

	University of Baghdad College of Mass Communication	Vol (14) Issue (55) Year (2022) Pages (7- 22)
ISSN: 2617- 9318 (Online) ISSN: 1995- 8005 (Print)	Dr. Huda Bin Saedan¹ Dr. Nouf Alhuzami²	
Article history: Received: 2021/09/16 Accepted: 2021 /12/11	E-mail: hbinsaedan@ksu.edu.sa Mobile: 00966505222900 E-mail: nalhuzami@ksu.edu.sa Mobile: 00966503241714	

Features of news coverage of crises by news websites during the “Corona” crisis: Content analysis study on a sample of global news accounts on Twitter

Abstract

This study aims to analyze the messages of a number of global news outlets on Twitter.

In order to clarify the news outlets tactics of reporting, the subjects and focus during the crisis related to the spread of the Covid-19 virus. The study sample was chosen in a deliberate manner to provide descriptive results.

Three news sites were selected: two of the most followed, professional and famous international news sites: New York Times and the Guardian, and one Arab news site: Al-Arabiya channel. A total of 18,085 tweets were analyzed for the three accounts during the period from (1/3/2020) to (8/4/2020).

A content analysis form was used to analyze the content of the news coverage. The results indicate an increase in the percentage of negative news related to the crisis in news coverage, and less interest in health aspects, while news related to the political aspects of the crisis received higher attention.

Keywords:

- News Coverage
- Covid-19; Crisis
- Twitter

/Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

Huda Bin Saedan (PhD) is an assistant professor at King Saud University, Saudi Arabia
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-5680-0371>

Nouf A. Alhuzami (PhD) is an assistant professor at King Saud University, Saudi Arabia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2721-9144>

د. هدى بنت عبدالله بن سعيدان^١
د. نوف عبداللطيف الحزامي^٢

E-mail: hbinsaedan@ksu.edu.sa

E-mail: nalhuzami@ksu.edu.sa

سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية في أثناء أزمة «كورونا»
دراسة تحليل محتوى على عينة من الحسابات الإخبارية العالمية في تويتر

مستخلص

ترمي هذه الدراسة إلى تحليل الرسائل الاتصالية لعددٍ من المواقع الإخبارية العالمية على شبكة تويتر وذلك عن طريق تحليل شكل ومضمون عينة من تغريدات تويتر، لتقديم نتائج وصفية توضّح طرق تعامل تلك المؤسسات الإعلامية في أثناء الأزمة المتعلقة بانتشار فايروس كورونا.

تمَّ اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية، فقد وقع في الاختيار ثلاث وسائل إخبارية: وسيلتان من الوسائل العالمية الأكثر متابعة والأكثر احترافية وشهرة على مستوى العالم، فكانت النيويورك تايمز وسيلة من الولايات المتحدة، والجارديان وسيلة من المملكة المتحدة، ووسيلة عربية واحدة هي قناة العربية بوصفها إحدى أكثر القنوات الرسمية شهرة (von Nordheim, Boczek, & Koppers, 2018, p. 13)، وذلك لمتابعة الأساليب التي يتم استخدامها في تغطية الأخبار في أثناء الأزمة.

تم تحليل مجموع ١٨,٠٨٥ تغريدة للحسابات الثلاث في أثناء المدة من (٢٠٢٠/٣/١) إلى (٨ /٤ /٢٠٢٠) من عام ٢٠٢٠. تم استخدام استمارة تحليل مضمون لتحليل محتوى التغطيات الإخبارية. وأشارت النتائج إلى وجود ارتفاع في نسبة الأخبار السلبية المتعلقة بالأزمة في التغطيات الإخبارية، واهتمام أقل بالجوانب الصحية، في حين حظيت باهتمام بالغ الأخبار المتعلقة بالجوانب السياسية للأزمة.

الكلمات المفتاحية :

- ▶ التغطية الإعلامية
- ▶ أزمة كورونا
- ▶ تويتر

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

* باحث . هدى بن سعيدان - أستاذ مساعد في جامعة الملك سعود.
<https://orcid.org/0000-0001-5680-0371>

نوف الحزامي - أستاذ مساعد في جامعة الملك سعود.
<https://orcid.org/0000-0003-2721-9144>

مقدمة

تحدث العديد من الكوارث التي تُعيق الحياة الطبيعية في شتى أنحاء العالم بشكل غير متوقع؛ فهي جزء لا يتجزأ من طبيعة الحياة والواقع الاجتماعي في الدول والمناطق الجغرافية المختلفة. وقد ازداد بروز الكوارث وانتشار أخبارها عن طريق التطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام وصعود منصات الأخبار الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، فارتفعت سرعة انتشار الأخبار وفوريته. فأصبحت الكوارث الكبرى تُقابل بتغطية إعلامية عالمية فورية (Pantti, 2019).

وإذا كانت بعض الكوارث محلية أو محدودة التأثير فإن بعضها يكون عالمياً في آثاره كما حصل في أزمة فيروس كورونا التي عمّت العالم. واجه العالم أزمة غير مسبوقة تتمثل في انتشار فيروس كورونا (COVID-19) وإصابة مئات الآلاف من البشر عبر العالم بهذا المرض، وتطبيق أنظمة احترازية منه في معظم دول العالم. ومن المعروف أن الصحافة (الإلكترونية) عبر المواقع الإخبارية تتحمل مسؤولية كبرى ودوراً مهماً في تقديم التصور والإدراك العام لدى الجمهور عن أي أزمة أو كارثة، عن طريق تعريفها والتحدث عنها، ونسبة التغطية، ونوعها وغير ذلك. فمنصات المواقع الإخبارية تسهم في نشر الأخبار والأحداث في ثوان معدودة لتصل إلى الآلاف بل إلى الملايين في غضون دقائق لكن الفارق هو في الأسلوب والخطاب والاستراتيجية المستخدمة للتعامل مع الأزمة.

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة لمعرفة السمات العامة للرسائل الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية في العالم أثناء تغطيتها أزمة كورونا للجمهور وتقديم نتائج وصفية لتوضيح طرق تعامل تلك المؤسسات الإعلامية أثناء الأزمة.

الدراسات السابقة

تم إجراء عملية مسح على الدراسات السابقة المتعلقة بتحليل محتوى المواقع الإخبارية خلال الأزمات لمعرفة نوعية الدراسات التي طرحت موضوع التغطية الإخبارية للأزمات وكيف قامت بتحليلها.

ومن الملاحظ أن بعض الدراسات ركزت على مناقشة الجانب الأخلاقي أثناء التغطية الإخبارية للأزمات، ومنها دراسة (عايش، 2018) "المواقع الإلكترونية الإخبارية استراتيجيات أم انتهاكات" فقد تبنت الجانب الأخلاقي فقد قامت بتسليط الضوء على الاستراتيجيات التي تعتمدها المواقع الإلكترونية ولاسيما الإخبارية منها لكسب أكبر عدد من المتلقين، في ظل التطورات التكنولوجية، والتناقضات التي تفرضها مستجدات الساحة العالمية بين أداء دورها الإعلامي وتحقيق أهداف ومكاسب مادية. تطرقت الباحثة إلى مفهوم المواقع الإلكترونية الإخبارية واستعراض أنواعها وسماتها المختلفة، والأساليب المعتمدة في كتابة محتواها الرقمي بهدف تحسين مضامينها وزيادة عدد روادها وتحقيق الربح والمنافسة، وقدمت عرضاً حول الاستراتيجيات التي تعتمدها العديد من المواقع الإلكترونية للوصول إلى أعداد خيالية من المتصفحين باستخدام مجموعة من التطبيقات والتقنيات الإلكترونية من دون احترامها في ذلك الصدق والدقة والخصوصية، أو حتى التفكير في انتهاكها لأساسيات مهنة الصحافة وأصولها، وفي الأخير سعينا إلى لمعرفة البرامج المختلفة التي تستخدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية في قياس عدد متلقي مضامينها.

كذلك ناقش Pantti (2019) الجانب الأخلاقي عن طريق طرح تساؤلات نظرية حول كيف تؤثر القيمة الإخبارية للخبر والتصوير حول مدى استحقاقه النشر newsworthiness في العُرف الصحفي، في اختيار الصحفيين للأخبار التي يغطونها أو الزوايا التي رصدها خلال التغطيات الإخبارية للأزمات. فبمّ تجاهل جوانب من الأزمات بسبب عدم استحقاقها للنشر أو عدم جذبها للجمهور.

كذلك فإن دراسة Valerie Belair-Gagnon (2015) تطرقت دور وسائل الإعلام في التعاطي مع الأزمات الكبرى والحروب والكوارث في ضوء العولمة، واستخدام الأطر الإخبارية في صياغة الأخبار والتقارير الإخبارية. وتطرقت إلى الدور التفسيري interpretational role في تغطية الأزمات والجدليات الأخلاقية المتعلقة به. وقد تم استخدام قناة الـ BBC دراسة حالة ونموذج للتغطية الإخبارية.

وفي السياق نفسه قامت دراسة (Chouliaraki & Zaborowski 2017) بمناقشة جانب يتعلّق بأخلاقيّة التغطيات الإخبارية أثناء الأزمات عن طريق البَحْث في مدى إظهار صوت اللاجئين في التغطيات الإخبارية لأزمته؛ فقد قامت بتحليل المُحتوى لـ ١٢٠٠ مقالة إخبارية حول «أزمة» اللاجئين لعام ٢٠١٥ عبر ثماني دول أوروبية، وركزت الدراسة على مسألة ما إذا كان صوت اللاجئين يظهر في الأخبار وكيف يظهر. وتحقيقاً لهذه الغاية قام الباحثان بتصنيف لغة هذه المقالات بحسب كفيّة سرد الموضوعات وحالتها وسياقات الصوت. حدد التحليل ثلاث ممارسات لغويّة مختلفة يتمّ عن طريقها التحكّم في صوت اللاجئين في الأخبار - ما نسمّيه ممارسات «حارس البوّابة»: الحدّ عن طريق الإسكات، أو عن طريق التجميع، أو عن طريق عدم الأخذ بالسياق. توصلت الدراسة إلى استنتاجين: أولاً توزيع الصوت في الأخبار الأوروبية يتبع تسلسلاً هرمياً صارماً يعتمد على الاستراتيجيات الصحافيّة الخاصّة بالاختيار والنظام ولكنه يعكس ويعيد إنتاج التسلسلات الهرمية الأوسع للمجالات السياسيّة الأوروبية. ثانياً يؤدي هذا التسلسل الهرمي للصوت إلى سوء تقدير للاجئين كفاعلين سياسيين واجتماعيين، وبذلك تبقى صورتهم خارج نطاق المُجتمعات.

بعض الدراسات ركزت على دور وسائل الإعلام في بثّ الذعر خلال تغطية الأزمة. كدراسة Kilgo (2018) والتي ركّزت على دور وسائل الإعلام في بثّ الذعر خلال الأزمات. حللت الدراسة التغطية الإخبارية لأزمة (إيولا ٢٠١٤) لدى عددٍ من الصُحف العالميّة وحسابات الأخبار في منصّة الأخبار الاجتماعيّة Reddit الإلكترونيّة. واستكشفت الاختلافات في العرض التقديمي بين تغطية الصُحف العاديّة، وحسابات الأخبار على Reddit. أشارت النتائج إلى أنّ الأخبار التي نُشرت على Reddit قد استخدمت أسلوب التضخيم وبث حالة الذعر وعدم اليقين المحيط حول فيروس الإيولا، في حين أنّ تغطية الصُحف التقليديّة كانت أقل استخداماً لأساليب بثّ الذعر أثناء الأزمة. وتوصلت إلى نتيجة بأنّ تغطية الصُحف الرسميّة لأزمة فيروس إيولا قد توفّر فرصة جديرة لدراسة كفيّة تجنّب الأنماط الحديثّة الشائعة للصياغة الخبريّة والتي تنشر الذعر والهلع لدى الجمهور. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ الصُحف الرسميّة تفوّقت على المواقع بأهمّ عناصر الصحافة على وجه التحديد وهو التحقّق من مصداقيّة المصادر.

بعض الدراسات الأخرى ركّزت على تحليل أنواع القوالب والفنون الصحافيّة المستخدمة أثناء تغطية الأزمات مثل دراسة عنانزة (2017) «تغطية المواقع الإلكترونيّة الإخبارية الأردنيّة للعدوان الإسرائيلي عام 2014» والتي سعت إلى معرفة كفيّة تغطية عيّنة من المواقع الإلكترونيّة الأردنيّة (عمون، سرايا، السوسنة) للعدوان الإسرائيلي على غزّة عام 2014 عن طريق استخدام منهج تحليل المضمون للموادّ الإعلاميّة في المواقع الثلاثة خلال فترة العدوان الممتدّة من (٨ / ٧ / ٢٠١٤) حتى (٢٩ / ٨ / ٢٠١٤)، وتوصلت الدراسة إلى أنّ اهتمام المواقع الإلكترونيّة عينة الدراسة بتغطية الأزمة كان مرتفعاً نسبياً بصفة عامّة، فقد بلغ عدد الموادّ الإعلاميّة التي تناولت العدوان ٦٤٤ مادّة في المواقع المذكورة، واتّضح من نتائج الدراسة أنّ هناك تبايناً كبيراً بين المواقع الإلكترونيّة من ناحية درجة الاهتمام بتغطية الأزمة. اعتمدت الدراسة على نظريّة تحليل الأولويات، وطبقت المنهج الوصفي الذي يُعنى بدراسة الظاهرة كما هي في الواقع وخصائصها وأبعادها والتعبير عنها بشكلٍ كمّي، ومحاولة تحليل العلاقات بين أبعادها وتفسيرها بهدف الوصول إلى نتائج تُسهم في فهم الظاهرة محلّ الدراسة. وقد استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون أداة لهذه الدراسة، وذلك من أجل استخراج التكرارات والنسب المئوية للموادّ الإعلاميّة المنشورة في المواقع الإخبارية الأردنيّة (عيّنة الدراسة). توصلت الدراسة إلى أنّ المواقع الإخبارية نادراً ما تعتمد على مراسلها الصحافيّ، بل تقتصرُ مصادرها على الوكالات الأجنبيّة والعربيّة، وأظهرت النتائج أنّ قالب الخبر هو النمط الأكثر استخداماً يليه التقرير الصحافيّ ثم الصوّر. وتوصلت إلى أنّ أكثر الأساليب التي تمّ استخدامها في المواقع الإخبارية لتمثيل ردود الأفعال الشعبيّة والرسميّة هي التصريحات والتعليقات، تليها التحليلات والآراء.

دراسة أخرى تطرقت إلى لموضوع من جانبٍ مُقارب هي دراسة (عاني، 2015) «التغطية الإخبارية للأزمة السياسيّة في العراق ٢٠١٤ لموقعي الجزيرة نت والعربيّة نت: دراسة تحليليّة». ترمي هذه الدراسة إلى الوقوف عند طبيعة التغطية الإخبارية اليوميّة للموقعين عبر: الموضوعات التي تناولتها التغطية والمجال الجغرافي والمصادر الخبريّة والفنون الصحافيّة المُستخدمة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المُحتوى (المضمون)، وشملت الدراسة جميع الفنون الصحافيّة في الموقعين في أثناء المدة من (١-٥-٢٠١٤) إلى (١-٨-٢٠١٤) وهي المدة التي شهدت تصاعداً في أزمة العراق. واستُخدمت نظريّة

ترتيب الأولويات إطاراً نظرياً للدراسة. وقد استطلعت الدراسة تكرار المضامين (سياسي، أممي، اقتصادي، اجتماعي) في الموقعين، والجوانب التي تمّ طرحها عن الأزمة. وحللت الدراسة مستوى تنوع استخدام القوالب الصحفية وخلصت إلى أنّ الاستخدام الأعلى كان لقالب الأخبار ثمّ المقالات ثمّ التقرير مع وجود تنوع في القوالب أعلى لموقع العربية. الدراسة عرضت نتائج وصفية تفصيلية حول الجوانب التي تمت تغطيتها من دون التطرّق إلى الجانب التفسيري، وأوصى الباحث في توصيات الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات المقارنة بين الموقعين في تغطيتهما للأزمات. وأوصى أيضاً بإجراء دراساتٍ أوسع حول توجّه وسائل الإعلام وأجنداتها.

ومن مدخلٍ مُقارب قامت دراسة (Dhakal 2018) بتقييم للتغطية الإعلامية الإخبارية المحلية والأجنبية لزلزال نيبال في ٢٥ أبريل ٢٠١٥، فقد قامت بفحص التغطية الإعلامية الإخبارية من حيث الاستجابة للكوارث بما يتجاوزُ نظرية التأطير التقليدية، وذلك باستخدام بعض التصنيفات (الثقافية، والمالية، والبشرية، والطبيعية، والسياسية، والاجتماعية) لإجراء تحليلٍ مُحتوى موضوعي لـ ٤٠٥ خبر.

بشكلٍ عامّ، تلقى التصنيف المالي والطبيعي أكبر وأقلّ تركيز بالترتيب على التوالي، وتمّ الكشف عن فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام الإخبارية المحلية والأجنبية مقابل رأس المال المبنى والمالي والسياسي. وخلصت الورقة إلى مناقشة المنفعة الاجتماعية لتحليل وسائل الإعلام الإخبارية باستخدام إطار المصلحة المجتمعية لرفع القدرة على مواجهة الكوارث.

من جانبٍ آخر استخدمت بعض الدراسات مدخل استكشاف التأطير الإخباري Framing، المُستخدَم في التغطيات الإخبارية للأزمات، ومنها دراسة حسن (2015) أطر معالجة المواقع الإلكترونية المصرية للمضامين الإخبارية السياسية الخليجية: دراسة مقارنة بين موقعي «اليوم السابع»، والمصري اليوم» والتي سعت لمعرفة على كيفية معالجة الموقع الإلكتروني لصحيفة اليوم السابع والمصري اليوم للقضايا الخليجية من حيث التعرف على أطر المضمون الذي نُشر عبر الموقع الإلكتروني الخاص بهما على شبكة الإنترنت. استخدمت الدراسة نظرية الأطر الإخبارية بنياناً نظرياً للدراسة، فقد يتمّ التركيز على بعض جوانب الموضوع وتسلط الضوء على بعض المفاهيم والقضايا مع حجب بعضها الآخر فيعطى معنىً عبر أحداث معينة وذلك كالاختيار الانتقائي للكلمات. وتوصلت الدراسة إلى أنّ تركيز الموقعين على إطار الصراع وصل إلى ثلثي الأخبار المنشورة، واعتماد الموقعين على أساليب الإقناع مع نسبة من الإثارة، كما لاحظت اعتماد الموقعين على وكالات الأنباء بعدها إخبارية وتدني الاعتماد على المرسلين.

دراسة أخرى أيضاً ركزت على تحليل الأطر الإخبارية هي دراسة (An and Gower 2009) والتي قامت بتحليل إطار محتوى أخبار الأزمات الموجودة في تغطية الأزمات خلال عام ٢٠٠٦. اذ تمّ تحليل ما مجموعه ٢٤٧ قصة إخبارية لفحص الأطر الإخبارية الخمسة (إسناد المسؤولية، والمصالح البشرية، والصراع، والأخلاق، والاقتصاد) ومستوى المسؤولية (المستوى الفردي، والتنظيمي) والتي استخدمتها وسائل الإعلام على وفق نوع الأزمة. وتوصلت الدراسة إلى أنّ إطار إسناد المسؤولية كان الأكثر استخداماً في التغطية الإخبارية للأزمات، وأنّ استخدام كلِّ إطار من الإطارات الخمسة كان يعتمد على نوع الأزمة. وفي حين اختلف استخدام مستوى المسؤولية بحسب نوع الأزمة ونوع الإطار، فقد تمّ استخدام مستوى المسؤولية الفردية بشكلٍ أكبر مع الأخلاق، والمصلحة البشرية، وإسناد أطر المسؤولية.

كذلك فقد ركزت دراسة (Gallagher, Fontenot and Boyle 2007) أيضاً على التأطير الإخباري، فحاولت بحث كيف يتمّ تأطير استراتيجيات الاتصال في أثناء الأزمات عبر أزمة إعصاري كاترينا وريتا. أجري تحليل نوعي للنشرات الإخبارية من الوكالة الفيدرالية لإدارة الطوارئ Federal Emergency Management Agency، ووكالة أمن الوطن Homeland Security، وأعضاء مجلس الشيوخ الأمريكي والمُحافظين U.S. Senators and Governors من ميسيسيبي ولويزيانا وتكساس. وجد تحليل المحتوى النوعي للدراسة أنّ الكيانات جميعها التي تمّ تحليلها لم تعترف بأجزائها في الأزمات، وألقت باللوم على الآخرين، وحاولت أن تتأى بنفسها عن مسؤوليتها تجاه الأزمات.

أما دراسة (Li & Dong 2016) فقد استخدمت المنهج الكمي لتحليل التغطية الإخبارية لموقع SINA.com (الإخباري الأشهر والأكثر متابعة في الصين) بهدف دراسة أساليب تغطيته الإخبارية لعدد ١٥٩ أزمة

من الأزمات المختلفة التي مرّت بها الصين في أثناء المدة من عام ٢٠٠٣ إلى ٢٠١١. وقد تمّ دراسة أسلوب التغطية الإخبارية للأزمات في هذه الدراسة عبر ثلاثة متغيّرات أساسية وهي: (1) أهمية الخبر - Newsworth-thiness، (2) ضغط الأخبار اليومية (Daily news pressure، 3) الوقت الأكثر إرهاقاً most stressful time. وخُصّصت الدراسة إلى نتائج منها ضرورة تحديد الأيام الأكثر أهمية في التغطية للأزمة وهي غالباً الأيام الأولى لاسيما اليوم الثالث منها، وأنّ مستوى أهمية الخبر Newsworthiness يرتبطُ بعوامل كثيرة مثل حجم المدينة التي وقعت فيها الأزمة وعدد الوفيات والأضرار الناتجة منها، فيفترض كلما ازداد العدد تزداد التغطية.

في المقابل هناك دراسات ركّزت بشكل أكثر تخصيصاً على المحتوى الصوريّ للتغطيات الإخبارية الخاصة بالأزمات مثل دراسة عبد الفتاح (2018) «الأطر المصوّرة للأزمة السورية في المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية» فقد تمّ التركيز ورصد وتحليل الأطر المصوّرة التي وظفتها المواقع الإلكترونية هذه المواقع في استخدامها الصور ومقاطع الفيديو. وقامت بدراسة مدى اختلاف التوجّه السياسي لهذه المواقع على الطريقة التي يتمّ بها تناول الأحداث، وقد استخدمت الدراسة نظرية تحليل الأطر المصوّرة لرصد الأطر المستخدمة في التغطية الإخبارية للأزمة السورية.

هناك دراسات جمعت بين مدخل التأطير الإعلامي ودراسات الرأي العام مثل دراسة lyengar & Simon (1993) والتي عملت على تحليل محتوى التغطية الإخبارية لحرب الخليج في عدد من القنوات الإخبارية مع إجراء استطلاع الرأي العام خلال أزمة حرب الخليج. وكشفت عن وجود علاقة طردية بين مستوى التغطية الإخبارية للشبكة مع نسبة المشاركين في استطلاع جالوب، الذين وصفوا أزمة الخليج بأنها أهم مشكلة في البلاد، مما يُثبت فاعلية نظرية ترتيب الأولويات Agenda-setting. وأظهرت بيانات تحليل المحتوى أنّ التغطية الإخبارية للشبكة كانت مهتمّة بالشؤون العسكرية ومركّزة للغاية على الأحداث السياسية، في الوقت نفسه أظهرت بيانات المسح أنّ أفراد العينة الذين أبلغوا عن معدلات أعلى من التعرّض للأخبار التلفزيونية أعربوا عن دعم أكبر للتدخل العسكري بدلاً من الردّ الدبلوماسي على الأزمة (وهذا يثبت فاعلية استخدام التأطير الإخباري Framing على توجّهات الجمهور). من مدخل حجم التغطية وامتدادها وعلاقتها بنوع الأزمة وسماتها فقد قامت دراسة Yan and Bissel (2015) بقياس حجم التغطية الإخبارية وامتدادها في ثلاث صحف أمريكية رئيسة خلال 292 كارثة طبيعية عالمية من 2004 إلى 2014. وأظهرت نتائجها أنّ الصحف الأمريكية لديها إهمال نسبيّ بالكوارث الدولية مقارنةً بالكوارث المحلية، وانحياز عالٍ لتغطية الكوارث الضخمة مقابل الأصغر. كان نموذج التنبؤ المنهجي systematic predicting model واضحاً: فقد كان عامل (خطورة الأزمة) هو الأكثر أهميةً والمحدّد الوحيد الثابت لتقارير الكوارث، تليها شدّة الانحراف، في حين لم يُلاحظ علاقة لمسافة بعد المنطقة الجغرافية المتضررة، أو الصلة بين البلدان في التنبؤ بأيّ تغير في التغطية الإخبارية. نتائج هذه الدراسة قد تشير إلى عودة الاهتمام بقيمة الأخبار التي يجب أن تستند إلى أهمية الحدث وجدارته بالتغطية، قبل سماته في حد ذاته.

من الدراسات الحديثة المتعلقة بموضوع التغطية الإخبارية لأزمة فيروس كورونا هي دراسة:

(Basch et al (2020) والتي قامت بفحص محتوى مقاطع الأخبار التي تغطّي أزمة كورونا والمنشورة على الإنترنت باستخدام وظيفة فيديو Google عبر أرشفة جميع مقاطع الفيديو الإخبارية في شهري يناير وفبراير ٢٠٢٠ بواسطة الروابط لتحليلها. وبعد تطبيق معايير الاستبعاد بقي ما مجموعه ٤٠١ مقطع فيديو يُمثّل العينة. تمّ تطبيق فئات المحتوى المُستمدّة من مصادر موثوقة لتقييم محتوى مقاطع الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا. أشارت النتائج إلى أنّ الموضوع الأكثر شيوعاً الذي ذُكر في جميع مقاطع الفيديو هو الموت ومعدّل الوفيات (43.6%) والعديد من المخاوف التي دارت حول تفشي الفيروس (37.4%). في حين تلقّت المعلومات حول منع انتشار الفيروس القليل من الاهتمام. وخُصّصت الدراسة إلى أنّه فضلاً عن الزيادة الناتجة في المشاعر السلبية فقد أضعفت غالبية مقاطع الفيديو فرصة إعادة صياغة الرسائل لتشجيع استراتيجيات التأقلم وسلوكيات الحفاظ على الصحة وتعزيزها. وأوصت بأن تتجنّب مقاطع الفيديو الإخبارية المستقبلية المساهمة في المشاعر السلبية.

تعد دراسة (الشامي، 2021) المعنونة «معالجة الصحافة الإلكترونية اليمينية لجائحة كورونا: دراسة

تحليلية“ من أحدث الدراسات التي سعت لتقصي أساليب تعاطي الصحافة اليمينية الإلكترونية مع جائحة كورونا (كوفيد-19)، وذلك بالتطبيق على أربعة مواقع إلكترونية يمنية. وقد وظفت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، بشقيه الكمي والكيفي. وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب الصحفي قد عمد إلى التوظيف السياسي لجائحة كورونا، وعدّها فرصة لحشد الرأي العام، وتبادل الاتهامات بين الأطراف، وتحميل كل طرف الآخر مسؤولية انتشارها، فضلاً عن غياب التحقق من صحة الأخبار المنشورة، وتبني الشائعات الخاصة بجائحة كورونا.

بالنظر للدراسات السابقة يمكن ملاحظة أن معظم الدراسات قد ركّزت على المواقع الإخبارية بشكلٍ عامّ، ولم تطرح حسابات توير للواقع الإخباري بالرغم من أهميتها في التغطية الإخبارية وشعبيتها وسماتها المختلفة عن المواقع العادية. كما أن معظم الدراسات ركّزت على أزمات سياسية أو اقتصادية (أزمة العراق، العدوان الإسرائيلي، قضايا خليجية وغيرها) أو كوارث طبيعية (إعصار كاترينا)، أو سياسية (حرب الخليج أو أحداث العراق أو غيره) ولم يكن هناك سوى عددٍ محدودٍ من الدراسات حول أزمات صحفية. كذلك يمكن ملاحظة أن أغلب الدراسات قد ركّزت على تحليل القوالب الصحفية المستخدمة ومصادر الأخبار.

الإطار النظري

المواقع الإخبارية: ترى عايش (2018) أنّ المواقع الإخبارية هي المواقع التي تحمل في محتواها التغطيات والتحليلات الصحفية المتجددة باستمرار. وفي هذه الدراسة يعدّ المقصود بالمواقع الإخبارية المواقع الرسمية والمصرحة والتي تتخصّص في التغطيات الإخبارية وتقديم القوالب الصحفية المتنوعة بشكلٍ مستمرّ. وتمّ التركيز في العينة على حساباتها في منصة توير بعدها أكثر المنصات شعبيةً في تداول الأخبار.

أمّا التغطية الإخبارية فقد صنّفها عايش (2018) إلى أنواع عدّة كالتغطية الصحفية الفورية والتغطية الصحفية الحية، والتغطية المتعمقة، والتغطية التفاعلية، والتغطية الرقمية، والتغطية متعدّدة المصادر، والتغطية المتكاملة، والتغطية المستمرة (الصفحات 31-32) وقد أظهرت العديد من أبحاث الاتصال أنّ التغطية الإعلامية الإخبارية تؤثر في تصورات الجمهور حول القضايا ومواقفهم من قضية معينة وبناء تصوراتهم حول الحلول المفضلة للمشكلة (Dang, 2019) بحسب طريقة تقديمها وعرضها. وفي هذه الدراسة المقصود بالتغطية الإخبارية للموضوع أو القضية هو مجموع الأخبار المتعلقة بذلك الموضوع والتي تطرحه من الجوانب المختلفة، أو تطرح آثاراً متعلقة به، وتشمل جميع القوالب الصحفية التي يمكن استخدامها.

نظرية الأطر الخبرية (News Framing Theory)

تعدّ نظرية الأطر الخبرية من النظريات المهمة في وسائل الإعلام وتعود أهميتها إلى أنّها تقدّم تفسيرات علمية وعملية منتظمة في كيفية حدوث التأثير المعرفي والوجداني لوسائل الإعلام على المُتلقيين بمختلف فئاتهم وخصائصهم الديموغرافية.

إنّ تحليل الإطار الإعلامي يعدّ أحد الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال، ويعدّ مفهوم الإطار مفهوماً له مغزى ودلالة إعلامية، إذ أنّه يُسهم في معرفة دور وسائل الإعلام في بناء اتجاهات الرأي العام وتشكيلها إزاء قضايا وموضوعات مختلفة تقدّمها وسائل الإعلام، (الدليمي، 2016، صفحة 225).

يُعرّف الإطار من المنظور الإعلامي أنّه: «الحديث عن موضوع أو قضية ما من خلال طرق وأساليب تُحدّد أو تُبرز مجالاً معيناً أو أفكاراً بعينها في هذا الموضوع وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات وأفكار أخرى» (أحمد، 2009، صفحة 54).

عند استقراء المعلومات الخاصة بهذه النظرية نجد أنّ أصولها تعود إلى علم النفس وعلم الاجتماع، والتي ترى أنّ التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت للقيم والمعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسة لتشكيل الإطار الخبري على أنّه تنظيمٌ للأحداث وربطها بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معين (الحמיד، 2004، صفحة 403).

ويعدّ عالم الاجتماع إيرفنج كوفمان (Erving Coffman) رائد هذه النظرية الذي طوّر مفهوم البناء

الاجتماعي والتفاعل الرمزي عن طريق مناقشته مقدرة الفرد على تكوين المخزون من الخبرة بما يحرك مدركاته ويحثه على حسن استخدام الخبرة الشخصية وذلك عن طريق أطر خبرية مناسبة تضيء الى المضمون معنوي ومغزى (نجم، 2007، صفحة 191).

أما التشكيل الحقيقي لهذه النظرية فقد بدأ مع الثمانينيات من القرن العشرين، والذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي، فقد أفادت الدراسات التي قام بها إنتمان (Entman) والتي بحثت في الأطر الخبرية عن طريق دراسات متعددة بحثت أثر الإرهاب في الأفراد، وقد قدم هذا الباحث إنموذجاً يدعي إنموذج الشلال، وكان لباحثين آخرين جهوداً لا بأس بها في هذا المجال ومن هؤلاء سكيوفيل (Scheufela) (أحمد، 2009، صفحة 54).

تقوم هذه النظرية على فرض علمي وهو أن تركيز وسائل الإعلام بأدواتها كافة على جوانب معينة في القضية دون أخرى، أي تحديدها إطاراً خبرية بعينها يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها الأطراف عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون رأياً تجاهها.

وظفت النظرية في الدراسة الحالية عن طريق معرفة سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية خلال أزمة كورونا فقد تُدرس العملية الديناميكية لبناء المعنى بشكل شائع عن طريق نظرية التأطير الإخباري. وفي وقت الأزمات على وجه الخصوص تكتسب عمليات بناء الإطار أهمية أساسية للأسباب عدة كمنع تصاعد الأزمات (Seeger, 2002)، وتجنب الارتباك العام أو الذعر (Van der Meer & Vlie- genthart, R., 2014) (Liu, 2011). وأن تأطير الأزمة أو وصفها يؤثر تأثيراً واضحاً في تقييم الجمهور للمسؤولية عن حدث الأزمة (Cho & Gower, 2006, p. 420).

تختلف طريقة التغطية الإخبارية للأزمات والتأطير الإخباري لها بحسب وجهات النظر المختلفة والأجندات المتعددة لوسائل الإعلام. ويمكن النظر للتأطير بعده مجموعة من الخطابات التي تُصاغ بطرق مختلفة لتحدث تأثيراً معيناً. يمكن وصف هذا المنظور للتواصل (التأطير الإخباري) بأنه نوع من نهج الشبكة الدلالي Semantc-network approach. يهتم هذا النهج بدراسة التوزيعات المتغيرة للكلمات وطريقة مشاركتها ومدى التباين في المعاني والعلاقات (Leydesdorff & Helsten, 2006). يعتمد هذا النهج على التمييز التحليلي الذي يمكن أن يكون فيه الإطار صريحاً (يعتمد على المفردات المستخدمة) أو ضمناً (يركز على معاني الكلمات) (Hellsten et al, 2010).

يرى (Van der Meer & Vliegenghart, R., 2014) أن الإطارات الصريحة تتمثل في الكلمات التي يتم اختيارها في عبارات الاتصال أثناء التغطية الإخبارية. في حين تشير الإطارات الضمنية إلى أنماط كامنة من الكلمات التي تحدث في التغطية الإخبارية حول الأزمات. ومن الشائع أن غالبية الإطارات المستخدمة في وسائل الإعلام لا تكون صريحة (Hellsten I. , 2002).

نظرية اتصالات الأزمة الموقفية (SCCT) (Crisis Situational Theory Communication)

تعد نظرية اتصالات الأزمة الموقفية (SCCT) من النظريات التي تركز في كيفية توظيف الاستجابة الاتصالية الملائمة خلال الأزمة. والمقصود بالاستجابة الاتصالية هو ما يجب أن تفعله المنظمة من إجراءات بهدف حماية سمعتها وسمعة علامتها التجارية. وفي هذه النظرية يتم افتراض أن سمعة الجهة تتوقف على مدى إسناد أو عدم إسناد أصحاب المصالح مسؤولية الأزمة للشركة من عدمه، وتقترض النظرية إن سمعة الجهة قبل الأزمة ومدى قدرتها على الاستجابة لتهديدات أصحاب المصالح من شأنه التأثير في موقف الأزمة. وعلى وفق هذه النظرية، فإن موقف الأزمة يتألف من أربعة عناصر تستخدم لتقييم الأثر المحتمل للأزمة على سمعة الجهة، وهي: نوع الأزمة، ومدى الضرر الناجم عن الأزمة، ومدى وجود تاريخ سابق للشركة مع أزمات مماثلة أو مشابهة، ومدى مسؤولية الجهة عن الأزمة، ومن ثم فإن عملية توظيف الاستجابة الملائمة، يعتمد على اختيار أنسب الاستجابات الاتصالية على وفق تلك العناصر (Kyhn, 2008, pp. 10-12).

تشير هذه النظرية إلى أن إدراك الجمهور وأصحاب المصالح للأزمة من شأنه التأثير في استجاباتهم نحو الجهة عن طريق التأثير في مدركاتهم نحو سمعة الجهة وعلامتها التجارية المميزة لها، والتأثير في النية الشرائية

والولاء لها على المدى الطويل، والشك أن تهديد سمعة الجهة جراء الأزمة والتأثير عليها سلبا يرتبط بمدى مسؤوليتها عن الأزمة والأزمات السابقة لها، ومن ثم يمكن تحديد مسؤولية الجهة عبر ثلاثة مستويات للمسؤولية، هي:

- ▶ **الأولى:** المسؤولية الضعيفة. إذ تكون الجهة ضحية أحداث خارجة عن يدها أو عوامل طبيعية.
 - ▶ **الثانية:** مسؤولية متوسطة كما في حالة وقوع حادث تقني أو حريق أو غيره.
 - ▶ **الثالثة:** المسؤولية القوية إذ تكون الجهة سبباً رئيساً للأزمة خلال سياسات أو قرارات خاطئة أو أخطاء بشرية (انظر: (رضوان، 2012).
- بحسب ما ذكرت (طنطاوي، 2016، الصفحات 107-105)، فإن نظرية اتصالات الأزمة الموقفية تعتمد على مداخل تشمل عدة:

- ▶ نظرية الإسناد Theory Attribution وتقدم نظرية الإسناد تصورا منطقيا للعلاقة بين إستراتيجيات الاستجابة الأزمة وموقف الأزمة، وعلى وفق ذلك يرى Coombs أنه في أثناء الأزمة تعمل الجهة على إسناد أسباب الأزمة لطرف أو جهة معينة وذلك لأن الجمهور دائما يطلب تفسيراً لأسباب الأزمة، ويطلب معرفة على من تقع مسؤولية الأزمة. وفي حال أسند الجمهور الأزمة إلى الجهة بسبب أخطاء ارتكبتها أو قصرت فيها فإن ذلك من شأنه أن يدمر سمعتها وهو ما يدفع الجهة الى اختيار موقف معين أو استراتيجية اتصالية معينة تفسر عن طريقها للجمهور علاقتها بالأزمة وردة فعلها تجاهها في محاولة للاستجابة للأزمة لإصلاح ما تم تدميره من السمعة.
- ▶ الإدارة بالعلاقات Relationship Management هذا المدخل الذي يعنى بضرورة تحقيق التوازن ما بين مصالح الجهة وجماهيرها عن طريق إدارة العلاقات الفاعلة بينهم وقت الأزمات. ومن ثم فإن العلاقات المستمرة مع أصحاب المصالح من شأنها مساعدة مديري الأزمات على تطوير استجابات فعالة ومناسبة للأزمة.
- ▶ نظرية إضفاء الشرعية: تهتم هذه النظرية بالتركيز على البيئة المحيطة بالجهة والجمهور الذي يؤثر فيها ويتأثر بها عن طريق القيم والأعراف والقواعد المتعارف عليها، فالشركات تسعى لدمج هذه القيم والأعراف في بيئتها المؤسسية ومن ثم تكتسب الشرعية والاستقرار وتدعم بقاءها في الأسواق. وتمثل الشرعية مطلباً أساسياً للشركة لدى جماهيرها، ولاسيما في وقت الأزمة فإن أكبر ما يهدد الجهة هو فقدانها سمعتها وبال ومن ثم تالي فقدان شرعيتها لدى الجمهور، لذلك فإن الجهات في أثناء الأزمات تعمل على تطبيق استراتيجيات الاستجابة الاتصالية الفاعلة لحماية شرعيتها وسمعتها.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة هذه الدراسة بمعرفة على الكيفية التي تغطي بها المواقع الإخبارية سواء في المواقع الإخبارية العالمية، أو المواقع الإخبارية العربية خلال أزمة كورونا، فقد كان تأثير الأزمة عالمياً ومن ثم أصبح الجمهور مهتماً ومتابعاً أكثر للأخبار؛ ذلك لمعرفة مستجدات الأزمة والتي تؤثر في اتجاهاته وسلوكياته، لذلك برزت المواقع الإلكترونية في تغطية الأخبار أولاً بأول، تمثلت في كم من المعلومات والمعطيات، والتي تحتاج إلى التحليل لمعرفة سماتها ومضامينها وتحليلها وتقييمها ومعرفة كيفية تعامل كل موقع مع أزمة كورونا.

تساؤلات الدراسة

سعت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس وهو «ما سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية خلال أزمة كورونا؟» وينبثق منه عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

- ▶ ما الكيفية التي تغطي بها «تويتر» أزمة كورونا عبر رسائلها الاتصالية؟
- ▶ ما نسبة طرح التغريدات المتعلقة بالأزمة من إجمالي التغريدات لكل موقع من مواقع عينة الدراسة؟
- ▶ ما أبرز مواضيع محتوى التغريدات المتعلقة بأزمة كورونا؟
- ▶ ما الاستمالات العاطفية والعقلية التي استخدمتها تويتر أثناء نشر أخبار أزمة كورونا ؟
- ▶ ما المدلول الإيجابي والسلبى أثناء نشر أخبار أزمة كورونا ؟

أهمية الدراسة

تُعَدُّ هذه الدراسة الموسومة «سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية خلال أزمة كورونا» على قدر من الأهمية في الجوانب العلمية والعملية، لاسيما أن أهمية التغطية الإخبارية تزداد في أوقات الأزمات نظراً لبحث الجمهور عن المصادر الرسمية والموثوقة للبحث عن المعلومات، وتشكّل الأطر التي يتمّ تقديم الأخبار من خلالها دوراً مهماً في مواقفهم والوضع النفسي لهم في أثناء الأزمات. وتشكّل دراسة سمات التغطية الإخبارية للمواقع الإخبارية أهمية بالغة؛ لفهم العملية الاتصالية الحديثة في العالم الصحفي أثناء الأزمات، وأنها تقدّم خطوة لتشكيل نموذج للتغطيات الإخبارية في أثناء الأزمات في دراسات لاحقة. كذلك تتركز أهمية الدراسة في ندرة الدراسات العربية وقلتها والتي تناولت سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية خلال أزمة كورونا، وهي بذلك تسعى لإثراء المكتبة العلمية العربية بمادة نظرية حول سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية خلال أزمة كورونا.

مجتمع البحث وعيّنته

يتكوّن مجتمع الدراسة من حسابات تويتر الرسمية لمؤسسات إخبارية إعلامية رسمية، وتمّ اختيار ثلاثة حسابات لمواقع إخبارية عالمية على شبكة تويتر معينة. تمّ اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية، فقد اختيرت وسيلتان من الوسائل العالمية الأكثر متابعة والأكثر احترافية وشهرة على مستوى العالم (von Nordheim, 2018, p. 813) مع مراعاة تنوع الدول وتنوع التوجّه، فكانت النيويورك تايمز وسيلة من الولايات المتحدة، والجارديان وسيلة من المملكة المتحدة. واختيرت قناة العربية بعدها أكثر القنوات الرسمية شعبية على النطاق العربي، وذلك لمتابعة الأساليب التي تُستخدم في تغطية أخبار الأزمة.

المدة الزمنية للدراسة هي منذ بداية شهر مارس ٢٠٢٠م (٢٠٢٠/٣/١) إلى (٢٠٢٠/٤/٨) بمجموع تسعة وثلاثين يوماً، واختيرت هذه المدة نظراً لتوافقها مع توقيت تفشي المرض عالمياً والذي نشط فيه النشر وتفاعل المنظمات والناس. وقد تمّ جمع التغريدات كافة، المتعلقة بالأزمة في كلّ حساب واستخراج نسبتها من التغريدات العامة، ثمّ اختيرت عشرون تغريدة من كل حساب هي الأكثر تداولاً (بحسب عدد إعادة التغريد) وتحليلها كميّاً بحسب أدوات البحث لاستخراج السمات العامة لها.

المنهجية وأدوات جمع البيانات

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يُعنى بدراسة الظاهرة كما هي في الواقع واستكشاف خصائصها وسماتها والتعبير عنها بشكل كمي، بهدف الوصول إلى نتائج تُسهم في فهم الظاهرة محلّ الدراسة ويُعدّ من أهم المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية. وقد استخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل تغريدات الحسابات في أثناء مدة الدراسة.

يستخدم الباحثون أداة تحليل المضمون عن طريق الأسلوب الكمي والكيفي لرصد المحتوى الاتصالي وتوصيفه، وعدت «التغريدة» وحدة التحليل لهذه الدراسة. وسيتم استخدام برامج ومنصات عدّة تعمل على رصد وتحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة وهما (Socialbackers (Mention)). تمّ إجراء مسح عامّ على التغريدات في أثناء مدة الدراسة لكلّ حساب، ثمّ اختيرت «التغريدات الأبرز تفاعلاً» من ناحية عدد التفضيلات لتحليلها بشكل تفصيلي. وتشمل فئات التحليل لهذه الدراسة محاور رئيسة عدّة وهي:

1. نظرة عامة: تشمل عدد التغريدات في أثناء مدة الدراسة، ونسبة التغريدات المرتبطة بكورونا من إجمالي عدد التغريدات وسماتها العامة.
2. معدّل النشر: معدّل نشر الأخبار المتعلقة بالأزمة خلال فترة الدراسة.
3. نوع المحتوى: نوع الموضوع الأساس للتغريدة الذي تمّ طرح موضوع كورونا عبره (سياسي، اجتماعي، صحي، أخرى).
4. الاستمالات العقلية والعاطفية: مدى وجود أدلة عقلية أو خطاب عاطفي في التغريدات المتعلقة بالأزمة

هل الطرح كان طرحاً عاماً يخاطب العاطفة كالتصريحات وغيره، أم طرحٌ عقليٌّ فيه أرقام وإحصاءات وأدلةٌ علميةٌ بالأرقام والمصادر).

► 5. مدلول التغريدة (إيجابي أم سلبي أم محايد): أي الاتجاه العام والتأثير العام للقارئ العام حول التغريدة، هل المعلومات المنشورة تبتُّ شعوراً سلبياً (ارتفاع الإصابات، صعوبة العثور على علاج،.. إلخ) أم شعوراً إيجابياً لدى المتلقي مثل (البحث عن علاج، حالات الشفاء، الإجراءات.. إلخ).

وقد تم مراعاة الصدق عن طريق اختيار فئات وتصنيفات محدّدة لتغطية كلّ بُعدٍ من أبعاد موضوع البحث. أمّا الثبات فقد تم التأكد منه عن طريق إعادة تطبيق الأداة نفسها، على نفس محتوى العينة مرّةً أخرى بعد ٧ أيام من التحليل الأول، وتمّ التوصل إلى وجود تطابق بنسبة (٩٦٪).

النتائج

أولاً: نيويورك تايمز NYTimes

نظرةً عامةً: في حساب نيويورك تايمز نُشر أكثر من ٤,٣٣٥ تغريدة في أثناء مدة الدراسة، وبالنظر إلى مُعدّل التغريد حول كورونا من إجمالي عدد تغريدات الحساب، نجدُ أن هناك أكثر من ١٧٠٠ تغريدة تمثل ٤١٪ من تغريدات الحساب، وهو قريبٌ من مُعدّل النشر حول الأزمة لدى الحسابات العالمية (٤٤٪) (جدول ١).

جدول ١: نسبة التغريدات ذات العلاقة بأزمة الكورونا

م	محتوى عام	محتوى يتعلق بأزمة كورونا	نسبة تغريدات كورونا من التغريدات العامة
عدد التغريدات	4,335	1,777	41%

بالتركيز على سمات التغريدات المُتعلّقة بالأزمة نجدُ أن ٧٧٪ منها كانت تغريداتٍ أصلية. وتمّ استخدام الروابط في مُعظم التغريدات (أكثر من ١٥٠٠ رابط) فضلاً عن استخدام قليلٍ للصور (٩٦ صورة بين ثابتة ومتحركة Gif)، وقد يكون هذا لأنّ مُعظم الروابط تستخدم الصور أساساً.

► **مُعدّل النّشر:** مُعدّل النّشر حول الفايروس كان يتراوح بين ٢٠ و ٤٠ تغريدة في بداية الأزمة بداية شهر مارس (بمُعدّل ١,٦٧ تغريدة في الساعة)، ولكن مع ازدياد الأزمة وانتشارها في ١١/٣/٢٠٢٠ فقد ارتفع مُعدّل النّشر إلى ما بين ٤٠ و ٦٠ تغريدة يومياً (بمُعدّل ٢ تغريدة في الساعة) وهذا يشير إلى كفيّة تغيير مُستوى النّشر تبعاً لأهميّة وانتشار الأزمة.

► **نوع المحتوى:** فيما يخص محتوى التغريدات (جدول 2)، وتحليل أبرز التغريدات الأكثر تداولاً، يمكن الملاحظة أن ٤٠٪ من التغريدات كانت تنطرق إلى الجانب الصحي من الأزمة.

جدول ٢: تصنيف مواضيع محتوى تغريدات كورونا

م	محتوى سياسي	محتوى صحي	محتوى اجتماعي	أخرى
معدل التغريدات	25%	40%	25%	10%

وهذا يشير إلى أنّ الصحيفة تُركّز على الجانب الصّحي من الأزمة وتعطيه الأولوية الكبرى، تليه بدرجة مُتقاربة الجوانب السياسيّة والاجتماعيّة للأزمة.

► **الاستمالات العاطفيّة والعقليّة:** أمّا من ناحية استخدام الاستمالات في الخطاب داخل التغريدات الأكثر تداولاً، فكانت نسبة الاستمالات العاطفيّة هي الأكثر ظهوراً بمُعدّل ٧٠٪، وقد استُخدم الخطاب العاطفي عن طريق قصص فردية لأشخاص (قاموا بأفعال إيجابية أو تبرّع) أو آخرين عانوا بسبب المرض أو مشاهير أصيبوا به، ويتمّ التركيز غالباً على كلمات الخطاب الجماعيّ مثل «We» في التصريحات وإبرازها وكلماتٍ جاذبة إعلامياً مثل «Mysterious» و «Magic».

► **القصص الإخبارية:** أمّا بالنظر إلى نوع القصّة الإخبارية في التغريدات فيلاحظ أنّ أعلى نوع تكرر هو

التطرق لإجراءات التعامل الدولية والمحلية مع الأزمة على صعيد الدول مثل إجراءات الحظر وما يتعلّق بها (٥٠٪)؛ وقد يعود ذلك الى أهمية ذلك للجمهور وترقبهم لمعرفة المزيد حول الوضع الإجرائي. تليها بعض القصص الفردية لبعض الحالات (شخص يتنازل عن إيجارات الشقق، إصابة توم هانكس، إغلاق مدينة ألعاب ديزني وغيره). تليها بنسب متساوية (١٠٪) المعلومات الطبية والإجراءات السياسية وأرقام الإصابات. بالرغم أن المحتوى الصحي بشكل عام يشكّل أغلبية تحتل (٤٠٪) من أنواع المحتوى المطروح لكنه كان متوزعاً على أنواع مختلفة من القصص الإخبارية كأعداد الإصابات أو المعلومات أو القصص الفردية وغيره.

► **المدلول الإيجابي والسلبي:** أما من ناحية اتجاه مدلول التغريدات الأكثر تداولاً في النيويورك تايمز فقد كانت الأغلبية (٦٠٪) سلبية، ويرجع هذا إلى طبيعة وجدية الأزمة. إذ إن معظم التغريدات كانت تتحدّث عن تصاعد الأزمة والإصابات أو قصة معاناة أو عن الاكتشافات حول تأثيرات المرض الطبية والاقتصادية وغيره، أما التغريدات الإيجابية فكانت تتعلّق بتصرفات فردية إيجابية، أو بأخبار عن تقدّم إجراءات اختبار المرض، أو عن إجراءات لدعم رواتب الأفراد في بعض البلدان وغيره.

ثانياً: الجارديان Guardian

نظرة عامة: نشر حساب الجارديان ٧٩٣٩ تغريدة في أثناء مدة الدراسة، كان ما يتعلّق منها بكورونا ٣٤٥٣ تغريدة بنسبة ٤٣٪ وهي نسبة مقاربة للمعدّل العام للنشر عن كورونا في معظم حسابات وسائل الإعلام الإخبارية (٤٤٪) (جدول 3).

جدول ٣: نسبة التغريدات ذات العلاقة بأزمة الكورونا

م	محتوى عام	محتوى يتعلّق بأزمة كورونا	نسبة تغريدات كورونا من التغريدات العامة
عدد التغريدات	7,939	3,453	43%

بالتركيز على سمات التغريدات المتعلقة بالأزمة نجد أن جميعها ١٠٠٪ كانت عبارة عن تغريدات أصلية، فلم يتم إعادة تغريد أو اقتباس أي تغريدة لحساب آخر. واستخدمت الروابط في معظم التغريدات (أكثر من ٣٣٠٠ رابط) فضلاً عن استخدام قليل للصور تمثل في (١٢ صورة ثابتة) ومثل معظم المواقع الإخبارية قد يكون هذا لأن معظم الروابط تستخدم الصور أساساً.

► **معدّل النشر:** معدّل النشر حول الفايروس في الجارديان تفاوت بشكل كبير ما بين ٢٠ و ١٧٠ تغريدة في اليوم. وقد بدأ بمعدّل ٢٠ إلى ٤٥ في الأيام الأولى (معدّل تغريدة واحدة في الساعة) ثم تصاعد ووصل إلى أعلى معدّل (١٧٠ تغريدة في اليوم بمعدّل ٧ تغريدات في الساعة) في المدة ما بين ١٧ إلى ١٩ مارس حين أعلن عن تصاعد الأزمة في بريطانيا وبدء إجراءات الحظر، وهذا يشير أيضاً إلى أهمية تغيير مستوى النشر تبعاً لأهمية الأزمة وانتشارها.

► **نوع المحتوى:** فيما يخص تحليل محتوى التغريدات الأكثر تداولاً، فقد كان ٥٠٪ من التغريدات المتعلقة بأزمة كورونا هي تغريدات ذات طابع سياسي تليها ٢٥٪ ذات محتوى صحي، ثم محتوى اجتماعي بنسبة ١٥٪ (جدول 4). وهذه النتائج تشير إلى تركيز الموقع على الجانب السياسي من الأزمة.

جدول ٤: تصنيف مواضيع محتوى تغريدات كورونا من العينة

م	محتوى سياسي	محتوى صحي	محتوى اجتماعي	أخرى
المعدل	50%	25%	15%	10%

► **الاستمالات العاطفية والعقلية:** أما من ناحية استخدام الاستمالات في الخطاب في التغريدات الأكثر تداولاً فكانت نسبة الاستمالات العاطفية هي الأكثر ظهوراً بمعدل ٦٩٪ وتراوحت التأثيرات العاطفية بين استخدام الضمائر في العنوان (We, I)، واستخدام كلمات تعبيرية قد تستخدم للانحياز مثل (ignores, exploiting, outraged) وغيرها، فضلاً عن صيغ المبالغة مثل (stark contrast, it was satire). أما الاستمالات العقلية فكانت غالباً استخدام أرقام الإحصاءات الرسمية والنسب وتصريحات الأطباء والدراسات وغيرها.

► **القصص الإخبارية:** القصص الإخبارية للتغريدات الأكثر تداولاً كانت مختلفةً بعض الشيء عن محتوى القصص في موقع النيويورك تايمز. فقد كان ٤٠٪ متعلقاً بالإجراءات الدولية والمحلية للتعامل مع الأزمة (مثل إجراءات الفحص والحجر المنزلي وغيره) و ٣٥٪ تتعلق بأحداث أو إجراءات سياسية، و ٢٠٪ منها كان قصصاً فردية متنوعة تتعلق بالفيروس في حين أن 5% من التغريدات كانت عن أخبار حول علاج المرض. ونلاحظ عدم وجود تغريدات تتطرق إلى أعداد الإصابات أو معلومات طبية عن المرض (كما في النيويورك تايمز).

► **المدلول الإيجابي والسلبي:** أما من ناحية اتجاه المدلول الإيجابي والسلبي للتغريدات الأكثر تداولاً فكان الأغلب هو التغريدات ذات المدلول السلبي ٨٥٪، والتي تراوح محتواها بين أحداث سياسية أو أخبار طبية عن المرض تحمل طابعاً سلبياً. أما المدلول الإيجابي فكان عن تجارب أفراد (معلمة الروضة) أو دول (الصين واليابان) ومؤشرات عن بوادر علاج للمرض وغيره.

ثالثاً: العربية Arabia

نظرة عامة: قام حساب العربية بنشر ٥٨١١ تغريدة في أثناء مدة الدراسة، كان منها ٢٩٣٤ تغريدة متعلقة بالفيروس بنسبة ٥٠٪ من إجمالي التغريدات (جدول ٥)، وهي نسبة تفوق المعدل العام لدى أغلب المواقع الإخبارية (44%).

جدول ٥: نسبة التغريدات ذات العلاقة بأزمة الكورونا

م	محتوى عام	محتوى يتعلق بأزمة كورونا	نسبة تغريدات كورونا من التغريدات العامة
عدد التغريدات	5,811	2,934	50%

بالتركيز على سمات التغريدات المتعلقة بالأزمة في حساب العربية نجد أن معظم التغريدات ٩٩٪ كانت عبارة عن تغريدات أصلية، نسبة إعادة التغريد كانت ١٪ فقط، ولم يتم اقتباس تغريدة لحساب آخر. وقد استخدمت الروابط في جميع التغريدات (أكثر من ٢٩٠٠ رابط) وتم استخدام الوسم (الهاشتاق) كذلك بشكل مكثف وصل إلى (٢٩٠٠ وسم)، في حين لم تستخدم صورة كأغلب المواقع الإخبارية؛ لأن معظم الروابط تحتوي على صور.

► **معدل النشر:** في الأسبوع الأول من الدراسة كان معدل النشر يتراوح بين ٣٠ و ٦٠ تغريدة يومياً (بمعدل ٤٥ تغريدة يومياً أي قرابة تغريدتين في الساعة)، ثم ارتفع المعدل ليصل إلى ما بين ٨٠ إلى ١٢٥ منتصف الفترة (بمعدل أكثر من ١٠٠ تغريدة يومياً أي أكثر من ٤ تغريدات في الساعة).

► **نوع المحتوى:** تشير نتائج تحليل التغريدات المتعلقة بكورونا في المواقع العالمية إلى أن ٤٥٪ من المحتوى كان متعلقاً بالسياسة، و ٣٥٪ كان صحياً، و ٢٠٪ كان اجتماعياً، وهذا يشير إلى تركيز الموقع على الجانب السياسي من الأزمة، وهي نسبة مقارنة لنسبة الجارديان (٥٠٪ محتوى سياسي) (جدول ٦).

جدول ٦: تصنيف مواضيع محتوى تغريدات كورونا في حساب العربية

م	محتوى سياسي	محتوى صحي	محتوى اجتماعي	أخرى
معدل التغريدات	45%	35%	20%	

► **الاستمالات العقلية والعاطفية:** بالنظر إلى التغريدات الأكثر تداولاً يمكن ملاحظة أن نسبة الاستمالات العاطفية والعقلية كانت متساوية، وتصل إلى ٤٠٪، مقابل ٢٠٪ من تغريدات لم تظهر فيها استمالات، كانت الاستمالات العاطفية غير واضحة، وتشمل استخدام كلمات وعبارات مثل «أول» و«بؤرة»، أو أخبار تتطرق إلى مشاهير مثل زوجة رئيس كندا أو فريق ريال مدريد، أما الاستمالات العقلية فكانت غالباً بطرح تصاريح من مسؤولين.

► **القصص الإخبارية:** كانت النسبة الأعلى من القصص الإخبارية للتغريدات هي الإعلان عن أعداد الإصابات بنسبة ٣٠٪ من التغريدات، يليها التطرق لما يتعلق بإجراءات التعامل الدولية والمحلية مع الأزمة (من إجراءات الفحص والحظر والإجازات وغيره) بنسبة ٣٠٪، ثم الأحداث السياسية وأخبار العلاج وقصص فردية بمعدلات متساوية ١٥٪.

جدول ٧: نسبة تغريدات عناوين التغريدات في الحسابات (النيويورك تايمز ، الجارديان ، العربية)

فئات التحليل	العناوين	نيويورك تايمز	العربية	الجارديان
معدل التغريدات	عدد التغريدات	4335	5813	1939
	محتوى متعلق بأزمة كورونا	1777	2934	3453
	نسبة التغريدات المتعلقة بأزمة كورونا من التغريدات العامة	41%	50%	43%
نوع المحتوى	سياسي	25	45	50
	صحي	40	35	25
	اجتماعي	25	20	15
	أخرى	10		10
الاستمالات	عاطفية	70	40	69
	وجدانية		20	29
أنواع القصص الإخبارية	إجراءات التعامل المحلية والدولية	50	30	40
	معلومات طبية تتعلق بفيروس كورونا	10	65	50
	محتوى صحي	40	15	10
المدلول الإيجابي	إيجابي	40	30	15
	سلبي	60	70	85

▶ **المدلول الإيجابي والسلبي:** كانت النتائج مقارنة للمواقع الأخرى فقد بلغت نسبة التغريدات ذات المدلول السلبي ٦٥٪، مقابل ٣٠٪ للتغريدات الإيجابية، وقد تركزت الأخبار السلبية غالبًا في الإعلان عن إصابات المرض. أما الأخبار ذات المدلول الإيجابي فكانت أخبارًا عن الإجراءات مثل الإغاثة المُقدّمة لليمن أو تجربة اللقاح. بالنظر الى النتائج التي تم تقديمها أعلاه، وبالمقارنة بين المواقع الثلاث يمكن رصد الاستنتاجات الآتية:

▶ **معدّل النشر حول الأزمة بلغ ٤١٪ في حساب نيويورك تايمز، ٤٣٪ في الجارديان في حين ارتفع في حساب العربية ليصل إلى ٥٠٪.**

▶ **من ناحية أنواع التغطية الإخبارية المتعلقة بأزمة كورونا، كانت الأخبار المتعلقة بالنواحي السياسيّة للأزمة تمثّل ٤٥٪ في الجارديان، و ٥٠٪ في العربيّة، في حين قلّ الطرح السياسيّ المتعلّق بالأزمة في نيويورك تايمز إلى ٢٥٪.**

▶ **ركّزت نيويورك تايمز على طرّح الأخبار الصحيّة المتعلقة بالأزمة بنسبة ٤٠٪ من التغريدات المتعلّقة بالأزمة في حين كانت ٢٥٪ في الجارديان و ٣٥٪ في العربيّة.**

▶ **استخدمت الحسابات الاستمالات العاطفيّة في تغطيتها الإخبارية المتعلقة بالأزمة فقد كانت النسبة ٦٤٪ في نيويورك تايمز، ٦٩٪ في الجارديان، لكنها قلت إلى ٤٠٪ في العربيّة، وقد يعود هذا إلى الأساليب الصحفيّة المتّبعة.**

▶ **من ناحية القصص الإخبارية كان تركيز نيويورك تايمز والجارديان أكبر على إجراءات التعامل مع الأزمة بنسبة ٥٠٪ لنيويورك تايمز و ٤٠٪ للجارديان، في حين كان تركيز موقع العربيّة الأكبر هو الأخبار المتعلّقة بالإصابات وما يتبعها بنسبة ٣٠٪ من إجمالي أخبار التغطية.**

▶ **استخدمت نيويورك تايمز المدلول الإيجابي في التغطية الإخبارية للأزمة بمعدّل ٦٠٪، الجارديان بمعدّل ٦٩٪، والعربيّة بنسبة ٦٥٪ وهذا يشير الى تقارب بشكل عام في أسلوب تناول الأزمة.**

النتائج بشكل عام تشير إلى وجود نمطٍ مُتقاربٍ في التعامل مع الأزمة في الحسابات الثلاث، مع وجود تركيز على طرّح الجانب السياسي بشكل أكبر في الجارديان والعربيّة مقابل طرّح أقل من الناحية السياسيّة في نيويورك تايمز والتي ركّزت على الأخبار الصحيّة المتعلّقة بالأزمة. وتشير النتائج إلى أنّ نسبة الأخبار الإيجابية المتعلقة بالأزمة كانت أقل في حساب العربيّة من قناتي نيويورك تايمز والجارديان.

هذه النتائج تتوافق نسبيًا مع دراسة Basch (2020) بالرغم من اختلاف العينة، من ناحية ارتفاع

نسبة الأخبار السلبية المتعلقة بالأزمة في التغطيات الإخبارية، والتقليل من التغطيات المتعلقة بالدعم النفسي والاجتماعي للجمهور في أثناء الأزمة.

الخلاصة

قامت الدراسة بتقديم عرض وصفي لأساليب تغطية بعض المواقع الإخبارية العالمية على منصة تويتر لأزمة كورونا، وقدمت تحليلاً كمياً وكيفياً لأكثر من ١٨٠٠٠ تغريدة في ثلاثة حسابات إخبارية. وتم تحليل التغريدات الممثلة للتغطية الإخبارية المتعلقة بالأزمة عبر: معدّل النشر، ونوع المحتوى، والاستمالات العاطفية والعقلية، ونوعية القصص الإخبارية المستخدمة، والمدلولان الإيجابي والسلبي تجاه الأزمة. وبشكل عام فإن نتائج الدراسة تتوافق نسبياً مع بعض الدراسات السابقة، من ناحية ارتفاع نسبة الأخبار السلبية المتعلقة بالأزمة في التغطيات الإخبارية، والتقليل من التغطيات المتعلقة بالدعم النفسي والاجتماعي للجمهور خلال فترة الأزمة. ويمكن تلخيص أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- ▶ رغم أهمية الأزمة لم يتجاوز معدل النشر أو التغطية الإخبارية حولها ٥٠٪ من مجموع الأخبار المنشورة في الصحف العالمية في عينة الدراسة.
- ▶ هناك تركيز على استخدام الاستمالات العاطفية في الصياغة الخبرية للإقناع أو إيصال الأفكار خلال الأزمات في المواقع الأجنبية (حيث تراوحت ما بين ٦٤٪ في النيويورك تايمز إلى ٦٩٪ في الغارديان).
- ▶ هناك تركيز على استخدام المدلول الإيجابي عند التغطية الإخبارية للأزمات في المواقع الثلاث (ما بين ٦٠٪ إلى ٦٩٪)، وقد يعود هذا إلى أهمية نشر شعور إيجابي لدى الجماهير في أثناء الأزمة.
- ▶ الأخبار المتعلقة بالنواحي السياسية للأزمة لم تتجاوز ٤٥٪ من الأخبار المتعلقة بالأزمة في المواقع الثلاث، فقد حاولت المواقع طرح الأزمة من أبعاد متنوعة.
- ▶ تميل المواقع الأجنبية (النيويورك تايمز والجارديان) إلى التركيز بشكل أكبر على إجراءات التعامل مع الأزمة، في حين كان تركيز موقع العربية الأكبر هو الأخبار المتعلقة بالإصابات.

المصادر العربية

- أحمد شياع عاني. (2015). «التغطية الإخبارية للأزمة السياسية في العراق 2014 لموقعي الجزيرة نت والعربية نت: دراسة تحليلية» (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط.
- أحمد فاروق رضوان. (2012). استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة. المجلة العربية للإعلام والاتصال (8).
- جمال أحمد. (2009). «أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية، دراسة حالة لموقعي BBC والعالم». المجلة المصرية لبحوث الإعلام (34).
- حليمة عايش. (2018). «المواقع الإلكترونية الإخبارية استراتيجيات أم انتهاكات». مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية (13)، 25 - 41.
- طه نجم. (2007). الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية لعينة من صحيفتي الوطن السعودية وتشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان العدد 21. المجلة لبحوث الاعلام (21).
- عبد الرزاق الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. الكويت: دار اليازوري.
- عبدالرحمن الشامي. (2021). معالجة الصحافة الإلكترونية اليمنية لجائحة كورونا: دراسة تحليلية.
- عبدالصاقد حسن. (2015). «أطر معالجة المواقع الإلكترونية المصرية للمضامين الإخبارية السياسية الخليجية: دراسة مقارنة بين موقعي اليوم السابع المصري اليوم». المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2015 (4)، 241-347.
- عزام علي عنانزة. (2017). «تغطية المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية للعدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014». مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب، 14 (1)، 283-311. doi:10.51405/0639-014-001-012
- محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (الإصدار 3ط). القاهرة: عالم الكتب.
- ميرال مصطفى عبدالفتاح. (2018). «الأطر المصورة للأزمة السورية في المواقع الإلكترونية للفتوحات الدولية». المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 17 (2)، 447 - 495.
- ميرهان طنطاوي. (2016). الاستجابة الاتصالية لشركات الطيران أوقات الأزمات ودورها في حماية سمعة علاماتها التجارية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2016 (8)، 171-99.

Bibliography

- An, S.-K., & Gower, K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. *Public Relations Review*, 35(2), 107-112. doi:10.1016/j.pubrev.2009.01.010
- Basch, C. H., Hillyer, G., Erwin, Z., & et al. (2020). News coverage of the COVID-19 pandemic: Missed opportunities to promote health sustaining behaviors. *Infection, Disease & Health*, 25(3), 205-209. doi:10.1016/j.idh.2020.05.001
- Belair-Gagnon, V. (2015). *Social media at BBC news: The re-making of crisis reporting*. Routledge.
- Cho, S. H., & Gower, K. (2006). Framing effect on the public's response to crisis: Human interest frame and crisis type influencing responsibility and blame. *Public Relations Review*, 32(4), 420-422. doi:10.1016/j.pubrev.2006.09.011
- Chouliaraki, L., & Zaborowski, R. (2017). Voice and community in the 2015 refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. *International Communication Gazette*, 79(6-7), 613-635. doi:10.1177/1748048517727173
- Dang, T. L. (2019). News media coverage and corporate leverage adjustments. *Journal of Banking & Finance*, 109, 105666. doi:10.1016/j.jbankfin.2019.105666
- Dhakal, S. P. (2018). Analysing news media coverage of the 2015 Nepal earthquake using a community capitals lens: implications for disaster resilience. *Disasters*, 42(2), 294-313. doi:10.1111/disa.12244
- Gallagher, A. H., Fontenot, M., & Boyle, K. (2007). Communicating during times of crises: An analysis of news releases from the federal government before, during, and after hurricanes Katrina and Rita. *Public Relations Review*, 33(2), 217-219. doi:10.1016/j.pubrev.2007.02.009
- Hellsten, I. (2002). *The politics of metaphor. Biotechnology and biodiversity in the media*. Tampere: Tampere University.
- Hellsten, I., Dawson, J., & Leydesdorff, L. (2010). Implicit media frames: Automated analysis of public debate on artificial sweeteners. *Public Understanding of Science*, 19(5), 590-608. doi:10.1177/0963662509343136
- IYENGAR, S., & SIMON, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. *Communication Research*, 20(3), 365-383. doi:10.1177/009365093020003002
- Kilgo, D., Yoo, J., & Johnson, T. (2018). Spreading Ebola Panic: Newspaper and Social Media Coverage of the 2014 Ebola Health Crisis. *Health Communication*, 8(34), 811-817. doi:10.1080/10410236.2018.1437524
- Kyhn, H. S. (2008). *Situational Crisis Communication Theory: Its Use in a Complex Crisis with Scandinavian Airlines' (Doctoral dissertation, Master Thesis in Corporate Communication)*. Aarhus School of Business.
- Leydesdorff, L., & Hellsten, I. (2006). Measuring the meaning of words in contexts: An automated analysis of controversies about 'Monarch butterflies,' 'Frankenfoods,' and 'stem cells'. *Scientometrics*, 67(2), 231-258. doi:10.1007/s11192-006-0096-y
- Li, J., & Dong. (2016). Ensuring effective news coverage in disasters: a study of news coverage capability in China. *Global Business and Organizational Excellence*, 35(4), 55-66.
- Liu, B. F. (2011). How organizations framed the 2009 H1N1 pandemic via social and traditional media: Implications for US health communicators. *Public Relations Review*(37), 233-244.
- Pantti, M. (2019). Crisis and disaster coverage. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*.
- Seeger, M. W. (2002). Chaos and crisis: Propositions for a general theory of crisis communication. *Public Relations Review*, 28(4), 329-337.
- Van der Meer, T. G., & Vliegenthart, R. (2014). When frames align: The interplay between PR, news media, and the public in times of crisis. *Public Relations Review*, 40(5), 751-761.
- von Nordheim, G., Boczek, K., & Koppers, L. (2018). Sourcing the Sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828. doi:10.1080/21670811.2018.1490658