، خلال رسالة وجهها إلى منظمة الصحة العالمية أن المنظمة تجاهلت تقارير عن انتشار فيروس كورونا المستجد في ووهان ديسمبر 2019، وأضاف أن منظمة الصحة العالمية نشرت معلومات مضللة عن فيروس كورونا خاصة أنه لا ينتقل بين البشر، وأكد أن المنظمة فشلت في دعوة الصين علانية لفتح تحقيق مستقل بشأن مصدر فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، وأوضح أن الرئيس الصيني شي جين بينغ، ضغط على منظمة الصحة العالمية لتقول إن فيروس كورونا المستجد لا يشكل خطراً على الصحة في العالم، كما وجه الاتهام للمنظمة بعدم إصدارها تحذيراً مبكراً بما فيه الكفاية بشأن الفيروس القاتل وبالانقياد بصورة عمياء خلف الصين (سكاي نيوز، 2020).

وفي خطاب آخر قال ترامب: "إن منظمة الصحة العالمية أخطأت الحكم على تفشي فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)"، وأضاف " أن المنظمة قللت من شأن التهديد الذي شكله الفيروس حول العالم"، وأشار في هذا السياق أن بلاده قدّمت 452 مليون دولار لمنظمة الصحة العالمية في عام 2019، وقارن هذا المبلغ بما تقدمه الصين للمنظمة فقال إن ما قدّمته بلاده للمنظمة أكبر بعشرة أضعاف من التمويل الذي قدّمته الصين للمنظمة والبالغ أربعين مليون دولار، ويأتي هذا القول في خضم غضبه مما أسماه تبعية ومحاباة المنظمة للصين (الأناضول، 2020).

ووصل الأمر بالرئيس ترامب، بأنه أعلن تعليق المساهمة المالية التي تقدمها الولايات المتحدة إلى منظمة الصحة العالمية، بسبب "سوء إدارة" المنظمة، التابعة للأمم المتحدة، لأزمة تفشي فيروس

كورونا المستجد، إذ قال حينها: "إنني اليوم أأمر بتعليق تمويل منظمة الصحة العالمية كما نعكف على مراجعة لتقييم دور المنظمة في سوء الإدارة الشديد والتعتيم على تفشي فيروس كورونا. وإن العالم تلقى الكثير من المعلومات الخاطئة حول انتقال العدوى والوفيات الناجمة عن الوباء." (BBC, 2020).

رد منظمة الصحة العالمية على الموقف الأمريكي منها المنبثق عن الجائحة

بدأ المدير العام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس أدهانوم غيبريسوس الرد على اتهامات الولايات المتحدة الأمريكية للمنظمة بطريقة طغى عليها في البداية الأسلوب الدبلوماسي غير المباشر في الرد، لكن ومع استمرار وزيادة وتيرة الانتقادات الأمريكية للمنظمة تغيرت لهجة المنظمة وباتت تصريحاتها أكثر تحديداً ووضوحاً، وهذا يبدو جلياً بمراجعة سريعة لتلك التصريحات.

ففي بدايات الانتقادات الأمريكية دعا المدير العام للمنظمة إلى الوحدة ووقف تسييس الأزمة الصحية العالمية، وحثَّ على وجه التحديد الصين والولايات المتحدة على إظهار ما أسماه بالقيادة الصادقة في التصدي للجائحة.

بعد ذلك قال السيد تيدروس إنه يتوقع استمرار التمويل الأمريكي بدعم تقليدي من الحزبين، وعلى بكين وواشنطن أن تحذوا حذو ما فعله الاتحاد السوفيتي السابق والولايات المتحدة في عام 1967 عندما أطلقوا حملة عالمية مدتها عشرة سنوات للقضاء على مرض الجدري، وهو مرض قتل مليوني شخص سنوياً (THEHINDU, 2020).

بعدها زادت وتيرة التحديد والوضوح في خطاب منظمة الصحة العالمية خلال ردها على الاتهامات الموجهة لها من قبل الولايات المتحدة فتحدث مدير المنظمة عن "أسفه لقرار الرئيس الأميركي دونالد ترامب وقف تمويل بلاده للمنظمة، مؤكدا أنها ستعمل مع شركائها لسد النقص." (عربية sky news، 2020).

وردت منظمة الصحة العالمية على الاتهامات المتعلقة بتسرب فيروس كورونا (كوفيد-19) من مختبر في مدينة ووهان الصينية (مهد الوباء) بأنها فرضية مستبعدة، وأعلن خبراء المنظمة المكلفين بالبحث في منشأ الفيروس، أنهم لم يتمكنوا من الكشف عن أصله، كما أنهم لم يتمكنوا من تحديد طريقة انتقاله إلى الإنسان، مشيرين إلى أن ذلك يحتاج إلى مزيد من الدراسات والأبحاث (بترا، وكالة الأنباء الأردنية، 2021).

ومن الأمور التي توضّح الضغط الذي مورس على منظمة الصحة العالمية من الولايات المتحدة والدول الغربية بشكل عام، حادثة استقالة أحد علماء المنظمة (فرانشيسكو زامبون) الذي كان يعمل في مقرها بإيطاليا، بعد ان تحدث عن تعامل إيطاليا مع أزمة كوفيد، وجاء قرار استقالته بعد أن أكد أنه تعرض لضغوط من مسؤول كبير في منظمة الصحة العالمية لإخفاء حقيقة أن إيطاليا لم تقم بتحديث خطتها لمكافحة الوباء منذ عام 2006، فبعد أن نشر تقريراً عن تعامل إيطاليا مع الأزمة على موقع منظمة الصحة العالمية على الإنترنت في 13 مايو2021، تمت إزالة التقرير بعد يوم واحد، بناء على طلب مساعد المدير العام لمنظمة الصحة العالمية للمبادرات الاستراتيجية رانييري جويرا (The guardian News, 2021).

الموقف الأمريكي من الصين فيما يتعلق بالجائحة

لم يقتصر توجيه اللوم والاتهامات من قبل الولايات المتحدة الأمريكية في شأن (كوفيد -19) على منظمة الصحة العالمية فقط، بل ترافقت الاتهامات الأمريكية الموجهة إلى منظمة الصحة العالمية باتهامات قد تكون أكثر حدة نحو الصين، فتم لوم الصين واتهامها بأنها لم تحذّر الجمهور من جائحة محتملة واستمرت بالسكوت لمدة ستة أيام رئيسية الأمر الذي منع احتواء الوضع في بداياته، وهذا التأخير الذي حددته الولايات المتحدة من 14 كانون الثاني إلى 20 كانون الثاني 2020 لم يكن على حد قولها الخطأ الأول الذي ارتكبه المسؤولون الصينيون على جميع المستويات في مواجهة تفشي المرض.

حيث جاء تحذير الرئيس الصيني شي جين بينغ الجمهور في العشرين كانون الثاني اليوم وهو اليوم السابع من تفشي المرض، فأصيب خلال تلك الفترة أكثر من ثلاثة ألاف شخص وسط صمت مطبق عام، واستندت هذه الاتهامات على وثائق داخلية حصلت عليها وكالة أسوشيتيد برس وتقديرات لخبراء في هذا المجال (CNBC, 2020).

ولم تقف الأمور إلى ذلك الحد، بل تصاعدت حدة اتهامات ترامب للصين حين صرّح بأنه اطلع على أدلة تشير إلى أن الفيروس المسبب للمرض مصدره أحد المختبرات الصينية في ووهان، وحمل الصين مسؤولية انتشار الوباء، إذ قال: "نحن بلا شك نحمل الصين كامل المسؤولية عن إخفاء ظهور الفيروس وانتشاره في كل أنحاء العالم"، وأضاف قاصدا الصين: "كان بإمكانهم وقفه، كان يجب عليهم وقفه، وهذا الأمر كان سهلا جداً القيام به في المصدر الذي حصل فيه ذلك"، حتى وصل الأمر بالرئيس ترامب أن يطلق خلال أحادثه العامة وخطاباته باسم "الفيروس الصيني" كلما تحدث عن فيروس (كوفيد -19) (آر تي، 2020).

ووصل الأمر في الرئيس ترامب أنه لوح في مطالبة الصين بتعويضات بسبب تقصيرها، فذكر بأنه قد يسعى للحصول على تعويضات من الصين جراء وباء كوفيد-19، مشيرا إلى وجود وسائل عديدة لمحاسبتها لأنه يرى أنه كان من الممكن وقف (الفيروس) في مصدره لو تصرفت الصين بشكل صحيح.

ويذكر أنه وإلى جانب الولايات المتحدة الأمريكية طالبت استراليا بالضغط لفتح تحقيق مستقل بشأن أساس تفشي الفيروس (وكالة الأنباء الفرنسية، 2020).

رد الصين على الاتهامات المتعلقة بالجائحة

بالطبع لم تقف الصين صامتة أمام موجة الاتهامات الغربية والأمريكية الموجّه لها، فقال المتحدث باسم وزارة الخارجية الصينية، تشاو ليجيان، إنه "من غير المحتمل أن يكون الفيروس قد جاء من مختبر في ووهان، مشيرًا إلى نتائج تقرير مارس من قبل بعثة منظمة الصحة العالمية وأضاف إن أحد أهداف الولايات المتحدة هو استخدام الوباء لمتابعة الوصم والتلاعب السياسي. إنهم لا يحترمون العِلم، وغير مسؤولين عن حياة الناس، ويؤيدون إلى نتائج عكسية على الجهود العالمية المتضافرة لمكافحة الفيروس (The guardian, 2021).

ولم تقف الأمور عند هذا الحد، بل اتهمت الصين السياسيين الأمريكيين "بالتفوّه بأكاذيب مكشوفة" في رد غاضب على الانتقادات الدولية لطريقة تعاطيها مع وباء كوفيد-19، إلى أن الولايات المتحدة تهاجمها لصرف الأنظار عن طريقة تعاطي واشنطن مع تفشي الوباء على أراضيها، واتهم متحدث باسم وزارة الخارجية الصينية السياسيين الأمريكيين على حد قوله بالتفوّه بأكاذيب مكشوفة وبتجاهل مشكلاتهم الخطيرة، خلال إيجاز صحفي دوري وقال أن لدى الأمريكيين هدف واحد هو التهرب من مسؤوليتهم عن إجراءات الوقاية والسيطرة الرديئة حيال الوباء التي اتخذوها وصرف أنظار

العامة عن الأمر، وأن الأجدى بالمسؤولين الأمريكيين التفكير في مشكلاتهم وإيجاد طريقة لاحتواء تفشّي الفيروس في أسرع ما يمكن.

أما عن مشاركة استراليا في المطالبة بالضغط على الصين لفتح تحقيق مستقل بشأن أساس تفشي الفيروس، جاء الرد الصيني على ذلك عبر سفيرها في أستراليا تشينغ جينغيي الذي حذّر بلهجة تهديد واضحة من أن الضغط لفتح تحقيق مستقل هو أمر خطير وقد يدفع الصينيين للتوقف عن شراء الأغذية الأسترالية أو الحضور للجامعات الأسترالية (وكالة الأنباء الفرنسية، 2020).

شبكات التواصل الاجتماعي

مع تفشّي جائحة كورونا ازداد التركيز على شبكات التواصل وباتت المعلومات التي ترسلها منظمة الصحة العالمية اشبه بدستور يطبقه الجميع، بل تم التعامل حتى مع الآراء التي كانت تنشرها على منصات فيسبوك وتوتير وغيرهم على أنها حقائق علمية أخذ بها معظم الناس.

تعتبر الشبكة الاجتماعية Web2.0 هي التطور الطبيعي لشبكة الإنترنت، حيث أن شبكة الإنترنت في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك، ولكن بتطور التكنولوجيا تطورت شبكة الإنترنت، بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى أنه يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك، وبالتالي خلق هذا التطور نوعا من التفاعلية والمشاركة الاجتماعية الإلكترونية والتي مكنت من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت (جرّار، 2012).

ومواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في الإنشاء أو الإضافة إلى صفحاتها بسهولة، وفيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة ويتم تبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم، ويمكن القول

عن مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مواقع تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل فيما بينهم وذلك من خلال التواصل وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات في مختلف المجالات على الشبكة بحيث يتم إدراجها بسهولة (قرة وحامدي، 2019).

ويمكن تعريفها بأنها تتكون من جماعة من الأفراد أو الفِرق أو المنظمات تربطها التفاعلات الاجتماعية، فهي مواقع الانترنت التواصلية التي تقسم ملفات الأفراد المتواصلين (قادري، 2019) .(WWW.Oseox.Fr)

وبالتالي فإن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الانترنت والتي تعتمد بالأساس تقنيات الويب 2 والتي تسمح بأنشاء المستخدمين لحسابات شخصية وتبادل المحتوى النصي أو الصور ومقاطع الفيديو، وقد أصبحت المؤسسات والمنظمات والوزارات تعتمد عليها بشكل كبير في التواصل اليومي مع الجماهير (الشمري، 2017)، أي أن لها خاصية تكوين مجتمعات إلكترونية كبيرة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شانها تقوية التواصل والتفاعل بين مستخدمي الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل الصداقة والتعارف والمراسلة والمحادثة الفورية (الكرخي، 2017، ص77).

وتعرّف بأنها عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وما إلى ذلك، ومن الأمثلة على هذه الشبكات: موقع الفيس بوك، توتير، ماي سيبس، يوتيوب، والشبكة الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي يمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشا من اجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة (الدبيسي والطاهات، 2013).

ويأتي مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ليكون مفهوما مثيرا للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرا على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة (الدليمي،2020).

ويمكن القول أن الشبكات الاجتماعية عبارة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المستندة إلى الإنترنت للبقاء على اتصال مع الأصدقاء أو العائلة أو الزملاء أو العملاء، ويمكن أن يكون للشبكات الاجتماعية غرض اجتماعي أو غرض تجاري أو كليهما، من خلال مواقع مثل: Facebook وTwitter وLinkedIn وInstagram إذ أصبحت الشبكات الاجتماعية قاعدة مهمة للمسوقين الذين يسعون إلى إشراك العملاء، وعلى الرغم من المنافسة الشديدة، لا يزال Facebook هو أكبر الشبكات الاجتماعية وأكثرها شعبية، حيث بلغ عدد المشتركين النشطين في 31 ديسمبر 2020 على الفيسبوك (2.8) مليار مشترك (Kenton, 2021).

أهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام

توفر الصفحات الشخصية التي ينشئها الأشخاص إمكانية التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية، وأيضا التعرف على الأصدقاء لغرض معين أو صداقة، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمّى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، وتقدّم لمستخدميها خاصية المشاركة والانفتاح أيضاً عبر الشبكات الاجتماعية لتشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين وبين وسائل الإعلام وتقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات إضافة إلى إنشاء الصفحات على موقع الفيسبوك، واستخدمها تجارياً بطريقة فعالة (جرّار، 2012، ص40-43).

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها تتيح خاصية المحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة، كما وتتيح لمستخدميها إنشاء البومات الصور ويمكن رفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها، وكذلك إنشاء مجموعات بنفس الاهتمام وبمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لصاحب المجموعة والمنضمين إليها ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر (مغزيلي، 2018).

موقع الفيسبوك

هو الموقع الأشهر على الإطلاق، يسمح بنشر الصور والآراء، ومراسلة الأصدقاء، وقد اقتصر هذا الموقع في بدايته على طلاب جامعة "هارفرد" الأميركية، حيث كان مارك زوكربيرج، مبتكر "فيسبوك"، طالبا فيها، ثم سُرعان ما انتشر هذا الموقع في العالم كله (صحيفة النهار، 2016).

وموقع الفيسبوك مفتوح الآن لأي شخص يبلغ من العمر ثلاثة عشر عاماً أو أكبر، ويمكن لمستخدميه إنشاء وتخصيص ملفات التعريف الخاصة بهم بالصور ومقاطع الفيديو والمعلومات عن أنفسهم، ويمكن للأصدقاء تصفّح الملفات الشخصية للأصدقاء الآخرين وكتابة الرسائل على صفحاتهم (مقالات، 2019).

وعلى الرغم من أن انطلاق الفيس بوك في فبراير 2004، إلا أنه لم يسمح للجمهور باستخدامه إلا في 26 أيلول/سبتمبر عام 2006، حيث فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقاً أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والإنترنت (جرّار، 2012).

وقد وصل عدد المستخدمين النشطين فيه بحلول عام 2012 إلى ما يقارب مليار مستخدِم، إلا أنه ارتفع في عام 2018 إلى 2.27 مليار مُستخدِم شهريا (مروان، 2019)، ووصل في 2020 إلى (2.8) مليار مشترك (Kenton, 2021).

ويمكن تفسير أهمية الفيسبوك بسهولة التواصل المجاني مع الآخرين في أي وقت وأي مكان، إضافة إلى طرق التواصل، إذ يُعد هذا الأمر من أهم خصائص الموقع التي ساعدته على الانتشار والشهرة الكبيرة الذي حققها في سنوات قليلة، كما يوفر الفيس بوك إمكانية إنشاء المجموعات التعليمية والصفحات ومشاركة الفيديوهات والصور الخاصة بالشخص مع الآخرين. ويوفر إمكانية الرد والإعجاب على منشورات الآخرين مما يسهل على المشترك التواصل والتفاعل مع الآخرين. كل ذلك إضافة إلى استخدامه في تطوير الشركات وبناء العلامات التجارية من خلال إنشاء الحملات الإعلانية المدفوعة (موقع محيط، 2021).

موقع تويتر

هو موقع للتواصل الاجتماعي تم إنشاؤه بواسطة Jack Dorsey وNoah Glass و Evan Williams و.Biz Stone يسمح تويتر لأي شخص بنشر رسالة قصيرة من 280 حرفا حول أي شيء عبر الإنترنت أو التطبيق أو على هواتفهم، ويسمح للمستخدمين أن ينشروا ما يفعلونه أو يفكرون فيه كنشر صور لأنفسهم أو أخبار حول الأحداث الجارية (computer hope, 2020).

وهو ثاني أشهر موقع للتواصل الاجتماعي عالمياً، يسمح لمستخدميه بكتابة "التغريدات" وقراءتها، إلا أن هذه التغريدات محدّدة بحد أعلى لعدد الأحرف، ويضم توتير عدداً كبيراً من المشاهير والسياسيين الذين يستخدمونه لإبقاء متابعيهم على علمٍ بآخر أخبارهم ونشاطاتهم، هذا الموقع مسؤول عن إطلاق الهاشتاغ (#) وهو رمز للكلمات الأكثر تداولاً، وقبل "تويتر" كان استخدام الهاشتاغ

مقتصراً على الأرقام في الهواتف (صحيفة النهار، 2016)، وقد ضمّ تويتر عام 2020، ما مجموعه 1.3 مليار حساب، في حين بلغ عدد مشتركيه 330 مليون مستخدمٍ نشط (Twitter, 2020).

وقد ظهر موقع تويتر في أوائل عام 2006، كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Odeo) الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للاستخدام العام في أواخر العام نفسه وفي أبريل/ نيسان 2007، حيث قامت شركة (Odeo) بفصل الخدمة، وتكوين شركة جديدة باسم (Twitter) وبدأ الموقع في الانتشار عالمياً كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينان المصغرة، ومنذ مارس/ آذار 2012 أصبح موقع توتير متوافراً خلال السنوات القليلة الماضية باللغة العربية، وتطور كثيراً ولم يعد مُجرّد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين والكتاب والرياضيين وغيرهم مع جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق، وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم (المحتسب، 1438،ص42).

يستخدم تويتر نظام التدوين المصغر بحيث يمكن للمستخدمين نشر واستقبال والتفاعل مع الرسائل القصيرة المعروفة باسم "التغريدات"، التي يمكن للمستخدمين المسجلين على الموقع نشر التغريدات وإبداء الإعجاب بها وإعادة تغريدها، كما يمكنهم متابعة حسابات الأشخاص الآخرين، ولكن يمكن للمستخدمين غير المسجلين قراءتها فقط (فنجان، 2020).

ويتميز تويتر بعدد من المميزات التي تفسّر سر انتشاره الواسع، فهو سهل ويمكن التعامل معه عبر الهواتف المحمولة، إضافة إلى أنه مجاني (زامل، 2018).

أثبت تويتر فعالية عالية في تناول قضايا النقاش العام، إذ أن مزايا السرعة والانتشار والوسوم والتبادل الشبكي تعد من اقوى المنصات مما يجعله مثاليا في شن الحملات، والدعاية الانتخابية، ونشر

الأخبار العاجلة، إضافة إلى أن سياسات النشر وإنشاء الحسابات الجديدة بسيطة وسهلة فيه، فالحساب على تويتر يأخذ بالطابع الأكثر عمومية، ما يجعله أشبه بصفحة عامة يمكن قراءة تغريداتها عبر "المتابعة"، كما وإن المستخدم يمكنه إنشاء حساب باسم مستعار ينشر عليه ما يريد ويتابعه الآلاف، دون الحاجة إلى إنشاء "صداقات" وقد كان هذا الإطار مثاليا لبدء تبني الأدوات الجديدة للإعلام الاجتماعي في بيئات محافظة ذات قيم تقليدية (عبد الفتاح ،2017).

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

دراسة حنان حسن الكسواني (2009) بعنوان: (دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية: دراسة في تحليل المضمون).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الصحف الأردنية اليومية (الرأي، والغد، والدستور) في التوعية الصحية، وفيما إذا كان من ضمن أولويات هذه الصحف وضع أجندة إعلامية واضحة وهادفة تتعلق بالموضوعات الصحية. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن الاهتمام بالمواضيع الصحية في الصحف اليومية الأردنية قد تزايد بشكل ملحوظ بعد بدء حملات التوعية الخاصة بمكافحة الأمراض السارية وغير السارية، إلى جانب زيادة الاهتمام بموضوعات الصحة الإنجابية وصحة المرأة والطفل والغذاء والدواء. وأدت نتائج هذه الدراسة على تقدّم جريدة الغد على زميلاتها الأخريات، وذلك جراء حرصها على نشر صفحة يومية للموضوعات الصحية في ملحق حياتنا، وأوصت الدراسة بدعوة الصحف إلى إيلاء الموضوعات الصحية أهمية وأولوية أكبر.

دراسة محمد جبار جدوع ومهند اياد جعفر (2020) بعنوان: (مسؤولية منظمة الصحة الدولية في انتشار فيروس (كوفيد_19).

هدفت الدراسة إلى معرفة أن لكل إنسان حقوق ومن ضمنها الحق بالصحة كونها حق أساسي، وان منظمة الصحة الدولية عليها التزامات دولية عند انتشار (مرض كوفيد–19) وهي أخفقت بهذا الالتزام وعليها التعويض وفقاً لقواعد المسؤولية الدولية. تم اعتماد المنهج التحليلي والتطبيقي في بحث الدراسة لدى الباحثين، حيث اعتمد تحليل آراء الفقهاء وكذلك مواقف الحكومات والمسؤولين في المنظمات الدولية، ونصوص مواد دستور منظمة الصحة الدولية والاتفاقات الدولية المتعلقة بموضوع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن منظمة الصحة الدولية هي المسؤولة عن إدارة النظام العالمي لمكافحة انتشار الأمراض على الصعيد الدولي، وعليها عدة التزامات بموجب دستورها واللوائح الصحة العالمية لسنة 2005، ونتيجة انتهاك المنظمة التزاماتها بموجب دستورها مع مراعاة مسؤولية الدول الأخرى التي يثبت مساهمتها في وقوع تلك الأضرار كسوء عرضها المعلومات الخاصة بانتشار الفيروس المذكور في أقاليمها وعدم عرضها الأعداد الحقيقية للمصابين والمتوفين وطرق انتشاره وعدم إبلاغها السلطات المختصة عند وصول مسافرين مصابين أو مشتبه بإصابتهم بالفيروس ويعد التعويض المالي هو الصورة الأمثل لتعويض الأضرار الناجمة.

دراسة عمر بن عيشوش وحسان بوسرسوب (2020) بعنوان: (دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة شبكة الفيسبوك في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري، وتحديد الدور الذي تلعبه في بلورة وتحقيق ونشر التوعية الصحية، انطلاقا من طرق وأنماط الاستخدام لدى متتبعي صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع تطبيق أداتي الملاحظة بالمشاركة، والاستبيان الإلكتروني على عينة قصدية عبر استطلاع آراء المستخدمين للمجتمع الافتراضي وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها: تؤدي شبكة الفيسبوك دوراً فعالاً في تعزيز التوعية الصحية السليمة، وأن أهم المواضيع التي تقدّمها زادت من الوعي لدى الجمهور، وزاد التواصل مع الجهات الطبية.

دراسة بتول السيد مصطفى (2020) بعنوان (اتجاهات النخب العربية نحو الخطاب الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية خلال جائحة كورونا).

هدفت الدراسة إلى تحديد المصدر الإعلامي الأبرز الذي تعرّضت إليه النخب العربية. عن طريق الخطاب الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية خلال جائحة" كورونا"، وهدفت إلى رصد اتجاهات نحو الاستمالات المستخدمة فيه (العاطفية، العقلانية، والتخويف)، وتحديد الوسيط الإعلامي الأبرز لمتابعة الخطاب من قبل النخب وأيضا معرفة مدى التعرض للخطاب الإعلامي ، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي حيث شمل المسح العينة العمدية وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات من 725 مفردة متمثلة بنخب أكاديمية وإعلامية من دول عربية متفرقة وخلصت الدراسة المسحية إلى أن غالبية أفراد العينة يتعرضون إلى الخطاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها التلفزيون، كما بيّنت النتائج حياد الغالبية تجاه ما يفيد بأن الخطاب مشحون بمؤثرات عاطفية، مقابل موافقتهم على أنه يثير الحيرة والقلق ويبالغ في التحذير وإثارة الخوف، وأيضاً يثير الغضب والكراهية تجاه المنظمة، ويستخدم صيغاً تفضيلية لترجيح أفكار معينة، ويعرض الآراء على أنها حقائق.

دراسة Alex Chun Koon& Cindy Sing Bik Ngai & Rita Gill Singh (2020) بعنوان:

Grappling with the COVID-19 Health Crisis: Content Analysis of Communication Strategies and Their Effects on Public Engagement on Social Media

(التصدي للأزمة الصحية لـ:COVID-19 تحليل محتوى استراتيجيات الاتصال وتأثيراتها على المشاركة العامة على وسائل التواصل الاجتماعي).

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تطوير إطار عمل متكامل لفحص منهجي للمحتوى الكمي وأسلوب الرسالة والميزات التفاعلية للجمهور حول الأمراض ومنها (كوفيد-19) وتحديد تأثيرها على المشاركة العامة، واستخدم الباحث تحليل المحتوى لثلاثة أبعاد رئيسية: هي طرق المحتوى ونمط الرسالة والميزات التفاعلية، في صحيفة الشعب اليومية الصينية (سينا ويبو) وجد الباحث أن هناك تأثيرات تفاعلية بين المحتوى والأسلوب، وجدت الدراسة عبر الصحيفة المذكورة أن استخدام السرد في المنشورات الوقاية من الأمراض لها تأثير إيجابي كبير لتحقيق الغرض من المشاركة والوقاية من الأمراض من خلال التعليقات والاعجابات من قبل الجمهور الصيني في تلك الوسيلة، ووسائل التواصل الاجتماعي لها دورها في زيادة وعي الجمهور بـ COVID-19 وتحفزهم على اتخاذ تدابير وقائية مما قد يساعد في احتواء انتشار الفيروس.

دراسة Araz Ramazan Ahmad & Hersh Rasool Murad (2020) بعنوان:

The Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study.

(تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الذعر أثناء جائحة كوفيد -19 في كردستان العراق: دراسة استبيان عبر الإنترنت).

هدفت الدراسة تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية ذلك بانتشار الذعر بشأن فيروس (كوفيد-19) في كردستان العراق. استخدم الباحث منهج المسح الكمّي عبر استبانة الأنترنت أجريت على مجتمع كردستان العراق. وتم تحليل البيانات باستخدام المنهج الوصفي العشوائي، وشملت عينة من الأساليب في تحليل المحتوى لي (516) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وكان من بينهم وحسب ما أشار الجدول الأول نسبة (57%) من الذكور، (42%) من

الاناث والتي تتراوح عمارهم ما بين 18–35 سنة. وما الذين أعمارهم عن 51 شكلوا نسبة (6%) من الدراسة. إضافة إلى دراسة المستوى المؤهل العلمي الذي وخلصت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة الآن أصبحت مصدرًا مهمًا للمعلومات الصحية ومنصةً لمناقشة الخبرات الشخصية والآراء والاهتمامات المتعلقة بالصحة والأمراض، وأن الأشخاص يقضون الكثير من الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي.

دراسة Hani AL_ Dmour & others، (2020) بعنوان:

Influence of Social Media Platforms on Public Health Protection against the COVID-19 Pandemic via the Mediating Effects of Public Health Awareness and Behavioral Changes: Integrated Model.

(تأثير منصات التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من جائحة COVID-19 من خلال التأثيرات الوسيطة للتوعية بالصحة العامة والتغييرات السلوكية).

كان الغرض من هذه الدراسة هو فحص تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من جائحة COVID-19 من خلال التوعية بالصحة العامة والتغيرات السلوكية للصحة العامة كعوامل وسيطة في الأردن واستخدام الباحث النهج الكمي من منصات التواصل الاجتماعي لجمع البيانات عبر استبيانات الويب في الأردن، وتم أخذ عينات من إجمالي 2555 مستخدمًا لوسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت هذه الدراسة نمذجة المعادلات الهيكلية لتحليل متغيرات الدراسة والتحقق منها.

وتوصلت إلى أن السلوك الصحي في الحملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى تغييرات إيجابية ومنع السلوكية السلبية لدى الأفراد، إذ يمكن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الأوبئة. وكشفت النتائج الرئيسية أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي كان له تأثير إيجابي كبير على حماية الصحة العامة من كوفيد-19.

دراسة Sahni Heena & Hunny Sharma (2020) بعنوان: COVID-19

Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive?

(دور وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد -19: مفيد أم مدمر أم بناء؟)

تهدف الدراسة إلى معرفة التأثير الإيجابي والسلبي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء وباء الفيروس التاجي على مهنة الرعاية الصحية وعلى عموم السكان بسبب انتشار المرض كوفيد-19

فقد حصل العالم على كم هائل من المعلومات الخاطئة التي تهدد الصحة بمعدل أسرع من المرض نفسه بالمقابل الافتقار إلى الوعي والمعرفة والاستعداد سيعرض الناس وموظفي الرعاية الصحية للخطر فإن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كأداة قوية لتغيير سلوك الناس وتعزيز رفاه الفرد والصحة العامة.

حيث توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها تم إنشاء قدر كبير من المعلومات الخاطئة التي يحتمل أن تكون خطرة حول جائحة COVID-19، وتم نشر الكثير منها عبر الشبكات الاجتماعية. وتتكون هذه الأنباء المضلّلة من جوانب مختلفة للوباء، قادرة على تهديد السلامة العامة، مما يؤدي مرة أخرى إلى تفاقم إدارة الأزمات. تنتشر هذه الشائعات الكاذبة حول COVID-19 بشكل أسرع من الفيروس

ثالثاً: الاستفادة من الدراسات السابقة

1- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (حنان، 2009)، بـ (التوعية الصحية) من ناحية المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، والتوعية الصحية ومعرفة مدى اهتمام الصحف بالتوعية الصحية مما ينعكس بعدها على الأفراد.

2- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (محمد ومهند، 2020)، بـ(كوفيد-19) من جانب دراسة منظمة الصحة العالمية وما يتعلق بتقصيرها إزاء الأفراد خلال كونها منظمة عالمية خلال فترة انتشار المرض كوفيد-19، وأخفافها بهذا الالتزام وعليها التعويض وفقاً لقواعد المسؤولية الدولية كما واختلف الدراسة مع الدراسة الحالية من الناحية المنهجية.

3- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (عمر وحسام، 2020)، من ناحية استخدم شبكات التواصل الاجتماعي وتحليل مضمونها ودورها في التوعية ضد مرض فيروس كوفيد-19 خلال انتشار المرض وكم اعتمد الناس على هذه الشبكات؟ ولكن اختلفت مع الدراسة الحالية من الناحية التطبيقية للبحث.

4- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (بتول، 2020)، بـ(كوفيد-19) من ناحية استخدام نفس الموضوع هو كوفيد-19 ونفس المنظمة واختارت عينية عمدية أيضاً وتم الاستفادة منها من ناحية تحليل الخطاب الإعلامي للنخب ومن أي مصدر يتعمدون خطابهم

5- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (Alex، 2020)، بـ(كوفيد-19) مع اعتماد الجمهور الصيني على وسائل التواصل بأخذ المعلومات الصحيحة والصحية منها، ولكن من مصادر حكومية عامة ولم تعتمد على أي مواقع خاصة لإبطاء انتشار الفيروس.

6- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (Araz & Hersh، 2020)، بـ(كوفيد-19) من ناحية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى أهميتها من فترة انتشار فيروس كوفيد-19. ومكّن أن تشكل دوراً سلبياً بدلاً من الإيجابي كما حصل فترة بدايات ظهور المرض واختلفت من ناحية الهدف والتطبيق والمنهجية.

7- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (Hani، 2020)، بـ(كوفيد-19) لكن من ناحية فحص تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من جائحة COVID-19 من خلال التوعية بالصحة العامة، مع الاختلاف بالتطبيق والمنهج.

8- اقتربت هذه الدراسة من دراسة (Sahni، 2020) بـ(كوفيد-19) ومن ناحية تأثير وسائل التواصل وأهميتها في وقت انتشار المرض مع اختلاف بالتطبيق والمنهج وكذلك طبيعة الهدف من الدراسة على مهنة الرعاية الصحية وعلى عموم السكان بسبب انتشار المرض كوفيد-19 فقد حصل العالم على كم هائل من المعلومات الخاطئة التي تهدد الصحة بمعدل أسرع من المرض نفسه بالمقابل الافتقار إلى الوعي والمعرفة والاستعداد سيعرّض الناس وموظفي الرعاية الصحية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتناول الفصل الحالي عرضاً للمنهجية التي تم استخدامها في الدراسة وإجراءاتها، ويشمل المنهج المستخدم، ومجتمع الدراسة، وعينتها، وأداتها.

منهج البحث

تم استخدام أسلوب تحليل المضمون كأداة لهذه الدراسة، حيث اعتمدت المنهج الوصفي نظراً لملاءمة هذا المنهج مع أهداف الدراسة الحالية، " إذ تهدف البحوث الوصفية إلى وصف واعٍ للظواهر والمشكلات وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة" (النعيمي وآخرون، 2009، ص210). وبناءً على ذلك تم القيام بتحليل رسائل منظمة الصحة العالمية في موقعي تويتر والفيسبوك تحليلاً دقيقاً بما يخدم أهداف الدراسة ويحقق الإجابة عن تساؤلاتها في الفترة الزمنية من 2019/12/30-2020/3/11م.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدارسة في جميع الرسائل الإعلامية المتعلقة بجائحة كوفيد-19 والمنشورة على منصة منظمة الصحة العالمية في موقعي الفيسبوك وتويتر وعددها 1914 رسالة وتم اختيارها كون منصتي الفيسبوك وتويتر من المنصات التي يعتمد عليها جمهور كبير مكون من مختلف الاعمار والفئات والجنسيات تم تقسيمها الى ثلاث مراحل ووفقا للتالي:

المرحلة الأولى: 2019/12/30-2020/1/22

المرحلة الثانية: 2020/1/23-2020/2/15

المرحلة الثالثة: 1020/2/16-2020/3/11

عيّنة الدراسة

تم استخدام العينة القصدية أو العمدية في هذه الدراسة لتحقيق الأهداف والغايات من تحليل المضمون، والعينة تتكون من جميع الرسائل الإعلامية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) خلال الفترة الزمنية التي بدأ فيها مرض (كوفيد-19) بالانتشار وحتى إعلانه جائحة من قبل منظمة الصحة العالمية، وهي الفترة الواقعة بين (2019/12/30) -(2020/3/11) والتي بلغ عددها ككل 1914 رسالة، كما وان منظمة الصحة العالمية وكما معروف عنها انها تنشر رسالها بأكثر من لغة منها العربية والإنكليزية والفرنسية والصينية والاسبانية والروسية، اما العينة الدراسية فقد تم سحبها من منصتي الفيسبوك وتويتر باللغة الإنجليزية وترجمتهما الى العربية وفقاً للصياغة المطلوبة (جدول رقم 2).

الموقع	عدد الرسائل
فيسبوك	224
تويتر	1690
المجموع	1914

الجدول (2): عينة الدراسة

وتم اختيار هذه الفترة تحديداً كونها الفترة التي شكلت بداية ظهور المرض، فكانت الفترة المفصلية في التعامل مع المرض، وهي الفترة التي تركز عليها بعد ذلك الجدل وأثيرت حولها الشكوك في الإجراءات المتخذة من قبل المنظمة حتى وصلت بعض الشكوك إلى توجيه الاتهامات بالإهمال أو الإنحياز.

أداة الدراسة

يعتبر تحليل المضمون الإعلامي هو أداة الدراسة، حيث تم بناء كشّ اف خاص للدراسة يتكون من فئات التحليل الخاصة بتحليل مضمون الرسائل الإعلامية المتعلقة بجائحة كوفيد-19 والمنشورة

على صفحة منظمة الصحة العالمية في كل من الفيسبوك وتويتر، بحيث تتمكن تلك الاستمارة من الإجابة على أسئلة الدراسة.

وتم الاعتماد على أداة خاصة بتحليل المضمون (استمارة تحليل المضمون) وذلك لتحليل ما تم تناوله من مجموعة الرسائل التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية على منصتي الفيسبوك وتويتر والتي تقوم بالإجابة عن التساؤلات وتحقيق أهداف الدراسة، وأما وحدات التحليل التي تم استخدامها في هذه الدراسة، فهي وحدة الموضوع لغرض إجراء التحليل الكمي والكيفي وهو من أهم سمات تحليل المضمون (ملحق رقم2).

وحدة التحليل

اعتمدت الدراسة على وحدة الموضوع المتعلق بالتوعية الصحية في منصتي الفيسبوك وتويتر لمنظمة الصحة العالمية باعتبارها أنسب الوحدات استخداماً وانتشاراً في البحوث والدراسات الإعلامية الوحدات كونها تضم أكبر وأهم وحدات تحليل المحتوى (الدبيسي، 2017، ص225).

فئات التحليل

تعرف فئات التحليل على أنها مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طِبقاً لنوعية المضمون والمحتوى. وتم اختيار فئات التحليل بما يتلاءم ويتناسب مع مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وشكل موضوع التحليل ومضمونه.

التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون

شكل الاتصال (كيف قيل؟): وهي تعرض كيفية تقديم المادة الإعلامية عبر موقعي تويتر والفيسبوك.

الأشكال الفنون الصحافية: وتختص هذه الفئة بالأشكال الصحفية التي تقدمت بها المادة عبر موقعي تويتر والفيسبوك.

1- **فئة الخبر:** وهو المعلومة التي ينقلها شخص أو مؤسسة إعلامية بشكل فوري عن حدث معين حصل في مكان ما في وقت معين.

2- **فئة التقرير:** هو فن يقع ما بين الخبر والتحقيق وفيه يمكن شرح الخبر بكل تفاصيله وتطوراته وذكر الجوانب الزمانية والمكانية ويمكن ذكر الأحداث حسب سياق ذكرها السابق وللاحق.

3- **فئة المؤتمر الصحفي:** هو لقاء مع وسائل الإعلام للإعلان عن مستجدات الموقف الوبائي.

4- **فئة البيان الصحفي:** بيان رسمي صادر من جهة رسمية لتقديم معلومات محددة وموجزة عن حدث ما.

5- **فئة المقابلة:** وهي فنّ يقوم على الحوار بين صحفي وشخصية من الشخصيات المجتمع التي لها دور فعال فيه.

6- **فئة الفيديو التعليمي:** وهو مادة تعرض فيها هدف معين أو رسالة معينة.

7- **فئة الإعلان توعوي:** وهو المادة التي نشرتها منظمة الصحة العالمية عبر موقعيها الفيسبوك وتويتر بهدف التوعية والوقاية من خطر انتشار كوفيد-19.

فئات موضوع الاتصال (ماذا قيل؟) ويقصد بها مختلف الموضوعات التي تستخدم في الأطر التي تتعلق بجائحة (كوفيد-19) والتي تم بثها عبر موقعي توتير والفيسبوك:

ان الإطار العام لمنظمة الصحة العالمية هو **الإطار الإنساني**، والذي ظهر منه بعض الأطر الفرعية التالية:

1- **فئات موضوع الإطار التوعوي**

وهي من الفئات التي تعني بالتوعية الصحية ضد الأمراض الوبائية وغير الوبائية للحد من انتشارها وإيجاد العلاجات الازمة لها، والحد من انتشارها الجغرافي أيضاً: وتشمل الفئات الفرعية الاتية:

1-1- كوفيد-19: **فئة الحفاظ بترك مسافة متر بين شخص واخر:** وهو ما يقصد به التباعد الاجتماعي بين الأشخاص.

1-2- كوفيد-19: **فئة غسل اليدين بالماء والصابون:** وهي الوقاية من الإصابة بالمرض حيث اليدين من أجزاء الجسم التي لها دور كبير في نقل المرض.

1-3- كوفيد-19: **فئة عدم لمس الوجه.** وهو الحفاظ على السلامة العامة من الإصابة بالمرض.

1-4- كوفيد-19: **فئة ارتداء الكمامات:** وهو الحفاظ على السلامة العامة من الإصابة بالمرض ولها دور كبير في الحماية من انتشار المرض وانتقاله من شخص إلى آخر.

1-5- كوفيد-19: **فئة طهي اللحوم بشكل جيد:** وهو عدم أكل اللحوم غير الناضجة بشكل تام خوفاً من أن تسبب المرض، وهذا ما أخبرت به منظمة الصحة العالمية في بدايات انتشار كوفيد-19.

1-6- كوفيد-19: **فئة الحذر عند مخالطة المصابين:** وهو الابتعاد بشكل كامل عن المصابين بكوفيد-19 لفترة خمسة عشر يوماً.

1-7- كوفيد-19: **فئة التوعية بأعراض الإصابة:** وهي من التعليمات التي أصدرتها منظمة الصحة العالمية للحد من خطر الانتشار.

1-8- كوفيد-19: **فئة الشعور بالقلق على كبار السن والمرضى:** وهي الفئة الأكثر والأسرع إصابة بالمرض؛ لتقدّم السن أو إصابتها بأمراض مسبقاً.

1-9- كوفيد-19: **فئة خطر انتقال كوفيد-19 من شخص لآخر:** وهو يبين سرعة الانتشار للمرض بين الأشخاص بشكل سريع لذلك كانت التوعية بالتباعد الاجتماعي لفترة طويلة وبعد اعلان جائحة أصبح هذا الامر معروف.

1-10- كوفيد-**19: فئة تعزيز المراقبة المستمرة للحد من الانتشار**: وهي مراقبة الأماكن العامة والتجمعات والمدارس والمطاعم والمصابين للحد من الانتشار للمرض.

1-11- كوفيد-**19: منع انتشار المرض بين العاملين في المجال الصحي**: وهي الحذر مع التوعية للعاملين في مجال الصحي المخالطين لمرضى كورونا.

2- فئات موضوع الإطار التحذيري التي طالبت بها المنظمة

وهو إحدى الموضوعات التي استخدمتها منضمة الصحة العالمية في رسائلها الموجهة للجمهور العالمي خلال انتشار جائحة كورونا. وتشمل الفئات الفرعية التالية:

2-1- كوفيد-19: **فئة الانتشار السريع كوفيد-19:** وهي سرعة الانتشار العالمي.

2-2- كوفيد-19: **فئة على الدول التحسب بمخاطر المرض:** وهي عمل وإدارة الشؤون الصحية في كل دولة ومستوى الخدمات التي يحصل عليها كل فرد مصاب أو غير مصاب في وقت إنشار الجائحة.

2-3- كوفيد-19: **فئة المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات:** وهي من الإجراءات المهمة للحفاظ على عدم انتشار جائحة كوفيد-19.

2-4- كوفيد-19: **فئة على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية:** وهي أن كل دولة من الدول سواء الكبيرة اقتصادياً أو العكس أصابها وأصاب اقتصادها خسائر كبيرة نجمت عن الجائحة.

2-5- كوفيد-19: **فئة أن تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين:** وهو ما أشارت إليه منظمة الصحة العالمية أثناء انتشار الجائحة.

2-6- كوفيد-19: **فئة ومخاطر عالية إقليمياً وعالمياً:** وهو يقصد شدّة انتشار الجائحة وما له من عواقب صحية ومن ثم اقتصادية على شعوب العالم.

2-7- كوفيد-19: **فئة سيستغرق اللقاح مدة طويلة:** وهو المقصود أن الجائحة كانت سريعة الانتشار والمرض جديد ويتحور من الصعب إيجاد لقاح سريع له.

2-8- كوفيد-19: **فئة القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض:** وهو ما أدلى به مدير منظمة الصحة العالمية (Dr. Tedros) حول خوفه من سرعة انتشار الجائحة.

2-9- كوفيد-19: **انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين:** وهو ما عبّرت عنه منظمة الصحة العالمية في تقريرها اليومية عن انتقال المرض السريع الانتشار لكن في حالات الصين فقط ولم تذكر في البداية أنه ينتشر خارج الصين.

3- فئات موضوع الإطار التطميني التي نشرتها المنظمة

وهو إحدى الموضوعات التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية مع بعض الدول ذات المصالح المشتركة. وتشمل الفئات الفرعية التالية:

3-1- كوفيد-19: **فئة عدم تقيد التجارة:** وهو ما يقصد به أن لا قيد على التجارة وانتقال البضائع بين دول العالم أثناء بدايات الانتشار السريع في الصين وبعض الدول.

3-2- كوفيد-19: **فئة عدم الضرورة لأغلاق السفر بين البلدان:** وهو عدم وجود قيود على السفر بين دول العالم وحتى الصين نفسها في بداية انتشار الجائحة.

3-3- كوفيد-19: **فئة عدم اعلان حالة الطوارئ:** وهو ما تم العمل به أثناء انتشار الجائحة حيث تم التأخر في اعلان الجائحة. ونص الخطاب لمدير منظمة الصحة العالمية السيد (Dr. Tedros) حول تفشي جائحة كورونا.

3-4- كوفيد-19: **فئة الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض:** وهو ما قامت به منظمة الصحة العالمية خلال انتشار الجائحة.

3-5- كوفيد-19: **فئة محاربة منظرين المؤامرة:** وهو ما يقصد به ان بعض الدول أصبحت تخوض بأمور أخرى غير الجائحة.

3-6- كوفيد-19: **فئة عدم انتقال العدوى من خارج الصين:** وهو ما يقصد به حصرا الوباء داخل الصين فقط، لكن لم تكن المعلومة صحيحة وتم انتشاره بشكل عالمي.

3-7- كوفيد-19: **فئة اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين:** وهو انتشار بين العائلات والعاملين في المستشفيات وأماكن عمل أخرى.

3-8- كوفيد-19: **فئة عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين:** وهو نكران منظمة الصحة العالمية عن انتشار المرض خارج الصين في بداية الامر وأصبح الناس في سفر وتنقل مستمر.

3-9- كوفيد-19: **فئة حالات عدوى خارج الصين**: وهو بداية انتشار الوباء خارج الصين.

صدق الأداة

ويعني أن يقاس الاستبيان وأن يعكس المحتوى المراد قياسه وفقاً لأوزانه النسبية، ويعني الصدق بصفة عامة أن السؤال أو العبارة الموجودة في الاستبيان تقيس ما تفترض الدراسة قياسه بالفعل (المشهداني، 2020، ص152).

وللتأكد من قدرة الأداة على الإجابة عن تساؤلات الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال الإعلام، حيث تم إجراء التعديلات اللازمة والمطلوبة من قبلهم وإعادة الصياغة بما يتناسب وملاحظاتهم (ملحق رقم1).

ثبات الأداة

ويعني ثبات أداة الدراسة إمكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة في كل مرة يتم تثبيتها، والقدرة على التكرار أو الإعادة مع تحقيق نتائج متقاربة (المشهداني، 2020، ص153).

تم الاعتماد في هذه الدراسة على طريقة هولستي، (Holsti) وهي الاتساق الزمني والتوصل إلى النتائج بعد مرور مدة زمنية شهر واحد، وبعد تحليل مضمون رسائل منظمة الصحة العالمية المتعلقة

بجائحة (كوفيد– 19) باستخدام تطبيق كشاف التحليل حصلت الفئات على اتفاق في مرتي التحليل وكان عددها 35 من مجموع الفئات التي تم ترميزها في التحليل البالغ عددها 38+ 37 وتم بعد ذلك حساب ثبات هولستي بناء على النتائج التي تم الاتفاق عليها في مرتي التحليل، وكما يتلاءم وعدد فئات التحليل، وتبين المجموع الكلي لقرارات الترميز (N1+N2= 75)

الثبات = $\frac{M2}{N+N2}$

M = عدد حالات الترميز التي تم الاتفاق عليها في مرتي التحليل.

$N+N^2$= المجموع الكلي لحالات الترميز.

$$\frac{35 \times 2}{37 + 38}$$

والتطبيق يظهر لنا ما يلي: 70/ 75= 0.93

ونتيجة معامل ثبات هولستي (93%) وهي نسبة مقبولة لتحقيق أغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية

تم جمع البيانات وترتيبها بهدف استخراج النتائج الخاصة بتحليل المضمون وهي التكرارات والنسب. من أجل الإجابة عن تساؤلات الدارسة والوصول إلى نتائجها.

إجراءات الدراسة

1– تم الاطلاع على الادب النظري والدراسات السابقة ذات صلة بموضوع الدراسة، ومن ثم تطوير عنوان الدراسة وأهدافها ومشكلتها. عنوان الدارسة بالصيغة الآتية: أطر الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة (كوفيد –19) دراسة تحليلية– (فيسبوك– تويتر– إنموذجاً).

2- تم تطوير اداة الدراسة عن طريق تصميم استمارة تحليل مضمون وتحكيمها من قبل محكمين، وفي تصميم الاستمارة تم الاستعانة بعدة مصادر بحثية ودراسات سابقة،

أ- مصادر أولية تتمثل بالاطلاع على منصتي فيسبوك وتويتر ثم وضع ملاحظات أولية عن الفئات المقترحة للتحليل.

ب- مصادر ثانوية: تتمثل بالدراسات والأبحاث السابقة التي تعالج مواضيع قريبة من موضوع الدارسة، وذلك لغاية الاطلاع على المناهج والأدوات التي اعتمدتها هذه الدارسات.

3- تم الاعتماد على طريقة هولستي بتحليل عينة (1914) رسالة على منصتي فيسبوك وتويتر،

4- تم القيام بتحليل الفئات واستخراج النتائج الإحصائية، وعرضها في الفصل الرابع.

5- تم في الفصل الخامس كتابة نتائج ما توصلت الية الدراسة ومن ثم التوصيات.

6- تم متابعة الإجراءات الإدارية في الجامعة من قبل الباحثة وصولا الى مرحلة المناقشة.

الفصل الرابع
عرض نتائج الدراسة

يشمل هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة، إذ عمدت الدراسة إلى تقسيم الفئات المدروسة إلى ثلاث مراحل حسب الفترة الزمنية للعينة، وجاءت وفقاً للتالي:

- المرحلة الأولى: 2019/12/30-2020/1/22
- المرحلة الثانية: 2020/1/23-2020/2/15
- المرحلة الثالثة: 1020/2/16-2020/3/11

نتائج سؤال الدراسة الأول: ما مستوى اهتمام الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية عبر شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير للتعامل مع جائحة (كوفيد-19)؟

توزعت مواضيع فئات مستوى الاهتمام بالرسائل الاتصالية في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
	تكرار	%	تكرار	%		
الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19	11	%14.7	153	%57.5	164	%48.1
الرسائل غير المتعلقة بمرض كوفيد-19	64	%85.3	113	%42.5	177	%51.9
المجموع	75	%100	266	%100	341	%100

جدول رقم (3): الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد-19 (المرحلة الأولى)

أظهرت نتائج الجدول رقم (3) ان نسبة الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19 خلال المرحلة الأولى في موقع الفيسبوك (14.7%) من مُجمل الرسائل التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على الموقع، في حين بلغت هذه النسبة (57.5%) في موقع تويتر، وشكلت النسبة لمُجمل الرسائل المتعلقة بكلا الموقعين (51.9%) من مُجمل الرسائل التي نشرتها المنظمة على الموقعين.

في حين توزعت مواضيع فئات مستوى الاهتمام بالرسائل الاتصالية في المرحلة الثانية وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		المجموع	%
	تكرار	%	تكرار	%	التكرار	
الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19	39	%54.9	448	%63.7	487	%62.9
الرسائل غير المتعلقة بمرض كوفيد-19	32	%45.1	255	%36.3	287	%37.1
المجموع	71	%100	703	%100	774	%100

جدول رقم (4): الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد-19 (للمرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (4) ان الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19 خلال المرحلة الثانية بلغت في موقع فيسبوك (39) تكراراً، ونسبة مئوية (54.9%) مقابل (448) تكراراً ونسبة مئوية (63.7%) في موقع تويتر، وبلغ مُجمل الرسائل المتعلقة بكلا الموقعين (487) رسالة شكلت نسبة (62.9%) من مُجمل الرسائل التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على الموقعين.

وتوزّعت مواضيع فئات مستوى الاهتمام بالرسائل الاتصالية في المرحلة الثالثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع	%
	تكرار	%	تكرار	%	التكرار	
الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19	45	%57.7	561	%77.8	606	%75.8
الرسائل غير المتعلقة بمرض كوفيد-19	33	%42.3	160	%22.2	193	%24.2
المجموع	78	%100	721	%100	799	%100

جدول رقم (5): الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد-19 (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (5) ان الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19 خلال المرحلة الثالثة بلغت في موقع فيسبوك (45) تكراراً، ونسبة مئوية (57.7%) مقابل (561) تكراراً ونسبة مئوية (77.8%) في موقع تويتر، وبلغ مُجمل الرسائل المتعلقة بكلا الموقعين (606) رسالة شكلت نسبة (75.8%) من مُجمل الرسائل التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على الموقعين.

وبهذا فقد توزعت مواضيع فئات مستوى الاهتمام بالرسائل الاتصالية في مُجمل المراحل الثلاثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		المجموع	%
	تكرار	%	تكرار	%	التكرار	
الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19	95	%42.4	1162	%68.8	1257	%65.7
الرسائل غير المتعلقة بمرض كوفيد-19	129	%57.6	528	%31.2	657	%34.3
المجموع	224	%100	1690	%100	1914	%100

جدول رقم (6): الرسائل المتعلقة وغير المتعلقة بكوفيد-19 (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (6) المجموع الكلي للمراحل الثلاث فبلغت نسبة الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19 في موقع فيسبوك (42.4%) من مُجمل الرسائل التي تم نشرها من قبل المنظمة، قابلها نسبة (68.8%) في موقع تويتر. وبلغت نسبة الرسائل المتعلقة بمرض كوفيد-19 في موقعي فيسبوك وتويتر سوية (65.7%) من مُجمل الرسائل التي نشرتها المنظمة.

نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما الأشكال الاتصالية لمحتوى رسائل منظمة الصحة العالمية المنشورة على شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر أثناء انتشار جائحة (كوفيد-19)؟

توزعت مواضيع أشكال المحتوى الذي قدّمت به الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

ت	الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
		تكرار	%	تكرار	%		
1	خبر	7	%46.7	61	%39.3	68	%40
2	تقرير	0	%0	10	%6.4	10	%5.9
3	مؤتمر صحفي	1	%6.7	2	%1.3	3	%1.7
4	بيان صحفي	0	%0	11	%7.1	11	%6.5
5	مقابلة	0	%0	0	%0	0	%0
6	فيديو تعليمي	4	%26.6	2	%1.4	6	%3.5
7	اعلان توعوي	3	%20	69	%44.5	72	%42.4
#	المجموع	15	%100	155	%100	170	%100

جدول رقم (7): أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)

أظهرت نتائج الجدول رقم (7) أن أعلى شكل على موقع الفيسبوك كان للأخبار فقد بلغت نسبتها (46.7%) من مُجمل الأشكال الاتصالية تلتها الفيديو التعليمي الذي بلغ (26.6%)، ثم الإعلانات التوعوية التي شكلت ما نسبته (20%) من الأشكال المنشورة، أما تويتر فقد كانت النسبة الأكبر للإعلانات التوعوية إذ بلغت (44.5%) تلتها الأخبار التي بلغت نسبتها (39.3%) تلتها البيانات الصحفية التي بلغت نسبتها (7.1%) من مُجمل الأشكال المنشورة.

وتوزعت مواضيع أشكال المحتوى الذي قدّمت به الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية في المرحلة الثانية وفقاً للتالي:

ت	الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
		تكرار	%	تكرار	%		
1	خبر	10	%23.3	277	%61.8	287	%58.5
2	تقرير	0	%0	32	%7.1	32	%6.5
3	مؤتمر الصحفي	6	%14	20	%4.5	26	%5.3
4	بيان صحفي	0	%0	19	%4.2	19	%3.9
5	مقابلة	2	%4.6	2	%0.5	4	%0.8
6	فيديو تعليمي	2	%4.6	0	%0	2	%0.4
7	اعلان توعوي	23	%53.5	98	%21.9	121	%24.6
	المجموع	43	%100	448	%100	491	%100

جدول رقم (8): أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (8) أن أعلى نسبة للأشكال الاتصالية من منظمة الصحة العالمية عل موقع الفيسبوك في المرحلة الثانية كانت للإعلانات التوعوية حيث بلغت (53.5%) من مُجمل الأشكال، تلتها الأخبار التي بلغت نسبتها (23.3%)، تلاها المؤتمرات الصحفية بنسبة (14%)، أما تويتر فقد كانت الأخبار صاحبة النسبة الأعلى في هذه المرحلة حيث بلغت (61.8%)، تلتها الإعلانات التوعوية بنسبة (24.6%)، ثم جاءت التقارير بنسبة (7.1%) من مُجمل الأشكال.

كما توزعت مواضيع أشكال المحتوى الذي قدّمت به الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية في المرحلة الثالثة وفقاً للتالي:

ت	الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
		تكرار	%	تكرار	%		
1	خبر	17	%30.9	354	%63.1	371	%60.2
2	تقرير	0	%0	33	%5.9	33	%5.4
3	مؤتمر الصحفي	8	%14.5	19	%3.4	27	%4.4
4	بيان صحفي	1	%1.8	41	%7.4	42	%6.8
5	مقابلة	4	%7.3	4	%0.7	8	%1.3
6	فيديو تعليمي	4	%7.3	3	%0.5	7	%1.1
7	اعلان توعوي	21	%38.2	107	%19	128	%20.8
	المجموع	55	%100	561	%100	616	%100

جدول رقم (9): أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (9) أن الإعلانات التوعوية شكلت أعلى نسبة في الأشكال الاتصالية في المرحلة الثالثة بموقع الفيسبوك حيث بلغت (38.2%)، تلتها بفارق قريب الأخبار التي بلغت نسبتها (30.9%)، وجاءت المؤتمرات الصحفية لتكون الثالثة في هذه المرحلة إذ بلغت نسبتها (14.5%) من مُجمل الأشكال المنشورة، أما في تويتر فقد تصدّرت الأخبار الأشكال الاتصالية

حيث بلغت نسبتها (63.1%)، تلتها الإعلانات التعليمية بنسبة (20.8%)، وفي المرتبة الثالثة كانت البيانات الصحفية حيث بلغت نسبتها على تويتر في هذه المرحلة (7.4%).

وبناءً عليه فقد توزعت مواضيع أشكال المحتوى الذي قدّمت به الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية في المراحل الثلاثة وفقاً للتالي:

	الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
		تكرار	%	تكرار	%		
1	خبر	34	%30.1	692	%59.9	726	%57.1
2	تقرير	0	%0	75	%6.5	75	%5.8
3	مؤتمر الصحفي	15	%13.3	33	%2.9	48	%3.7
4	بيان صحفي	1	%0.9	71	%6.1	72	%5.6
5	مقابلة	6	%5.3	6	%0.5	12	%0.8
6	فيديو تعليمي	10	%8.8	5	%0.4	15	%1.8
7	اعلان توعوي	47	%41.6	274	%23.7	321	%25.2
	المجموع	113	%100	1156	%100	1269	%100

جدول رقم (10): أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (10) الذي يجمل المراحل الثلاثة يبين أن الإعلانات التوعوية أخذت نصيب الأكبر من الأشكال الاتصالية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية في موقع الفيسبوك حيث بلغت نسبتها (41.6%) من مُجمل باقي الأشكال، تلتها الأخبار بنسبة (30.1%)، جاءت بعدها المؤتمرات الصحفية بنسبة (13.3%)، بينما شكلت الأخبار النسبة الأكبر في تويتر حيث بلغت (59.9%)، تلتها الإعلانات التوعوية بنسبة (23.7%)، ثم جاءت التقارير فب المرتبة الثالثة بنسبة (6.5%).

نتائج السؤال الثالث للدراسة: ما المحتوى الضمني للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة في رسائلها المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) على منصتي فيسبوك وتويتر؟

ان الإطار العام لمنظمة الصحة العالمية كان الإطار الإنساني الذي تضمّن ثلاثة إطار فرعية التالية:

1. الإطار التوعوي.
2. الإطار التحذيري.
3. الإطار التطميني.

وتوزّعت تلك الأطر على ثلاث مراحل حسب الفترة الزمنية للعينة، ووفقاً للتالي:

1- الإطار التوعوي

توزّعت فئات إطار التوعية الصحية التي قدّمتها رسائل منظمة الصحة العالمية في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
ترك مسافة بين الاشخاص	7	%11.7	5	%2.1	12	%4.1	8
غسل اليدين بالماء والصابون	16	%26.7	75	%31.8	91	%30.7	1
عدم لمس الوجه	11	%18.3	48	%20.3	59	%19.9	2
ارتداء الكمامات	5	%8.3	7	%3.0	12	%4.1	8
طهي اللحوم بشكل جيد	3	%5.0	20	%8.4	23	%7.8	5
الحذر عند مخالطة المصابين	2	%3.3	9	%8.5	11	%3.7	7
التوعية بأعراض الإصابة	5	%8.3	22	%9.3	27	%9.1	3
الخطورة على كبار السن والمرضى	1	%1.7	21	%8.9	22	%7.4	6
انتقال المرض من شخص لأخر	3	%5.0	7	%3.0	10	%3.4	9
تعزيز المراقبة للحد من الانتشار	6	%10.0	18	%7.6	24	%8.1	4
خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي	1	%1.7	4	%1.7	5	%1.7	10
المجموع	60	%100	236	%100	296	%100	-

جدول رقم (11): التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الأولى)

أظهرت نتائج الجدول رقم (11) أكثر الرسائل التوعية الصحية في المرحلة الأولى على موقع الفيسبوك كان غسل اليدين بالماء والصابون حيث بلغت نسبتها (26.7%) من مُجمل رسائل التوعية الصحية، تلاها الرسائل التي تطلب عدم لمس الوجه بنسبة (18.3%)، ثم أتت في المرتبة الثالثة التوعية بترك مسافة أمان كافية بين الأشخاص وبلغت هذه النسبة (11.7%)، وتماثل الترتيب في تويتر في هذه المرحلة حيث كانت نسبة التوعية بغسل اليدين بالماء والصابون (31.8%)، وتلاها الرسائل التي تطلب عدم لمس الوجه بنسبة (20.3%)، لكن اختلفت المرتبة الثالثة عن الفيس بوك، فكانت المرتبة الثالثة في تويتر للتوعية بأعراض الإصابة وبلغت هذه النسبة (9.3%).

توزعت فئات إطار التوعية الصحية التي قدّمتها رسائل منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثانية وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
ترك مسافة بين الاشخاص	7	%8.9	8	%6.1	15	%7.2	6
غسل اليدين بالماء والصابون	13	%16.6	19	%14.6	32	%15.4	2
عدم لمس الوجه	6	%7.7	11	%8.5	17	%8.2	5
ارتداء الكمامات	5	%6.5	8	%6.2	13	%6.3	8
طهي اللحوم بشكل جيد	8	%10.3	0	%0	8	%3.8	9
الحذر عند مخالطة المصابين	3	%3.8	9	%6.9	12	%5.8	7
التوعية بأعراض الإصابة	12	%15.4	30	%23.1	42	%20.2	1
الخطورة على كبار السن والمرضى	5	%6.5	2	%1.5	7	%3.4	10
انتقال المرض من شخص لأخر	7	%8.9	8	%6.2	15	%7.2	6
تعزيز المراقبة للحد من الانتشار	8	%10.3	17	%13.1	25	%12.0	3
خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي	4	%5.1	18	%13.8	22	%10.5	4
المجموع	78	%100	130	%100	208	%100	

جدول رقم (12): التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (12) أكثر الرسائل التوعية الصحية في المرحلة الثانية على موقع الفيسبوك كان غسل اليدين بالماء والصابون حيث بلغت نسبتها (16.6%) من مُجمل رسائل التوعية الصحية، تلاها الرسائل المتعلقة بالتوعية بأعراض المرض بنسبة (15.4%)، ثم أتت في المرتبة الثالثة كل من طهي اللحوم بشكل جيد وتعزيز المراقبة للحد من الانتشار وبلغت هذه النسبة لكل منهما (10.3%)، أما في تويتر فقد كانت نسبة التوعية بأعراض الإصابة هي الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (23.1%)، وتلاها الرسائل التي تطلب غسل اليدين بالماء والصابون بنسبة (14.6%)، وجاء في المرتبة الثالثة على تويتر خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي وبلغت هذه النسبة (13.8%)، تلتها نسبة متقاربة هي تعزيز المراقبة للحد من الانتشار وبلغت نسبتها (13.1%) من مُجمل فئات إطار التوعية الصحية التي قدّمتها رسائل منظمة الصحة العالمية.

كما توزّعت فئات إطار التوعية الصحية في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثالثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
ترك مسافة بين الاشخاص	12	%9.3	15	%5.2	27	%6.6	7
غسل اليدين بالماء والصابون	20	%15.5	18	%6.3	38	%9.1	5
عدم لمس الوجه	13	%10.1	10	%3.5	23	%5.6	8
ارتداء الكمامات	8	%6.2	13	%4,5	21	%5.0	9
طهي اللحوم بشكل جيد	0	%0	0	%0	0	%0	10
الحذر عند مخالطة المصابين	12	%9.3	41	%14.4	53	%12.7	4
التوعية بأعراض الإصابة	11	%8.5	44	%15.4	55	%13,3	3
الخطورة على كبار السن والمرضى	7	%5.4	20	%7.0	27	%6.5	7
انتقال المرض من شخص لآخر	16	%12.4	20	%7.0	36	%8.7	6
تعزيز المراقبة للحد من الانتشار	21	%16.3	50	%17.5	71	%17.1	1
خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي	9	%7.0	55	%19.2	64	%15.4	2
المجموع	129	%100	286	%100	415	%100	

جدول رقم (13): التوعية الصحية بالجائحة (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (13) أن أكثر الرسائل التوعية الصحية في المرحلة الثالثة على موقع الفيسبوك كان تعزيز المراقبة للحد من الانتشار حيث بلغت نسبتها (16.3%) من مُجمل رسائل التوعية الصحية، تلاها الرسائل المتعلقة بغسل اليدين بالماء والصابون بنسبة (15.5%)، ثم أتت في المرتبة الثالثة امكانية انتقال المرض من شخص لآخر وبلغت نسبتها (12.4%)، أما في تويتر فقد كانت خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي هي الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (19.2%)، وتلاها تعزيز المراقبة للحد من الانتشار بنسبة (17.5%)، وجاء في المرتبة الثالثة التوعية بأعراض الإصابة بنسبة (15.4%)، تلتها نسبة متقاربة هي التوعية بالحذر من مخالطة المصابين وبلغت نسبتها (14.4%) من مُجمل فئات إطار التوعية الصحية التي قدّمتها رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات إطار التوعية الصحية في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المراحل الثلاثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		المجموع	%	التكرار
	تكرار	%	تكرار	%	التكرار		
ترك مسافة بين الاشخاص	26	%9.7	28	%4.8	54	%6.3	8
غسل اليدين بالماء والصابون	49	%18.5	112	%19.2	161	%19.0	1
عدم لمس الوجه	30	%11.2	69	%11.8	99	%11.6	3
ارتداء الكمامات	18	%6.7	28	%4.8	46	%5.4	9
طهي اللحوم بشكل جيد	11	%4.1	20	%3.4	31	%3.6	10
الحذر عند مخالطة المصابين	17	%6.4	59	%10.1	76	%8.9	5
التوعية بأعراض الإصابة	28	%10.5	28	%4.8	56	%6.6	7
الخطورة على كبار السن والمرضى	13	%4.9	43	%7.4	56	%6.6	7
انتقال المرض من شخص لأخر	26	%9.7	35	%6.0	61	%7.2	6
تعزيز المراقبة للحد من الانتشار	35	%13.1	85	%14.6	120	%14.1	2
خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي	14	%5.2	77	%13.1	91	%10.7	4
المجموع	267	%100	584	%100	851	%100	

جدول رقم (14): التوعية الصحية بالجائحة (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (14) أن أكثر رسائل التوعية الصحية في مُجمل المراحل الثلاثة على موقع الفيسبوك كان غسل اليدين بالماء والصابون حيث بلغت نسبتها (18.5%) من مُجمل رسائل التوعية الصحية، تلاها الرسائل المتعلقة بتعزيز المراقبة للحد من الإنتشار بنسبة (13.1%)، ثم أتت في المرتبة الثالثة عدم لمس الوجه وبلغت نسبتها (11.2%)، أما في تويتر فقد كان غسل اليدين بالماء والصابون الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (19.2%)، وتلاها تعزيز المراقبة للحد من الانتشار بنسبة (14.6%)، وجاء في المرتبة الثالثة خطورة الانتشار بين العاملين في المجال الصحي بنسبة (13.1%) من مُجمل فئات إطار التوعية الصحية التي قدّمتها رسائل منظمة الصحة العالمية.

2- الإطار التحذيري

توزعت فئات إطار التحذير من المرض الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
الانتشار السريع للمرض	3	%20.0	7	%13.5	10	%14.9	3
على الدول التحسب بمخاطر المرض	0	%0	7	%13.5	7	%10.4	4
المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات	0	%0	2	%3.8	2	%3.0	7
على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية	1	%6.7	4	%7.7	5	%7.5	6
تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين	3	%20.0	8	%15.4	11	%16.4	2
مخاطر المرض عالية إقليمياً وعالمياً	0	%0	6	%11.5	6	%9.0	5
تهيئة اللقاح سيستغرق مدة طويلة	0	%0	0	%0	0	%0	8
القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض	1	%6.7	4	%7.7	5	%7.5	6
انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين	7	%46.6	14	%26.9	21	%31.3	1
المجموع	15	%100	52	%100	67	%100	

جدول رقم (15): الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)

أظهرت نتائج الجدول رقم (15) أن أكثر الرسائل في الإطار التحذيري في المرحلة الأولى على موقع الفيسبوك كان الانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين حيث بلغت نسبته (46.6%) من مُجمل الرسائل التحذيرية، تلاها كل من الانتشار السريع للمرض وأن تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين حيث بلغت النسبة لكليهما (20%)، أما في تويتر فقد كان أيضاً الانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (26.9%)، وتلاها تفشّي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين بنسبة (15.4%)، وجاء في المرتبة الثالثة الانتشار السريع للمرض وكذلك أن على الدول التحسب بمخاطر المرض بنسبة لكليهما (13.5%) من مُجمل فئات إطار التحذير الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات الإطار التحذيري في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثانية وفقاً للتالي:

الفئة	التكرار		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
الانتشار السريع للمرض	8	%25.0	25	%16.9	33	%18.4	3
على الدول التحسب بمخاطر المرض	1	%3.1	12	%8.1	13	%7.2	5
المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات	1	%3.1	2	%1.4	3	%1.7	8
على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية	3	%9.4	3	%2.0	6	%3.3	7
تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين	3	%9.4	53	%35.8	56	%31.1	1
مخاطر المرض عالية إقليمياً وعالمياً	0	%	6	%4.0	6	%3.3	7
تهيئة اللقاح سيستغرق مدة طويلة	2	%6.2	7	%4.7	9	%5.0	6
القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض	7	%21.9	9	%6.1	16	%8.9	4
انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين	7	%21.9	31	%21.0	38	%21.1	2
المجموع	32	%100	148	%100	180	%100	

جدول رقم (16): الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (16) أن أكثر الرسائل في الإطار التحذيري في المرحلة الثانية على موقع الفيسبوك كان الانتشار السريع للمرض حيث بلغت نسبته (25%) من مُجمل الرسائل التحذيرية، تلاها كل من القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض والانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين حيث بلغت النسبة لكليهما (21.9%)، أما في تويتر فقد كان تفشّي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (35.8%)، تلاها في المرتبة الثانية الانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين وبنسبة (21%)، وتلاها الانتشار السريع للمرض بنسبة (16.9%) من مُجمل فئات إطار التحذير الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات الإطار التحذيري في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثالثة وفقاً للتالي:

الفئة	التكرار		توتير		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
الانتشار السريع للمرض	22	%30.2	42	%19.7	64	%22.4	1
على الدول التحسب بمخاطر المرض	6	%8.2	50	%23.5	56	%19.6	2
المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات	5	%6.8	0	%0	5	%1.7	9
على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية	7	%9.6	21	%9.9	28	%9.8	5
تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين	6	%8.2	12	%5.6	18	%6.3	7
مخاطر المرض عالية إقليمياً وعالمياً	6	%8.2	30	%14.1	36	%12.6	4
تهيئة اللقاح سيستغرق مدة طويلة	2	%2.7	10	%4.7	12	%4.2	8
القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض	7	%9.6	33	%15.5	40	%14.0	3
انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين	12	%16.5	15	%7.0	27	%9.4	6
المجموع	73	%100	213	%100	286	%100	

جدول رقم (17): الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (17) أن أكثر الرسائل في الإطار التحذيري في المرحلة الثالثة على موقع الفيسبوك كان الانتشار السريع للمرض حيث بلغت نسبته (30.2%) من مُجمل الرسائل التحذيرية، تلاها الانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين حيث بلغت النسبة (16.5%)، أما في تويتر فقد كان أن على الدول التحسب بمخاطر المرض الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (23.5%)، تلاها في المرتبة الثانية الانتقال السريع من للمرض وبنسبة (19.7%)، وتلاها القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض بنسبة (15.5%) من مُجمل فئات إطار التحذير الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وعليه فقد توزعت فئات الإطار التحذيري في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المراحل الثلاثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		المجموع	%	مرتبة مجموع التكرار
	تكرار	%	تكرار	%			
الانتشار السريع للمرض	33	%27.5	74	%18.0	107	%20.1	1
على الدول التحسب بمخاطر المرض	7	%5.8	69	%16.7	76	%14.3	4
المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات	6	%5.0	4	%1.0	10	%1.9	9
على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية	11	%9.2	28	%6.8	39	%7.3	6
تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين	12	%10.0	23	%5.6	35	%6.6	7
مخاطر المرض عالية إقليمياً وعالمياً	6	%5.0	91	%22.1	97	%18.2	2
تهيئة اللقاح سيستغرق مدة طويلة	4	%3.3	17	%4.1	21	%3.9	8
القلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض	15	%12.5	46	%11.1	61	%11.5	5
انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين	26	%21.7	60	%14.6	86	%16.2	3
المجموع	120	%100	412	%100	532	%100	

جدول رقم (18): الرسائل التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (18) أن أكثر الرسائل في الإطار التحذيري في مُجمل المراحل الثلاثة على موقع الفيسبوك كان الانتشار السريع للمرض حيث بلغت نسبته (27.5%) من مُجمل الرسائل

التحذيرية، تلاها الانتقال السريع من إنسان إلى إنسان في الصين حيث بلغت النسبة (21.7%)، أما في تويتر فقد كانت مخاطر المرض إقليمياً وعالمياً هي الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (22.1%)، تلاها في المرتبة الثانية الانتقال السريع من للمرض وبنسبة (18%)، وتلاها أن على الدول التحسب من مخاطر المرض بنسبة (16.7%) من مُجمل فئات إطار التحذير الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

3- الإطار التطميني

توزعت فئات إطار التطمين من المرض الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
عدم تقييد التجارة	2	%15.4	16	%19.0	18	%18.6	2
لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان	2	%15.4	23	%27.4	25	%25.8	1
لا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ	0	%0	8	%9.5	8	%8.2	6
الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض	3	%23.0	8	%9.5	11	%11.3	4
محاربة منظري المؤامرة	0	%0	0	%0	0	%0	9
اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين	2	%15.4	8	%9.5	10	%10.3	5
عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين	4	%30.8	10	%11.9	14	%14.4	3
حالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية	0	%0	6	%7.1	6	%6.2	7
حالات عدوى محدودة خارج الصين	0	%0	5	%6.1	5	%5.2	8
المجموع	13	%100	84	%100	97	%100	

جدول رقم (19): الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الأولى)

أظهرت نتائج الجدول رقم (19) أن أكثر الرسائل في الإطار التطميني في المرحلة الأولى على موقع الفيسبوك كان عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين حيث بلغت نسبته (30.8%) من مُجمل الرسائل التطمينية، تلاها الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض بنسبة

(23%)، أما في تويتر فقد كان أن لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (27.4%)، تلاها في المرتبة الثانية عدم تقييد التجارة وبنسبة (19%)، وتلاها عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان بنسبة (11.9%) من مُجمل فئات إطار التطمين الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات الإطار التطميني في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثانية وفقاً للتالي:

الفئة	التكرار		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
عدم تقييد التجارة	1	%6.2	3	%4.9	4	%5.2	5
لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان	2	%12.5	2	%3.3	4	%5.2	5
لا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ	0	%0	8	%13.1	8	%10,3	4
الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض	3	%18.8	10	%16.4	13	%16.9	2
محاربة منظري المؤامرة	4	%25.0	11	%18.0	15	%19.5	1
اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين	0	%0	2	%3.3	2	%2.6	6
عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين	3	%18.8	6	%9.8	9	%11.7	3
حالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية	2	%12.5	7	%11.5	9	%11.7	3
حالات عدوى محدودة خارج الصين	1	%6.2	12	%19.7	13	%16.9	2
المجموع	16	%100	61	%100	77	%100	

جدول رقم (20): الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (20) أن أكثر الرسائل في الإطار التطميني في المرحلة الثانية على موقع الفيسبوك كان محاربة منظري المؤامرة حيث بلغت نسبته (25%) من مُجمل الرسائل التطمينية، تلاها كل من الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض وعدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج

الصين بنسبة (18.3%) لكل منهما، أما في تويتر فقد كان أنّ هناك حالات عدوى محدودة خارج الصين الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (19.7%)، تلاها في المرتبة الثانية محاربة منظري المؤامرة وبنسبة (18%)، وتلاها الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض بنسبة (11.9%) من مُجمل فئات إطار التطمين الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات الإطار التطميني في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثالثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
عدم تقييد التجارة	0	%0	0	%0	0	%0	5
لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان	0	%0	0	%0	0	%0	5
لا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ	2	%6.7	5	%6.2	7	%6.3	4
الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض	2	%6.7	10	%12.3	12	%10.8	2
محاربة منظري المؤامرة	2	%6.7	6	%7.4	8	%7.2	3
اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين	0	%0	0	%0	0	%0	5
عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين	0	%0	0	%0	0	%0	5
حالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية	2	%6.7	5	%6.2	7	%6.3	4
حالات عدوى محدودة خارج الصين	22	%73.2	55	%67.9	77	%69.4	1
المجموع	30	%100	81	%100	111	%100	

جدول رقم (21): الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (21) أن أكثر الرسائل في الإطار التطميني في المرحلة الثالثة على موقع الفيسبوك كان حالات عدوى محدودة خارج الصين حيث بلغت نسبته (73.2%) من مُجمل الرسائل التطمينية، تلاها كل من الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض، ولا ضرورة لإعلان حالة

الطوارئ، و محاربة منظري المؤامرة، وحالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية بنسبة (6.7%) لكل منهما، أما في تويتر فقد كان أيضاً أن هناك حالات عدوى محدودة خارج الصين الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (67.9%)، تلاها في المرتبة الثانية الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض وبنسبة (12.3.%) من مُجمل فئات إطار التطمين الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

وتوزعت فئات الإطار التطميني في الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في مُجمل الفترات الثلاثة وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%	المرتبة
	تكرار	%	تكرار	%			
عدم تقييد التجارة	3	%5.3	19	%8.4	22	%7.8	5
لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان	4	%7.0	25	%11,1	29	%10.3	3
لا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ	2	%3.5	21	%9.3	23	%8.1	4
الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض	8	%14.0	28	%12.4	36	%12.7	2
محاربة منظرين المؤامرة	6	%10.5	17	%7.5	23	%8.1	4
اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين	2	%3.5	10	%4.4	12	%4.2	7
عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين	5	%8.8	16	%7.1	21	%7.4	6
حالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية	4	%7.0	18	%7.9	22	%7.8	5
حالات عدوى محدودة خارج الصين	23	%40.4	72	%31.9	95	%33.6	1
المجموع	57	%100	226	%100	283	%100	

جدول رقم (22): الرسائل التطمينية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (22) أن أكثر الرسائل في الإطار التطميني في مُجمل المراحل الثلاثة على موقع الفيسبوك كان حالات عدوى محدودة خارج الصين حيث بلغت نسبته (40.4%) من مُجمل الرسائل التطمينية، تلاها كل من الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض بنسبة (14%)، أما

في تويتر فقد كان أيضاً أن هناك حالات عدوى محدودة خارج الصين الأعلى في هذه المرحلة وبنسبة (31.9%)، تلاها في المرتبة الثانية الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض وبنسبة (12.4 %) من مُجمل فئات إطار التطمين الذي قدّمته رسائل منظمة الصحة العالمية.

الاجابة عن السؤال الرابع للدراسة: ما نسبة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية وثبت عدم صحتها لاحقاً على شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير؟

توزعت فئات الرسائل الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية المتعلقة بجائحة كوفيد-19 وثبت عدم صحتها لاحقاً على موقعي فيسبوك وتويتر في المرحلة الأولى وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
	تكرار	%	تكرار	%		
الرسائل التي ثبتت عدم صحتها	5	%45.5	16	%10.5	21	%12.8
الرسائل التي اثبتت صحتها	6	%54.5	137	89.5	143	%87.2
المجموع	11	%100	153	%100	164	%100

جدول رقم (23): فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الأولى)

أظهر الجدول رقم (23) أن (45.5%) من الرسائل التي بثتها منظمة الصحة العالمية على موقع الفيسبوك في المرحلة الأولى ثبت عدم صحتها لاحقاً، قابلها (10.5%) من مُجمل الرسائل المنشورة على تويتر لذات المرحلة. وتوزعت فئات الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثانية وثبت عدم صحتها لاحقاً وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
	تكرار	%	تكرار	%		
الرسائل التي ثبتت عدم صحتها	3	%7.7	5	%1.1	11	%2.3
الرسائل التي اثبتت صحتها	36	%92.3	443	%98.9	479	%97.7
المجموع	39	%100	448	%100	490	%100

الجدول (24): فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الثانية)

أظهرت نتائج الجدول رقم (24) أن (7.7%) من الرسائل التي بثتها منظمة الصحة العالمية على موقع الفيسبوك في المرحلة الثانية ثبت عدم صحتها لاحقاً، قابلها (1.1%) من مُجمل الرسائل المنشورة على تويتر لذات المرحلة. بينما توزّعت فئات الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في المرحلة الثالثة وثبت عدم صحتها لاحقاً وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
	تكرار	%	تكرار	%		
الرسائل التي ثبتت عدم صحتها	1	%2.2	3	%0.6	4	%0.7
الرسائل التي اثبتت صحتها	44	%97.8	558	%99.4	603	%99.3
المجموع	45	%100	561	%100	607	%100

جدول رقم (25): فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (المرحلة الثالثة)

أظهرت نتائج الجدول رقم (25) أن (2.2%) من الرسائل التي بثتها منظمة الصحة العالمية على موقع الفيسبوك في المرحلة الثانية ثبت عدم صحتها لاحقاً، قابلها (0.6%) من مُجمل الرسائل المنشورة على تويتر لذات المرحلة. وبناء عليه توزعت فئات الرسائل التي قدّمتها منظمة الصحة العالمية في مُجمل المراحل الثلاثة وثبت عدم صحتها لاحقاً وفقاً للتالي:

الفئة	فيسبوك		تويتر		مجموع التكرار	%
	تكرار	%	تكرار	%		
الرسائل التي ثبتت عدم صحتها	9	%9.5	24	%2.1	33	%2.6
الرسائل التي أثبتت صحتها	86	%90.5	1138	%97.9	1224	%97.4
المجموع	95	%100	1162	%100	1257	%100

جدول رقم (26): فئات الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً (مجموع المراحل)

أظهرت نتائج الجدول رقم (26) أن (9.5%) من الرسائل التي بثتها منظمة الصحة العالمية على موقع الفيسبوك في مُجمل المراحل الثلاثة ثبت عدم صحتها لاحقاً، قابلها (2.1%) من مُجمل الرسائل المنشورة على تويتر لذات المرحلة.

الفصل الخامس
مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمّن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة والتي قامت على تحليل المحتوى للرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية على منصتي الفيسبوك وتويتر للمدة من 2019/12/30–2020/3/11 فترة بدايات انشار مرض كوفيد–19 في الصين ومن ثم انتشاره العالمي. وفيما يأتي استعرض النتائج بحسب أسئلة الدراسة والتي تم تقسيمها إلى ثلاث مراحل ووفقاً للتالي:

- المرحلة الأولى: 2019/12/30–2020/1/22
- المرحلة الثانية: 2020/1/23–2020/2/15
- المرحلة الثالثة: 1020/2/16–2020/3/11

وتم اختيار هذه الفترة تحديدا كونها الفترة التي شكلت بداية ظهور المرض، فكانت الفترة المفصلية في التعامل مع المرض، وهي الفترة التي تركز عليها بعد ذلك الجدل واثيرت حولها الشكوك في الإجراءات المتخذة من قبل المنظمة حتى وصلت بعض الشكوك إلى توجيه الاتهامات بالإهمال أو الانحياز. كون أن بدايات انتشار المرض من اهم المراحل التي كان من الممكن السيطرة عليه فيها.

أولاً: مناقشة سؤال الدراسة الأول: ما مستوى اهتمام الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية عبر شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر للتعامل مع جائحة (كوفيد–19)؟

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة اهتمام منظمة الصحة العالمية بالمرض كانت متفاوتة بشكل ملحوظ بين منصتي الفيسبوك وتويتر، إذ كان الاهتمام أكبر في تويتر عنه في الفيسبوك فبالنظر إلى نسبة الرسائل المتعلقة بالمرض على تويتر يظهر أن ما يزيد عن ثلثي رسائل المنظمة (68.8%) كانت عن المرض في حين لم تصل نسبة رسائل المنظمة عبر فيسبوك إلى النصف من مُجمل

الرسائل المرسلة (42.4%) وفي هذا الامر غرابة واضحة. ذلك انه لو كانت النسبة قليلة في المنصتين لكان من الممكن تعليل ذلك بعدم إحساس المنظمة بخطورة الامر آنذاك، لكن الاهتمام الذي ابدته المنظمة في موقع تويتر يؤشر إلى إدراك المنظمة لخطورة الوضع، وبالتالي يخرج سؤال مفاده التالي: طالما أن المنظمة مدركة لخطورة الوضع لماذا لم تهتم بذات القدر بمنشوراتها على الفيسبوك؟ ومعروف ان تويتر يعتبر منصة نخبوية أي انها للنخب بالدرجة الأولى، في حين ان الفيسبوك يعتبر منصة شعبية أكثر انتشارا بين العامة.

وبهذا فإن هذه النتيجة تشير إلى ان تعامل منظمة الصحة العالمية مع المرض كان فيه شيء من المحاباة بين النخب والعامة، الامر الذي تعلن المنظمة عكسه على الدوام في بياناتها التي تنتقد عدم التوزيع العادل للقاحات في العالم.

وتأكيداً على هذا الفارق فان عدد الرسائل التي بثتها المنظمة في المرحلة الأولى على الفيسبوك لم يتجاوز (14.7%) من مُجمل الرسائل للمنظمة قابلتها (57.5%) في تويتر، أما في المرحلة الثانية فقد بلغت (54%) في فيسبوك و(63.7%) تويتر (57.7%) في الفيسبوك للمرحلة الثالثة قابلها (77.8%) في تويتر. وبالرجوع إلى دراسة (هاني الضمور) المتناولة لأهمية تأثير منصات التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من جائحة COVID-19 والتي خلصت إلى أن تأثير السلوك الصحي الصحيح في منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى سلوك إيجابي للأفراد، فإن هذا النهج الذي انتهجته منظمة الصحة العالمية في تمييزها بين النخب والعامة كان لا بد له أن يؤدي إلى سلوك سلبي عند الأفراد.

ثانيا: مناقشة سؤال الدراسة الثاني: ما الأشكال الاتصالية لمحتوى رسائل منظمة الصحة العالمية المنشورة على شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر أثناء انتشار جائحة (كوفيد-19)؟

أظهرت نتائج الدراسة ان كل من الإعلانات التوعوية والاخبار حصلت على نصيب الأسد من عدد أشكال الرسائل الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية، حيث كانت النسبة الأكبر على موقع الفيسبوك للأخبار، تليها الفيديوهات التعليمية، وانعكس هذا الامر مع تويتر حيث كانت نسبة الإعلانات التوعوية أكبر عددا من الاخبار بالرغم من ان الفارق بسيط. وبهذا اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Alex) واخرون من جانب ان الفيسبوك وتويتر لهم نفس الدور التوعوي الذي تقوم به الصحف الالكترونية كصحيفة (ويبو) الصينية للوقاية من المرض.

ثالثا: مناقشة سؤال الدراسة الثالث: ما المحتوى الضمني للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة في رسائلها المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) على منصتي فيسبوك وتويتر؟

توزعت المحتويات الضمنية للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية على إطار رئيسي هو الإطار الإنساني وتفرع عنه ثلاثة أطر هي:

1- الإطار التوعوي.

2- الإطار التحذيري.

3- الإطار التطميني.

ما المحتوى الضمني للأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة في رسائلها المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) على منصتي فيسبوك وتويتر وقد حظي الإطار التوعوي بالنصيب الأكبر بين هذه الأطر حيث بلغت نسبة الرسائل التوعوية (57%) من مُجمل الرسائل، وجاء بالمرتبة الثانية الاطار التحذيري الذي كانت نسبته (35.6%) وجاء في المرتبة الثالثة الاطار التطميني الذي بلغت نسبته (7.4%) من مُجمل الرسائل، واذا ما تمّ النظر إلى هذه النسب كأرقام مجردة يمكن أن تكون منطقية أو معقولة لكن الامر سيختلف إن تم النظر إلى هذه النسب بتمعن أكثر، والسبب في ذلك

يعود لمعوقات عدّة لعلَّ أبرزها، أن هذه الأرقام تم رصدها في بدايات ظهور المرض وطرق العدوى وطرق الوقاية لم تكن واضحة تماما.

فالأمر الذي كان واضحاً هو أن هناك مرضاً جديداً يسبب الوفاة للعديدين، وبالتالي كان الأجدر في منظمة أممية عالمية كمنظمة الصحة العالمية أن تقوم في ذلك الوقت الحرج الذي تجهل فيه معظم الجوانب المتعلقة بالمرض الناشئ بتوجيه جل اهتمامها إلى الإطار التحذيري، خصوصا مع انقسام العالم حينها إلى قسمين: قسم يستهين بخطورة المرض، ويشكك بوجوده من الأصل، وقسم آخر مذعور منه، وبالتالي فإن القسم الأول استكان ولم يكترث بكمّ الرسائل التوعوية التي كان الأولى ان تكون رسائل تحذيرية علها تزيد من الاختمام بالتصدي للمرض، خصوصا وان التوعية لم تكن دقيقة وفعالة بالدرجة الكافية كون المرض لا زال حينها غامضا، كل هذا تزامن مع رسائل تطمينيه جعلت عدم المكترثين تزداد لا مبالاتهم، الأمر الذي تسبب بعد ذلك في زيادة وسرعة تفشي المرض.

أما الخائفون من المرض فقد كان الأمر مختلفا معهم ذلك أنه من المعروف ان الخائف يتعلق بأي شيء ليخفف من مخاوفة، وهذا ما حصل مع التوعية في الاطار التطميني، فمع ان نسبة الرسائل المطمئنة لم تتجاوز (7.4%) الا أن تلك الرسائل التي ثبت عدم صحتها انتشرت بين الناس وتداولتها شبكات التواصل الاجتماعي ومن ثم جمهورها بشكل كبير جعل من تأثيرها مضاعف على غير المكترثين، إضافة إلى ذلك زادت هذه الرسائل من كثرة الشائعات حول المرض وأصبح الناس يتخبطون بين المعلومة الصحيحة وعكسها، وبدا الخائفون يريحون أنفسهم بهذه الرسائل التطمينية الأمر الذي أدى بعد ذلك إلى تراخيهم في اخذ الاحتياطات اللازمة للتعامل مع المرض بل وحتى اللقاحات فيما بعدها.

وبناءً عليه فإن منظمة الصحة العالمية لم تحسن اختيار الأطر الإعلامية المناسبة في بداية المرض مما أدى إلى عواقب وخيمة دفع العالم ثمنا باهظا لها.

والأمر الذي زاد من تفاقم المشكلة ان طبيعة الرسائل التطمينية التي تم بثّها من قبل المنظمة خصوصا في المرحلة الأولى من المرض دعت إلى عدم تقييد التجارة بين البلدان والتأكيد على عدم ضرورة حظر السفر، إضافة إلى التطمين عن الوضع عن طريق الإشادة بجهود الصين في احتواء المرض والإعلان عن عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين وتأكيدها أن انتشار العدوى مقتصر على الأسر والعاملين الملاصقين للمصابين، وزاد الأمر خطورة حين أعلنت المنظمة في المرحلة الثالثة ألا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ العالمية وأن حالات العدوى خارج الصين محدودة للغاية.

إن هذه الرسائل في بداية ظهور المرض أدّت إلى عدم اتخاذ إجراءات كان يمكن لها لو اتخذت أن تجنب العلم هذا الانتشار الذي حدث بعد ذلك. ولابد أن الرئيس الأمريكي السابق ترامب حين وجهه اللوم إلى منظمة الصحة العالمية كان يستند في لومه إلى هذه المعطيات. وتتوافق هذه الدراسة مع دراسة (رمضان ومنصور) عن كيفية دور وسائل التواصل الاجتماعي في توليد الذعر والخوف إذا كانت رسائلها تبث بشكل عشوائي.

رابعا: مناقشة سؤال الدراسة الرابع: ما نسبة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية وثبت عدم صحتها لاحقاً على شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

أظهرت نتائج الدراسة وجود تفاوت ملحوظ في نسبة الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً بين فيسبوك وتويتر حيث كانت النسبة في الفيسبوك اعلى منها في تويتر إذ بلغت في الفيسبوك (9.5%)

مقابل (2.1%) في تويتر، وهذا امر لابد من الوقوف عنده والتساؤل هل كان تعامل منظمة الصحة العالمية بحرص أو بدقة أكثر مع تويتر؟

وربما يكون تفسير ذلك السؤال بأنه ليس بالضرورة حدوث هذا، ذلك أن عدد الرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً من حيث العدد متقارب في كل من الفيسبوك وتويتر، لكن وبما أن عدد مُجمل الرسائل في تويتر كان أعلى فإن النسبة كانت أقل.

لكن الأمر الملاحظ أن الغالبية العظمى للرسائل التي ثبت عدم صحتها لاحقاً كان ضمن الإطار التطميني، الأمر الذي يضع العديد من التساؤلات حول نوايا المنظمة من تلك الرسائل. وبهذا يمكن الخلوص إلى أن المنظمة كانت تقوم بتأطير تطميني غير مستند إلى الحقائق. وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (عمر وحسام) من ناحية صحة المعلومة واهميتها في وسائل التواصل الاجتماعي حيث يتعرض لها عدد كبير من الجمهور.

مناقشة السؤال الرئيس للدراسة: ما الأطر الإعلامية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد -19)؟

من خلال هذه الدراسة للأطر التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في التعامل مع كوفيد-19 تبين ان منظمة الصحة العالمية ركزت على أطر لم تخدم المصلحة العامة، وأنها جاملت الصين بشكل أو بآخر لأسباب لا تعني هذه الدراسة بالبحث فيها، كما أن المنظمة اهتمت بمخاطبة النخب العالمية وفضلتها على العامة من الناس، إذ تجلى ذلك بعدم موازنتها في الرسائل الاتصالية بين منصتي تويتر والفيسبوك، حيث كان الاهتمام الأكبر منصباً على موقع تويتر. وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة (بتول السيد مصطفى) من ناحية أهمية المصدر الإعلامي الذي تعرضت إليه النخب العربية في أخذ المعلومة عن طريق الخطاب الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية.

التوصيات

1- على منظمة الصحة العالمية عدم التميز بين النخب وعامة الناس في رسائلها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

2- يجب على منظمة الصحة العالمية المسارعة إلى أخذ التدابير لاحتواء أي مرض من بداياته، تلافياً لتفاقم الأمور وخروجها عن السيطرة كما حدث في جائحة كوفيد 19.

3- ضرورة العمل على نيل ثقة الجماهير عن طريق التعامل بشفافية مع الرسائل الإتصالية للقضاء على الشائعات، تجنباً لما حدث في عدم استجابة الشعوب لأخذ اللقاح نتيجة للعجز في التصدي للمعلومات المغلوطة والشائعات التي تم تداولها.

4- يجب التركيز على الرسائل التحذيرية قبل إطلاق الرسائل التطمينية في حالات الأزمات الصحية الوبائية تلافيا للتراخي الذي يمكن أن يحدث من جراء ذلك.

5- على منظمة الصحة العالمية عدم التسرع في إطلاق بياناتها، والإستعانة بخبراء من الإعلام في صياغة بياناتهم وبثها.

6- توصية للبحوث المستقبلية بإنجاز بحث عن تقييم المختصين بالإعلام الصحي لدور منظمة الصحة العالمية في جائحة كوفيد-19.

7- يجب على الباحثين مستقبلا لأعداد بحث عن البعد السياسي لنشاطات وتصريحات المنظمة.

8- كما ويجب تحليل مضمون منشورات المنظمة لفترة أعقبت فترة البحث ولا سيما اللقاحات والجدل بخصوصها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- الدبيسي، عبد الكريم والطاهات، زهير ياسين (2013)،" دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية". مجلة دراسات العلوم الإنسانية، 40، (1). 66-81.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2016)، (2018). **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون**. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق (2020). **الاعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة**. عمان: دار الابتكار للنشر.
- لوماشي، اسيا ومحمدي، وفاء (2009). اعداد الرسالة الإعلامية. جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- الكسواني، حنان حسن (2009). **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية**. (دراسة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.
- الكرخي، علي عبد الهادي (2017). **الاعلام الجديد في القنوات التلفزيونية**، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- المزاهرة، منال هلال (2018). **نظريات الاتصال**. ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المسفر، محمد (2018). **((تحليل الرسائل الإعلامية وتأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي))**، مجلة المفكر، العدد الثالث، ص32-61.

- المشهداني، سعد سليمان (2020). **مناهج البحث الإعلامي**. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- النعيمي، محمد عبد العال والبياتي عبد الجبار توفيق وخليفة، غازي جمال (2009). **طرق ومناهج البحث العلمي**، ط1، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- السديري، محمد (2020)" دور الرسائل الإعلامية في تشكيل الرواية العالمية لتفشي فيروس كورونا" معهد دول الخليج العربية في واشنطن.
- السيد مصطفى، بتول (2020). ((اتجاهات النخب العربية نحو الخطاب الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية خلال جائحة كورونا)). دراسة ماجستير منشورة، **مجلة التمكين الاجتماعي**، م2، العدد 4، 9-22.
- الشمري، جدعان فاضل (2020). ((استخدامات البعثات الكويتية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة مع الجمهور)) **المجلة العربية السعودية للأعلام والاتصال**، العدد 24 (30 نوفمبر/تشرين الثاني 2020)، 93-136.
- الموسى، عصام سليمان (2009)" المدخل في الاتصال الجماهيري" ط6، عمان، دار اثراء للنشر والتوزيع.
- جرّار، ليلى. (2012). **الفيس بوك والشباب العربي**، الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع.
- جدوع، محمد جبار وجعفر، مهند اياد (2020)،" مسؤولية منظمة الصحة الدولية في انتشار فيروس (كوفيد_19)، " **مجلة مركز دراسات الكوفة 1، (58) 459-478.**

- زامل، محمد حميد (2018). **توظيف شبكة "توتير" في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية 6102 تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترامب "نموذجا.** (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.
- حسونة، نسرين (2015). **نظريات الاتصال والاعلام.** القاهرة: دار شبكة الالوكة.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين (2006). **الاتصال ونظرياته المعاصرة.** ط9، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين (2017). **الاتصال ونظرياته المعاصرة،** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مصطفى، بتول السيد (2020)." اتجاهات النخب العربية نحو الخطاب الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية خلال جائحة كورونا"، **مجلة التمكين الاجتماعي، 2. (4).9-22.**
- منصور، عاصم (2021). فوضى التصريحات، **صحيفة الغد الاردنية،** عدد 5976.
- مراد، كامل خورشيد (2014). الاتصال الجماهيري والاعلام. ط2، عمان: دار المسيرة.
- مغزيلي، نوال، (2018). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية". **مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الاغواط، مجلد رقم 7، عدد28.**
- مركز المحتسب للاستشارات (1438). **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب توتير انموذجا.** الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع.

- متري، جوزيف أنطوان (2013)" دور قنوات التلفزيون الحكومية والخاصة في تشكيل معارف الشباب واتجاهاته نحو قضايا الامن القومي المصري". **المجلة المصرية، جامعة القاهرة، مجلد رقم 12، عدد3.**
- عيشوش، بن عمر، وبوسرسوب، حسان (2020)" دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 "، **مجلة التمكين الاجتماعي،2. (2). 288-309.**
- عبد الحميد، محمد (2004). **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، ط3، القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (2017). قوة التغريد والتأثيرات المزدوجة لـ توتير في الراي العام الخليجي، **مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة**، ابوظبي، الامارات.
- صالح، سليمان سالم (2019). **نظريات الاتصال والاعلام**. عمان: دار حنين.
- قادري، حليمة (2019). التواصل الاجتماعي. الجزائر: الدار المنهجية.
- قرة، عائشة، وحامدي، كنزة (2019) "تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، المانيا، العدد الثامن، ص 118- 134.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Ahmad, A.R. & Murad, H. R. (2020) " The Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study *(JOURNAL OF MEDICAL INTERNET, VOL 22, NO 5)*, Journal of Medical Internet Research, Department of Administration, College of Humanities, University of Raparin, Iraq.

Aaron Kandola (2020). Coronavirus cause: Origin and how it spreads. https://www.medicalnewstoday.com/articles/coronavirus-causes

A. I. Salitskii & E. A. Salitskaya, (2020). the United States and China: Deadlocks and Paradoxes of Trade War, *Herald of the Russian Academy of Sciences.*

BY MEDIATEXTHACK TEAM, (2014), Media studies 101, 25 Framing, Part Two: Culture and Contexts, file:///C:/Users/AL-TARIQCS/Downloads/Media-Studies-101-1540433146._print.pdf

BBC, NEWS (2020). New coronavirus variant: What do we know? https://www.bbc.com/news/health-55388846

CDC, INFO (2021)" Symptoms of COVID- 19" U.S. Department of Health & Human Services, USA.gov. https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/symptoms-testing/symptoms.html

CUTTINGEDGE, how to create compelling key messages? CUTTINGEDGE, https://cuttingedgepr.com/create-compelling-key-messages/

CDC, (2021), Centers for Disease Control and prevention, how to Protect Yourself & Others, https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/prevention.html

CNBC, (2020). China did not warn public of likely pandemic for six key days. https://www.cnbc.com/2020/04/15/china-didnt-warn-public-of-likely-pandemic-for-6-key-days.html

CNN, herth (2020) Coronavirus Outbreak Timeline Fast Facts. https://edition.cnn.com/2020/02/06/health/wuhan-coronavirus-timeline-fast-facts/index.html

Dmour, H. And others (2020). Influence of Social Media Platforms on Public Health Protection Against the COVID-19 Pandemic via the Mediating Effects of Public Health Awareness and Behavioral Changes: Integrated Model, *(JOURNAL OF MEDICAL INTERNET, VOL 22, NO 8)*, Journal of Medical Internet Research, The University of Jordan, Amman, Jordan & Princess Sumaya University for Technology, Amman, Jordan.

Encyclopedia Britannica, (2019), World Health Organization, UN public health agency.

Edited By Stephen D. Reese, Jr. Gandy, August E. Grant. (2001). Framing public life "Pub. Location New York.

FDA, U.S. Food & DRUG ADMINISTRTION (2021) "Know Your Treatment Options for COVID-19" https://www.fda.gov/consumers/consumer-updates/know-your-treatment-options-covid-19

Framing, 2021 Framing (social sciences), From Wikipedia, the free encyclopedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Framing_ (social sciences).

Facebook meaning. https://www.yourdictionary.com/facebook.

Goffman, Erving. (1974) Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience. New York. https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC571E/um/E.Goffman-FrameAnalysis.pdf. https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC571E/um/E.Goffman-FrameAnalysis.pdf.

Ifechukwu, Ekene (2018). Media Literacy: The Literacy Skill for the 21st Century, Eduonwheels, https://www.eduonwheels.com.ng/media-literacy-the-literacy-for-the-21st-century/

Koon, A. Ch. &Bik Ngai, C. S.& Singh, R. G. (2020)" Grappling with the COVID-19 Health Crisis: Content Analysis of Communication Strategies and Their Effects on Public Engagement on Social Media", *(JOURNAL OF MEDICAL INTERNET, VOL 22, NO 8)*, Journal of Medical Internet Research, The University of Hong Kong, Hong Kong, China

Marra, Jesse and Myer, Rachel, (2020). Framing Theory. https://sites.psu.edu/rachelmyer/2020/02/11/framing-theory/

"MayoClinic.org, (2021) https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963

Munich Security Conference. *World Health Organization.* 2020. Feb 15. https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security- conference

Pholidota, Pangolins. By Nowak, R.M. 1991. Walker's Mammals of the World. Volume 11. Johns Hopkins University Press, Baltimore. https://ucmp.berkeley.edu/mammal/eutheria/pholidota.html

Social Networking (2021)" What Is Social Networking?" By WILL KENTON Reviewed by JULIUS MANSA. https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp

Sahni, Heena & Sharma, Hunny. Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive? (JOURNAL OF MEDICAL INTERNET, VOL 6, NO 2.70-75), Journal of Medical Internet Research, College of Dental Sciences and Research, India.

Scheufele D. A. (1999)" Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, Volume 49, Issue 1, March 1999, Pages 103–122.

The guardian News, (2021). WHO scientist who spoke out about Italy's handling of Covid crisis resigns. https://translate.google.com/translate?hl=ar&sl=en&u=https://www.theguardian.com/world/2021/mar/14/who-scientist-who-spoke-out-about-italy-handling-of-covid-crisis-resigns&prev=search&pto=aue

The guardian, (2021). China rejects Biden's call to examine Covid origin theories. https://www.theguardian.com/world/2021/may/27/china-rejects-bidens-call-to-examine-covid-origin-theories

The guardian News, (2021) UK scientists trial drug to prevent infection that leads to Covid, https://www.theguardian.com/world/2020/dec/25/uk-scientists-trial-drug-to-prevent-coronavirus-infection-leading-to-disease

THEHINDU (2020). WHO chief defends handling of coronavirus pandemic against Trump criticism, https://www.thehindu.com/news/international/who-chief-defends-handling-of-coronavirus-pandemic-against-trump-criticism/article31295132.ece

Twitter (2020). https://investor.twitterinc.com/home/default.aspx

UN, environment program me, (2020). Science points to causes of COVID-19. https://www.unep.org/news-and-stories/story/science-points-causes-covid-19

Website computer hope, (2020),'Twitter', /www.computerhope.c https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp

World Health Organization Infodemic management: a key component of the COVID-19 global response. *Weekly Epidemiological Record*. 2020; 95(16):145–160. https://apps.who.int/iris/handle/10665/331775. [Google Scholar]

What does twitter mean. 2013. https://www-techopedia-com.translate.goog/definition/4957/twitter?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ar&_x_tr_hl=ar&_x_tr_pto=sc.

YL, Young African Leaders (2014), Media Literacy: Five Core Concepts Initiative https://yali.state.gov/media-literacy-five-core-concepts/ U.S. Department of State.

ثالثا: المراجع الالكترونية

- الجزيرة (2020) " في زمن كورونا تدابير للحماية من القرصنة الالكترونية" https://www.aljazeera.net/news/international/2009/4/27/
- الفولي، محمد السيد سليمان (2015). الإعلامي المتميز: معاملة الرسالة الإعلامية، انماطها، عناصرها، اشكالها. https://kenanaonline.com/users/drFouly/posts/792066
- الشريف، وقاص (2011) "مدونة". www.wagas.me/?p=258
- أبو الرب، أسامة (2020). قصة كورونا في ذكرى ظهوره الأول، الجزيرة: الدوحة. https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2020/12/31/
- آر. تيRT (2020). **الولايات المتحدة تحمل الصين كامل المسؤولية عن انتشار فيروس كورونا**. https://arabic.rt.com/world/2020/7/15
- الأمم المتحدة (2021)" الاستجابة كوفيد- 19 https://www.un.org/ar/coronavirus/covid-19-faqs
- الأمم المتحدة (2021)" الأمم المتحدة ترحب بعودة الولايات المتحدة الى منظمة الصحة العالمية، https://news.un.org/ar/story/2021/01/1069452
- الاناضول (2020). ترامب: منظمة الصحة العالمية اخطات الحكم على تفشي كورونا. https://www.aa.com.tr/ar

- بترا. وكالة الانباء الأردنية (2021) النشرة العامة،

https://petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=167755&lang=ar&name=news

- وكالة الأنباء الفرنسية (2020). **الصين ترد بغضب على "أكاذيب مكشوفة" حول تفشي فيروس كورونا**. عدد 2020/4/28، فرانس 24: باريس.

https://www.france24.com/ar/

- يونيسف(2020)" كيف تحمي نفسك واطفالك"، www.unicef.org/

- مهدي، لبنى (2020). ما هي أهمية الرسائل الإعلامية. ، https://e3arabi.com

- ما كويل، دينيس (2012). الرسالة الإعلامية العربية. www.philadelphia.edu.jo

- محيط (2021)" تعريف الفيسبوك الحديث في 2021" https://m7et.com/

- موضوع (2017) " تعريف منظمة الصحة العالمية"، https://mawdoo3.com/

- موقع CNN بالعربية (2020)" بعد الخلاف مع ترامب، منظمة الصحة العالمية تكشف طبيعة العلاقة مع امريكا".

https://arabic.cnn.com/world/article/2020/06/15/amid-dispute-trump-wh-us-still-member

- موقع BBC (2020)" قسم المتابعة الإعلامية"

https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52084379

- موقع BBCNEWS (2020) "فيروس كورونا: لماذا صنفته منظمة الصحة العالمية وباءً عالميا".https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-51854975

- موقع BBC NEWS (2020)" فيروس كورونا هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر والخوف؟" https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52084379
- موقع قناة الحرة (2020)" تركز على الصين".. ترامب يهاجم منظمة الصحة العالمية ويتوعدها" www.alhurra.com/
- منظمة الصحة العالمية، من نحن، وما هو عملنا،
- https://www.who.int/ar/about/governance/world-health-assembly/seventy-third-world-health-assembly/the-who-and-the-wha-an-explainer
- منظمة الصحة العالمية، الصفحة الرئيسية، دستور منظمة الصحة العالمية، https://www.who.int/about/ar/
- منظمة الصحة العالمية,تقرير 21/يناير, Novel Coronavirus (2019-nCoV) SITUATION REPORT - 1 21 JANUARY 2020 https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf
- منظمة الصحة العالمية (2020). أرشيف كوفيد-19: التسلسل الزمني لإجراءات المنظمة https://www.who.int/ar/news/item/04-09-1441-who-timeline---covid-19

- منظمة مايو كلينك (2020)" فيروس كورونا المستجد 2019"، www.mayoclinic.org/ https://www.mayoclinic.org/ar/tests-procedures/convalescent-plasma-therapy/about/pac-20486440
- مقالات (2019)" بحث عن الفيس بوك" https://mqalaat.com
- موقع (France 24 /2020/3/11). www.france24.com/
- موقع الجزيرة، البث الحي،www.aljazeera.net
- مدونة علاجك الطبية (2020)" تعرف على فيروس كورونا اعراضه والوقاية منه"، www.ilajak.com
- موقع https://www.dw.com/ (2020)" سلاح بيولوجي وفيروس خدعة"
- موقع https://www.dw.com/ar/ (2021). بين نفي الصين وضغوطات واشنطن.. كيف نشا فيروس كورونا اذن؟
- سكاي نيوز عربية (2020)" الصحة العالمية ترد على "تهديد" ترامب بقطع التمويل: ليس وقته" www.skynewsarabia.com/
- عربية sky news (2020). هل كورونا "خدعة كبرى"؟ 7 صفات لأصحاب "نظريات المؤامرة".https://www.skynewsarabia.com/varieties/1345137-%D
- عربية سكاي نيوز (2020). ترامب يهدد منظمة الصحة العالمية، 19 مايو 2020 https://www.skynewsarabia.com/world
- فريق slide player. المدخل النفسي للرسالة الإعلامية. https://slideplayer.ae/slide/17423642/
- فنجان (2020)" ما هو توتير وكيفية استخدامه" ، https://funjaan.com/

- صحيفة النهار (2016)" اليكم أشهر 10 مواقع للتواصل الاجتماعي،

https://www.annahar.com/arabic/article/479138

- روف، بيتر (2020)، برنامج "ما وراء الخبر" حلقة 2020/5/7. قناة الجزيرة، الدوحة.

https://www.youtube.com/watch?v=tFf6eRZNirA

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة المحكمين

	الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	الجامعة
1	د. تيسير أبو عرجه	أستاذ	صحافة	البترا
2	د عزت حجاب	أستاذ	سياسات اعلامية	الشرق الأوسط
3	د. حارث عبود	أستاذ	تكنولوجيا تعليم واعلام	العربية المفتوحة
4	د. علي نجادات	أستاذ	صحافة	اليرموك
5	د. كامل خورشيد	أستاذ مشارك	إعلام	الشرق الأوسط
6	د. عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	صحافة الكترونية	الشرق الأوسط
7	د. هاني البدري	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	الشرق الأوسط
8	د محمود الرجبي	أستاذ مساعد	إعلام رقمي	الشرق الأوسط
9	د. حنان الشيخ	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون	الشرق الأوسط
10	د. أحمد عريقات	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	الشرق الأوسط
11	د. محمد خير بني دومي	أستاذ مساعد	إعلام	البترا
12	د. رنا العمري	أستاذ مساعد	إعلام	البترا

الملحق (2)

كشاف تحليل المضمون

أولاً: فئات شكل الاتصال (كيف قيل؟)

1. خبر.
2. تقرير.
3. مؤتمر الصحفي.
4. بيان الصحفي.
5. مقابلة.
6. فيديو تعليمي.
7. إعلان توعوي.

ثانيًا: فئات الموضوع مضمون الاتصال (ماذا قيل؟)

- **فئات الفرعية لأطار التوعية الصحية بالجائحة**

8. الحفاظ بترك مسافة متر بين شخص وآخر.
9. غسل اليدين بالماء والصابون.
10. عدم لمس الوجه.
11. ارتداء الكمامات.
12. طهي اللحوم بشكل جيد.
13. الحذر عند مخالطة المصابين.
14. التوعية بأعراض الإصابة.
15. الشعور بالقلق على كبار السن والمرضى.

16. خطر انتقال كوفيد-19 من شخص لآخر.

17. تعزيز المراقبة المستمرة للحد من الانتشار.

18. منع انتشار المرض بين العاملين في المجال الصحي.

- **فئات الفرعية لأطار التحذيرية التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية خلال انتشار الجائحة**

19. الانتشار السريع كوفيد-19.

20. على الدول التحسب بمخاطر المرض.

21. المطالبة بإجراءات الفحص في المطارات.

22. على المجتمعات التحسب لآثار الجائحة الاقتصادية.

23. تفشي المرض يمثل خطورة عالية جداً في الصين.

24. مخاطر المرض عالية إقليمياً وعالمياً.

25. تهيئة اللقاح سيستغرق مدة طويلة.

26. لقلق من الاتجاه الذي سيتخذه المرض.

27. انتقال سريع من إنسان إلى إنسان في الصين.

- **الفئات الفرعية لأطار الرسائل التطمينية التي نشرتها المنظمة**

28. عدم تقيد التجارة.

29. لا ضرورة لحظر السفر بين البلدان.

30. لا ضرورة لإعلان حالة الطوارئ.

31. الإشادة بجهود الصين لاحتواء المرض.

32. محاربة منظرين المؤامرة.

33. اقتصار انتشار العدوى بين الاسر والعاملين مع المصابين.

34. عدم انتقال العدوى من إنسان إلى إنسان خارج الصين.

35. حالة طوارئ في الصين، لا تستدعي اعلان حالة طوارئ عالمية.

36. حالات عدوى خارج الصين.

- **الأطر الإعلامية المستخدمة:**

الإطار الإنساني الذي تولد عنه ثلاثة أطر أخرى.

37. الإطار التوعوي.

38. الإطار التحذيري.

39. الإطار التطميني.

استمارة تحليل المضمون

الموقع---------- التاريخ----------اليوم----------رقم الاستمارة--------

ت	فئات نمط المادة الإعلامية 1-7	فئات موضوع مضمون الاتصال (ماذا قيل؟) 7-36	الأطر الإعلامية المستخدمة 36-39	الملاحظات