

دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الأردنية

[THE ROLE OF ISLAMIC MEDIA IN COMBATING COVID-19 FROM THE VIEWPOINT OF THE STUDENTS OF AJLOUN UNIVERSITY OF JORDAN]

ZAWAWI YUSOFF & MUHYIDDIN YA'KUB ABU AL-HAWL²

^{1*} Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Universiti Sultan Zainal Abidin (UniSZA), 21300 Gong Badak, Kuala Nerus Terengganu. E-mel: zawawi@unisza.edu.my

² Ajloun National University, PO Box 43. Ajloun 26810 Ajloun Jordan. E-mel: mohyi78@gmail.com.

Correspondent Email: zawawi@unisza.edu.my

Received: 23 April 2021

Accepted: 30 May 2021

Published: 14 June 2021

Abstrak: This study aimed to know the role of Islamic media in combating Covid-19 from the Viewpoint of the students of Ajloun University of Jordan. The researcher used the descriptive analytical method, and the data was collected through a questionnaire designed by the researcher to achieve the goal of the study. The study sample was chosen randomly, which included (500) male and female students from members of the original community. Statistical analyzes were performed such as mean, frequencies, percentages, analysis of variance test. The results indicated that the formative role was more effective compared to the protective, preventive and curative roles. The results indicated that there were statistically significant differences in favor of females in the role of Islamic media in combating Corona, and that there were no differences attributed to students' specialization. Also, the findings of the study showed that the constitutive role is the most affective than the preventive and curative roles; the results showed that there is a significant statistical differences, for the favor of female students, in the educational role of Islamic media, and there is no significant statistical differences could be attributed to the specialization of the students.

Key words: Role, media, Islamic media, Corona.

الملخص: هدفت هذه البحث إلى معرفة دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الأردنية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة قام الباحث بتصميمها لتحقيق هدف البحث، حيث اشتملت على فقرات موزعة على مجالاتها تكون مجتمع البحث من جميع طلبة جامعة عجلون الأردنية للعام الدراسي 2020-2021. وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية والتي شملت (500) طالباً وطالبة من أفراد المجتمع الأصلي. وتم إجراء التحليلات الإحصائية كالمتوسطات الحسابية، والتكرارات، والنسب المئوية، اختبار تحليل التباين. وأشارت النتائج إلى أن الدور البنائي كان مؤثراً بشكل أكبر مقارنةً بكل من دور الحماية والوقاية والعلاجي. وأشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإناث في دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا وعدم وجود فروق تعزى لتخصص الطلبة.

الكلمات المفتاحية: دور، الإعلام، الإعلام الإسلامي، كورونا.

Cite This Article:

Zawawi Yusoff & Muhyiddin Ya'kub Abu Al-Hawl. 2021. Dawr al-I'lam al-Islami fi Mukafahat Kuruna min Wijhat Nazar Talabat Jami'ah 'Ajlon al-Urduniyyah [The role of islamic media in combating covid-19 from the viewpoint of the students of Ajloun University of Jordan]. *QALAM International Journal of Islamic and Humanities Research*, 1(2), 74-87.

المقدمة

بات للإعلام دوراً متزايداً وأهمية خطيرة كأحد أسلحة العصر الحاضر في تغطيته للأزمات، نظراً لما يتوفر له من قدرات هائلة تمثل في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، ومن ثم امكانية التحكم في سلوكياتهم وتوجيههم. حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً حيوياً في معالجة الأزمات من خلال التوعية والإرشاد والتوجيه عن طريق الاتصال المباشر بين غرف العمليات الخاصة بمواجهة الأزمات وبين جماهير جمهور المشاهدين والمستمعين والقراء لتحذيرهم من الأخطار المحدقة التي تم التنبؤ بها، ومتى وأين ومكان وقوعها ومساراتها. وتشكل أزمة كورونا أبرز الازمات التي واجهتها البشرية في هذه الأيام وتكمن أهمية دور الإعلام في التخفيف من حدة هذه الأزمة من خلال تزويد الجمهور بالحقائق للحد من انتشار الشائعات وتنوير الأفراد بما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح، لذا فإن معالجة الأزمة إعلامياً تتطلب تكامل الجهود الإعلامية أهلية وحكومية مؤسسات وأفراد ضمن رؤية عامة لحماية البلد وتحصينه من المؤثرات الناتجة عنها.

وخلال المرحلة الراهنة، توظف وسائل الإعلام بشكل مكثف لإدارة أزمة كورونا، وذلك لضمان تعامل أكثر كفاءة معها ومواجهتها على النحو الأمثل، وقد بات دور ما يسمى وسائل الإعلام الجديد محورياً خصوصاً أنها أصبحت أكثر انتشاراً وفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي التي تراجع دورها بشكل لافت للنظر . وفي ظل هذه المرحلة الحرجة لمكافحة جائحة كورونا على المستوى العالمي بأكمله يبدو أن هناك حاجة ملحة لأن تقوم وسائل الإعلام الإسلامي بدور أكثر فاعلية لتحقيق هدف التعافي في أسرع وقت ممكن من تداعيات هذه الجائحة التي تمثل تحدياً لم يشهد له العالم مثيلاً منذ الحرب العالمية الثانية، وذلك من خلال بذل المزيد من الجهود على محورين أساسيين: أولهما، تأكيد الأهمية القصوى لاستمرار الالتزام بالإجراءات الوقائية والاحترازية، مثل ارتداء الكمامات والحفاظ على التباعد الجسدي، لأن التعايش مع الفيروس ربما دفع بعض الناس إلى التراخي، وهو ما أدى إلى ارتفاع عدد الإصابات والوفيات، إذ تشير الإحصائيات الرسمية الخاصة بالوضع بشكل عام إلى ارتفاع ملحوظ في عدد المصابين والمتوفين على الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها المؤسسات المعنية، ما يعني أن جميع أفراد المجتمع مطالبون بزيادة الالتزام ودعم هذه الجهود، وهذا ما يجب أن تحرص وسائل الإعلام على تأكيده بشدة. كما أنها مطالبة بمواصلة تشجيع كل أفراد المجتمع على تلقي اللقاح

من خلال بيان الأهمية القصوى لهذه الخطوة ودحض الشائعات الزائفة التي يروّجها بعضهم حول لقاحات كورونا بأنواعها المختلفة.

وتعد هذه "الأزمات والكوارث" مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تحظى بتغطية على نطاق واسع، سعياً لإرضاء جماهيرها، لاسيما وأن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق في النفس البشرية، ووفقاً لرأي "هاريسون" فإن الأزمات والكوارث والفضائح والحوادث الطارئة تكون جوهر الأخبار المؤثرة، وتحظى بتغطية واسعة من وسائل الإعلام، وهو ما ذهب إليه سنتر وجاكسون" حيث رأيا أن وسائل الإعلام تركز في تقاريرها على الأخبار السيئة والأخطاء والحوادث والفضائح التي تقع في المجتمع الإنساني، إذ تعتمد هذه الوسائل على إثارة التساؤل والبحث عند الجمهور، وإمداده بالمعلومات عن الأخطاء البشرية (أبوخليفة، 2009).

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في الإجابة على السؤال الرئيسي (ما دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الأردنية؟). وسعى البحث للإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما مدى قيام الإعلام الإسلامي بدوره في إدارة جائحة كورونا من وجهة نظر أفراد عينة البحث؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات آراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي تعزى إلى الجنس (ذكر، انثى)؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات آراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا تعزى إلى التخصص (علمي، إنساني)؟

أهداف البحث

هدفت هذه البحث إلى ما يلي، التعرف إلى دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا. بيان مستوى قيام الإعلام الإسلامي بدورها من وجهة نظر أفراد العينة.

أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من حيث: ندرة الدراسات والبحوث المتعلقة بـ إعلام الأزمات والكوارث، إضافة إلى ندرة الدراسات التي تناولت ظاهرة انتشار الأمراض المعدية والكوارث الطبيعية كالسيول في المجتمعات.

حدود البحث:

اقتصرت البحث الحالية على، الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه البحث في الفصل الثاني من العام الجامعي 2020. الحدود المكانية: اقتصرت هذه البحث على طلبة جامعة عجلون الوطنية. الحدود الأكاديمية اقتصرت هذه البحث على دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الوطنية.

مصطلحات البحث:

الدور: هو مجموع توقعات الأفعال (التأثيرات) التي تقوم بها الصحافة. (Umran، 2011: 9)

الجائحة أو الكارثة: هي عبارة عن "حدث يسبب تدميراً شاسعاً وأضراراً كبيرة وسوء (Makawi، 2005: 20)، ويعرف العلماء الجائحة أو الكارثة بتعريفات تبرز خصائصها وتميزها عن الأزمة فهي: "حادثة مفاجئة مأساوية تربك الحياة اليومية بشكل بالغ وتوقع عدداً من الخسائر المادية والبشرية، وتحطم الموارد المحلية، وتسبب مشكلات تستمر لفترات طويلة" (Makawi، 2005: 54).

الإعلام الإسلامي: هو علم وفن يقوم به أشخاص ملتزمون دينياً مطلعين على الوسائل الإعلامية الحديثة ويستخدمونها لنشر المبادئ والقيم الإسلامية بغرض التوعية والتثقيف والإرشاد للناس.

ومن تعاريف الإعلام الإسلامي: تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته (Abd al-Rahim، 1984: 147)، وعرف أيضاً أنه "جهد فني علمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم الاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرداً، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام، وهيئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي عام وصائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته" (Hijab، 1982: 135).

الإعلام وكورونا

يزداد الاهتمام الإعلامي العالمي بكل ما يتعلق بأزمة كورونا، وباتت تشكل هذه الأزمة اختباراً لوسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم، والتي تسعى إلى كسب ثقة الجمهور والمحافظة عليها، ومع أن كورونا يستمر بإصابة المزيد من الناس ويحصد المزيد من الأرواح، إلا أن ما تظهره الاخبار المباشرة حول اللقاح الذي طال انتظاره. لكننا لا نزال نحتاج والمزيد من الوقت ، وفي هذه الفوضى نجد أن السمة الأبرز لوسائل الإعلام في هذه المرحلة شأها الكثير من عدم الموضوعية والضبابية ولا تزال مستمرة وهو ما انعكس على قبول الناس لفكرة اللقاح حتى في التشكيك بوجود هذا المرض ، وباتت الدول عاجزة عن وضع حد لهذه الاخبار المضللة وتلك المقتطفات العشوائية والغير علمية ، بل بتنا نشاهد حركات سياسية واجتماعية رافضة للإجراءات الطبية من حجر ولبس للكمامة واللقاح، وكانت شركة «غوغل» قد أعلنت أن القراصنة الإلكترونيين يرسلون يوميا 18 مليون رسالة احتيالي عبر البريد الإلكتروني حول فيروس كورونا. والسبب أن البشر لا يحبون سماع الحقيقة. إنها فوضى تُطبق على العالم بأسره. (Ruhi، 2020) لا شك بأن هذه الفوضى شكلت عبئا إضافيا على وسائل الإعلام الإسلامية وقدرتها على التعاطي مع هذه الازمة المستجدة، مع كل ما تواجهه من تحديات وعوائق.

وأشار عالم الاجتماع الإيطالي إدواردو نوفيلي من جامعة "روما 3" إلى أن عدداً من وسائل الإعلام تباطأت في العمل في بداية الأزمة. وكتب في دراسة بعنوان "إنفومود" تتعلق بما نشرته 257 وسيلة إعلام أوروبية على موقع "فيسبوك" جرت بين الأول من كانون الثاني/يناير و14 آذار/مارس أن "الصحف تأثرت إلى حد كبير بحكوماتها الوطنية التي قللت، في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا، من خطورة الأزمة المقبلة". وعبر عن أسفه لأن وسائل الإعلام هذه "لم تقم بدورها". ونقلت بعضها أخباراً مضللة، مثل "ديلي ميل" في بريطانيا التي أوردت فكرة أن الفيروس التقطه شخص تناول حساء خفاش في الصين. وهذه المعلومات تناقلتها صحف صفراء عديدة تعيش على أخبار الإثارة.

ولا يخفى أن هذه الازمة قد أثرت بشكل كبير في تسريع ما يسمى بالمرحلة الانتقالية التي تشهد موت الصحف الورقية. فبينما دخلت فرنسا في العزل، تراجع مبيعات الصحف بنسبة 24 في المائة الاثنين 16 آذار/مارس، و31 في المائة الثلاثاء 17 آذار/مارس، كما ذكرت مجموعة التوزيع "بريستاليس". وأكد هذا الكلام المؤرخ باتريك إيفنو بقوله إن "الصحف ستموت أو تعيد تجميعها وكل شيء مرهون بمدّة الظاهرة". وأضاف: "لكن وسائل الإعلام التي تعتبر جديدة بالثقة ستستفيد عبر مضاعفة عدد اشتراكاتها الرقمية". (الموقع الإلكتروني للقيادة الألمانية).

الإعلام الأردني وكورونا

لعل صدمة خبر تسجيل أول حالة لشخص مصاب بالكورونا، وطريقة تعاطي الأردنيين معها كانت مبالغة جدا. ونستذكر كيف قامت وسائل الإعلام بانتهاك المعايير المهنية في التعامل مع أول حالة مصابة، ناهيك عن الاستعراض الإعلامي في التعامل مع الحدث واختراق خصوصية المصاب وسؤاله أسئلة لا داعي لها وهو يعاني من المرض والوجع النفسي قبل الجسدي. أما الآن فتمر الأرقام بالآلاف ولا تعنينا الكثير وقد نقرؤها في الشريط الإخباري ونحن نتابع أحد المسلسلات، إذن هي سيكولوجية التعود على الشيء، فمن مرحلة الصدمة إلى التعود إلى اللامبالاة. فنذكر حين عاد المواطنون لحياهم الطبيعية مع الحالات الصفرية وضرنا عرض الحائط كل البروتوكولات الوقائية التي اتبعت سابقا، واتهم الفيروس بأشكال نظريات المؤامرة كافة التي لا تخطر بالبال. إلى أن باغتتنا الأرقام وبالآلاف هذه المرة، وعادت وسائل الإعلام لتنشط من جديد في استضافات لمسؤولين وأطباء أمهكتهم الأسئلة الإعلامية الساذجة تارة، والتدخل في الشؤون العلاجية تارة أخرى، حتى ضاق صدر بعض المسؤولين ليقولوا لمحاورهم: كفى، فقد أمهكتهم المقابلات اليومية وهم منهكون فعليا من حالة الطوارئ الطويلة التي أرغموا عليها.

ها نحن اليوم أمام موجة أخرى من التشكيك بفعالية اللقاح وبسرد أخطاره وأعراضه الجانبية. فهذه الجائحة أوجدت بيئة خصبة لمحي نظريات المؤامرة ومرتعا جيدا لإطلاق الإشاعات، ونشط الناشطون على وسائل التواصل الاجتماعي مستغلين فترة مكوث الناس في بيوتهم بسبب القيود التي فرضتها الجائحة. (Ruhi, 2020)

بات المشهد الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي مكتظين جدا ووضعنا أمامنا آراء كل من أدلى بدلوه من الاختصاصيين والعلماء والسياسيين والمفكرين والمحليلين من مختلف بلدان العالم، ولم تخل أحيانا من المناكفات السياسية بين بعض الدول على خلفية ظهور الوباء.

لكننا اليوم ومع بداية هذه السنة نجد أن إعلامنا الرسمي وشبه الرسمي بات يلعب دوراً رئيساً ومحورياً في إدارة الازمة إعلامياً بكل مهنية واحترافية وذلك من خلال ما قدمه ويقدمه من معلومات واخبار وبيانات صحافية للمواطن تمثلت جميعها بالمصداقية والشفافية والوضوح والدقة وبطريقة سلسلة وعفوية في بعض الأحيان، الامر الذي أعاد الثقة ما بين المواطن الاردني والإعلام الرسمي وشبه الرسمي، وقد سلكت الدولة لتحقيق هذا الدور مسلكا مكن الإعلام من دحض الشائعات وتجميع كل الاجندات الخارجية ولكل من تسول له نفسه تشويه الجهود الوطنية جميعها والتي تبذل جهوداً كبيراً في مواجهة أزمة كورونا.

كما نجح إعلامنا الرسمي وشبه الرسمي في بناء الثقة بينه وبين المواطن من خلال جعل المواطن سواء القارئ أم المستمع ام المشاهد في متابعة كل ما يجري من أخبار وأحداث عبر محطاته وقنواته وبعض مواقعه الالكترونية والتي تصب جميعها في خدمة الوطن والمواطن. وبالتالي تقليص دور ما يسمى بـ "المواطن الصحافي"

بخاصة السليبي عبر الإعلام الجديد. حيث ساهمت تلك الثقة بان تجعل المواطن الاردني مستقبلاً إيجابياً للمعلومات التي يتلقاها عبر الإعلام الرسمي وشبه الرسمي وبالتالي المساهمة في نقلها إلى الإعلام الجديد (الفيسبوك) بطريقة ايجابية تصب في خدمة الوطن (Al-Rahbani، 2020)

دور وسائل الإعلام الإسلامي

الفيروس وضعنا أمام اختبار رئيسي، فإما أن نثق في البيانات العلمية وخبراء الرعاية الصحية والمسؤولين والتي يظهرها الإعلام على نظريات المؤامرة التي لا أساس لها. وكيف يمكن للناشطين على وسائل التواصل أن يعوا بعظم المسؤولية الملقاة على عاتقهم، فلا تقتصر مهمة الصحافة على الرقابة على السلطة، بل تتجاوزها في نشر مفاهيم وترسيخ ثقافة وتوعية حقيقية. إن ما يحدث في العالم في مواجهة كورونا يعكس كيف أصبح العالم قرية واحدة وأن مشاكله مترابطة، وجعلنا نعيد التفكير بخطورة الإعلام بمختلف وسائله وكذلك وسائل التواصل الاجتماعي، يمكننا أن نتأمل معاً في الدور المهم الذي يمكن أن يقوم به الإعلام.

فغياب المعلومة الصحيحة والدقيقة يؤدي إلى انتشار التهويل، والسرعة تأتي على حساب الدقة أحيانا وكأننا في سباق مع السبق الصحفي ما بين التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي. فوسط هذا القلق والفوضى، نحتاج إلى المزيد من الوعي والعناية بالصحة النفسية التي لا تقل أهمية عن الصحة الجسدية، كما علينا تسليط رسالة إعلامية عن المواطنة ودور كل واحد منا وكيف يمكننا أن نمد يد العون للآخرين.

ما نحتاجه الآن من الإعلام الإسلامي بوسائله المختلفة هو التركيز على مواضيع إعلامية تحيي روح التكافل والتعاون وتعظيم القيم والأخلاق سواء بشكل فردي أو جماعي من خلال المؤسسات. إن الإنسانية اليوم كلها في اختبار واحد، أمام تحد حقيقي. ورغم ما يبدو عليه أفق العالم في هذه الأيام حالكا واضطرابه شديدا جراء حالة الارتباك والضياع الناتجة عن الظروف التي تشهدها جميع الأمم، فإنه اليوم وفي ظل هذه الأزمة في حاجة إلى المزيد والمزيد من الأمل وقوة الروح المنبعثة من الإيمان، بالتأكيد هذه فرصة للتأمل في دورنا كمسلمين ونحاول معاً أن نستكشف ما يمكننا فعله بحيث نبث الطمأنينة والأمل والقوة في قلوب الجميع. وكيف يمكننا تعزيز صفات من قبيل الوحدة والاتحاد، الألفة والتعاطف، المعرفة والإدراك، روح العبادة الجماعية والمسعى المشترك. (Ruhi، 2020)

في ظل التطور الهائل لإمكانيات وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة، تعاضد دور الإعلام الإسلامي في التعامل مع الأزمات بشكل خاص، وأصبح من الأهمية بمكان الالتزام والاستناد في المعالجات الإعلامية للأزمات على القواعد والاسس العلمية لإدارة الأزمة، أيا كان مجالها، من جانب القائمين بالاتصال (إعلاميين أو سياسيين أو دبلوماسيين أو مسؤولين) ومن هذه الأسس والركائز نذكر (Al-Ak، 2019: 9):

1. أصبح الإعلام عبر وسائله المتعددة أداة التفاعل بين الأزمة والكثير من أطرافها وحتى من ليس طرفا مباشرا فيها، كما لم يعد ممكنا التعقيم أو الصمت الإعلامي على أية أزمات مهما تفاوتت في حدتها أو حجمها، فعلى سبيل المثال، كان يمكن في الماضي للسلطات في أية دولة عدم نشر المعلومات بشأن أية كارثة أو أزمة قد تقع في محيط الدولة، مثال على ذلك "لم يعرف العالم شيئا عن حادثة انفجار مفاعل تشيرنوبيل الا بعد عدة أيام من وقوعه"، وقد أصبح إخفاء أو تجاهل أية أزمة في عصرنا الحالي أمرا شديدا الصعوبة، وبالطبع فإن درجة الاهتمام الشعبي محليا وإقليميا ودوليا بأية أزمة تفاوتت من أزمة لأخرى، ولكن يظل لوسائل الإعلام دور رئيس في التعريف بها والتفاعل مع مجرياتها.
2. الاعداد الدقيق لإدارة الأزمة، وذلك بتقدير حجم وقوة وتأثير الإعلام المضاد محليا أو خارجيا، وعدم الانفراد بإدارة الأزمة إعلاميا دون مشاركة جهات الاختصاص المسؤولة عن طبيعة الأزمة.
3. الاعتراف بوجود أزمة، بمعنى عدم إنكارها وتوجيه الرسالة الإعلامية الصحيحة المتصلة بها، ومنها على سبيل المثال قيام المسئول الإعلامي أو المتحدث بتحديد الاسئلة المتوقعة والاجابات المناسبة لها قبل بدء أي لقاء إعلامي، مع مراعاة أن لتصريح لوسائل الإعلام بمعلومات أو بيانات غير صحيحة، أو التهرب أو الامتناع من الاجابة على أسئلة معينة يأتي بنتائج عكسية غير مرغوب فيها.
4. رصد الدروس المستفادة من الأزمة قبل طي ملفها، ومثل تلك الدروس يشكل تراكما معرفيا لا غنى عنه لمواجهة أزمات المستقبل قبل أن تنشب وتستفحل، كما يشكل التراكم المعرفي بدوره مرجعيات لتدريبات الإعلاميين من واقع الخبرات المكتسبة.

أولا: الإعلام بصورته الجديدة: على الصعيد الإعلامي يكثُر الحديث اليوم عن ماهية هذا الإعلام فقد تحول من المعنى الرسالي إلى المعنى التجاري والاستثماري فضلا عن أبعاده في تشكيل الجماهير وبرمجة أولوياتها. والإعلام اليوم أصبح في دائرة التصنيف المتنوع:

1. الإعلام الترويجي الهادف إلى الترويج بأنواعه.
2. الإعلام المتزعم الذي يختار الخبر الذي يوجهه و يجلله بالاتجاه الذي يخدم اهدافه.
3. الإعلام التسويقي بمعناها التجاري العام.
4. الإعلام المسوق لمصالح فرد او مجموعة لأجل اهداف شخصية او ايدولوجية

ثانياً. مصداقية وسائل الإعلام الحكومية والخاصة أثناء الأزمات (Al-'Ak ، 2019: 11):

تزداد أهمية مصداقية وسائل الإعلام بوجه خاص أثناء الأزمات؛ حيث تحتاج هذه الوسائل إلى أداء من نوع خاص، مهنياً وأخلاقياً ووطنياً، انطلاقاً من بعض المداخل والنظريات التي تستند إلى المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وممارسة الإعلام لدور الشفيع (المحامي) عن كل الفئات دون تمييز أو إهمال للفئات المهمشة، بما يوفر حق المعرفة الشاملة والكاملة والمتعمقة والتعبير عن الذات بحرية بعيداً عن سياسة الصمت الإعلامي تجاه مشاكل البعض أو واقعهم، بالإضافة إلى تنشيط الجهات ذات الصلة للقيام بواجباتها ومسئوليتها، والقدرة على توسط العلاقة بين الأفراد وصناع القرار، وتفعيل الحق في الاتصال بمفهومه الشامل الحق في أن يعلم الجميع وأن يعلم عن نفسه بحرية.

ولكي تحقق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها من قبل كافة الأطراف على النحو الأمثل، لا بد أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات، ومنها: الفورية في نقل الأزمة، والتعريف بها وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية أولاً بأول، والعمق والشمول في تغطية جوانبها المختلفة، وضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، والاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التغطية، والرجوع والاعتماد على المصادر الأصلية.

ومن الأهمية بمكان إدراك أن تحقيق المصداقية لدى الجماهير عامة والنخب باختلاف مجالاتها ليس بالأمر السهل، وخاصة خلال الأزمات التي تطول مدتها، كما أن وجود قانون للمعلومات يرتب الحصول عليها وتبادلها يعد البوابة الرئيسة لتحقيق إعلام يساهم في مواجهة الأزمات، وليس إعلاماً يؤدي إلى اختلاق أزمات أو التهويل من بعضها. هذا التناول بعرض عشر قواعد لمواجهة الأزمات كما حددها بعض المعنيين بإدارة الأزمات (al-'Ak ، 2019: 11-15):

1. تقبل المسؤولية: وهذا لا يعني أن تتقبل اللوم.
2. فرق بين الإعلام السلبي والأزمة الحقيقية ... وحدد فعلك على هذا الأساس.
3. استخدام أساليب البحث العلمي واستطلاع الرأي لتحديد أسلوب المواجهة.
4. جند طرفاً ثالثاً للتحدث نيابة عنك.
5. تعامل مع وسائل الإعلام كشركاء وليس كأعداء، ولكن بحذر.
6. توقع الشكوى والتقاضى.
7. تابع وحلل ما ينشر في وسائل الإعلام التقليدي والجديد عن قرب.
8. أبرز تعاطفاً واهتماماً وتفاعلاً مع الحدث والناس.
9. اتخذ الـ 24 ساعة الأولى بأقصى حدود الجدية والاهتمام.

10. ابدأ برنامج إدارة الأزمة عن طريق بناء ركائز وأصول سمعة المؤسسة؛ حيث إنه في غضون الأزمة ليس مهما سمعة المؤسسة.

وليكن الهدف دائما من تناول الإعلامي على كافة مستوياته لأي أزمة مساعدة المجتمع في مواجهتها والتغلب عليها، وغرس قيم الصمود وروح الأمل وليس الاحباط أو تقسيم وتفتيت المجتمع.

الطريقة والإجراءات

مجتمع البحث وعينتها:

اشتمل مجتمع البحث على طلاب جامعة عجلون الوطنية للعام الدراسي (2020)، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية حيث اشتملت العينة على (500) طالب وطالبة من الكليات العلمية والانسانية كما هو مبين في الجدول رقم (1)

الجدول (1) توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية

التخصص		الجنس	
العدد	الفئة	العدد	الفئة
145	علمي	230	ذكر
355	انساني	370	انثى

أدوات البحث :لجمع البيانات عن دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الوطنية. الأردنية. قام الباحث بإعداد استبانة تكونت من جزئين اشتمل الأول على المعلومات الديمغرافية، وتم تقسيمه إلى ثلاثة أبعاد رئيسة تم تمثيلها من خلال الفقرات من نوع ليكرت الرباعي (دائماً، غالباً، أحياناً، ابدأ) وتم التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها على (6) من الأساتذة المتخصصين، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مناسبة فقرات الاستبانة، ووضوح صياغتها وانتماء فقراتها، حيث تم استبعاد او اضافة أو تعديل الفقرات التي اشاروا اليها، وبالتالي اصبحت الاستبانة تتمتع بدرجة جيدة من الصدق الظاهري أو صدق المحكمين.

- **ثبات الأداة:** للتأكد من ثبات أداة البحث، فقد تم حساب معامل ثبات الاتساق الداخلي حسب - ألفا (alpha -Cronbach)، والجدول رقم (2) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والأداة ككل واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه البحث.

جدول (2) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

المجال	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
الدور الإعدادي البنائي	0.89	0.90
الدور التصدي والعلاج	0.91	0.85
دور الحماية والوقاية	0.87	0.92
الدور ككل	0.90	0.93

النتائج

هدفت هذه البحث إلى التعرف دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر طلبة جامعة عمجلون الوطنية. الأردنية، ولتحقيق هدف البحث تم بناء استبانة لقياس ذلك.

السؤال الأول: (ما مدى قيام الإعلامي الإسلامي بدوره في مكافحة كورونا من وجهة نظر أفراد عينة البحث؟) وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قيام الإعلامي الإسلامي بدوره في مكافحة كورونا من وجهة نظر أفراد عينة البحث، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قيام الإعلامي الإسلامي بدوره في مكافحة كورونا من وجهة نظر أفراد عينة البحث مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري
1	1	الدور الإعدادي البنائي	3.79	.926
2	3	الدور التصدي والعلاج	3.69	.686
3	2	دور الحماية والوقاية	3.61	.679
		الدور ككل	3.69	.621

يبين الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.61-3.79)، حيث جاء "الدور البنائي" في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.79)، بينما جاء "دور الحماية والوقاية" في المرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابي لفقرات الاداة ككل (3.69). وقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة البحث على فقرات كل دور على حدى، حيث كانت على النحو التالي:

الدور الإعدادي البنائي

إن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.61-3.79)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "تحث على إقامة الصلوات في مواعيدها" في المرتبة الأولى وبتوسط حسابي بلغ (3.79)، بينما جاءت الفقرة رقم (4) ونصها "تنمي مفهوم الولاء والبراء في الإسلام" بالمرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (3.61). وبلغ المتوسط الحسابي للدور البنائي ككل (3.69).

دور الحماية والوقاية

إن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.60-3.22)، حيث جاءت الفقرتان رقم (2) و(4) ونصهما "ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الإسلامية" و"تحذر من الأقوال والأعمال التي توقع في دائرة الشرك بالله" في المرتبة الأولى وبتوسط حسابي بلغ (3.22)، بينما جاءت الفقرة رقم (14) ونصها "تحصن من حالة الانهزامية وضعف الثقة بالنفس" بالمرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (2.60). وبلغ المتوسط الحسابي للدور الوقائي ككل (3.10).

دور التصدي والعلاج

حيث بين البحث أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.7-3.24)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "تحث على مجالسة الصالحين والاختلاط بهم" في المرتبة الأولى وبتوسط حسابي بلغ (3.24)، بينما جاءت الفقرة رقم (4) ونصها "تقدم صيغاً تربوية لمكافحة التدخين والمسكرات" بالمرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (2.7). وبلغ المتوسط الحسابي للدور العلاجي ككل (2.87).

السؤال الثاني: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات آراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا تعزى إلى الجنس (ذكر، أنثى)؟"

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا حسب متغير الجنس (ذكر، أنثى)، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المستقلة، حيث بلغت قيمة ت (2.711) وبدلالة إحصائية بلغت (0.007)، وجاءت الفروق لصالح الإناث .

السؤال الثالث: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات أراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا تعزى إلى التخصص (علمي، إنساني)؟"

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا حسب متغير التخصص (علمي، انساني)، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المستقلة، وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر التخصص، حيث بلغت قيمة ت (0.724) وبدلالة إحصائية بلغت (0.469).

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الجزء مناقشة النتائج التي تم الحصول عليها من خلال ربط النتائج الكمية للبيانات المتعلقة بواقع دور الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة عجلون الأردنية بأداة البحث . وتنتهي المناقشة بتقديم ملخص لأبرز النتائج، ثم تقديم بعض التوصيات الخاصة بإجراء مزيد من الدراسات والبحوث.

السؤال الأول: مناقشة النتائج المتعلقة بدور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا من وجهة نظر أفراد عينة البحث، حيث أشارت النتائج إلى حصول الدور البنائي على المرتبة الأولى بأعلى متوسط بينما جاء دور الحماية والوقاية في المرتبة الأخيرة. ويمكن تفسير ذلك بأن مرحلة التكوين والبناء هي أهم مراحل تكوين المجتمع ، فإذا كانت عملية البناء والتكوين قوية فإننا وإن كنا بحاجة إلى الوقاية والعلاج تكون بنسبة ليست بالكبيرة، ذلك أن الجانب الوقائي والعلاجي يظهر بعد البناء بفترة ، فلا بد أن نبي مفهوم التوحيد وأركان الإيمان ، ولا بد أن نرسخ مبدأ التوكل على الله ، وتأكيد الالتزام بالفرائض والصدق والأمانة وتنمية الحس الوطني الإسلامي والأخلاق الحسنة ، ثم بعد ذلك ان حصل اي خلل يمكن علاجه او الوقاية منه .

السؤال الثاني: مناقشة النتائج المتعلقة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات أراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا تعزى إلى الجنس (ذكر، أنثى) . وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس ولصالح الإناث. ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة المجتمع الأردني وخصائصه بأنه مجتمع محافظ نشاط الإناث الخارجي قليل حيث تبقى الانثى في البيت أكثر من الذكر وهذا سبب رئيس لتعرضها

إلى وسائل الإعلام أكثر من الذكور الذين يفضلون الخروج إلى المسجد والنوادي والجمعيات، ناهيك عن دور المرأة التربوي في تربية النشء ورعاية الأجيال.

السؤال الثالث: مناقشة النتائج المتعلقة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في متوسطات آراء أفراد العينة حول دور الإعلام الإسلامي في مكافحة كورونا تعزى إلى التخصص (علمي، إنساني)، وأشارت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة تعزى لأثر التخصص. يعزو الباحث ذلك إلى الاهتمام من كلا الجانبين سواء من الكليات الإنسانية أو العلمية حيث إن البرامج المقدمة تتناول موضوعات ذات علاقة بالجانب الإنساني والجانب العلمي الأمر الذي يستقطب كلا الطرفين.

التوصيات

بناء على نتائج البحث الحالية يوصي الباحث بما يلي:

- 1- العمل على تأهيل العاملين في مجال الإعلام الإسلامي فنيا وعلميا.
- 2- بناء المحتوى الإسلامي بما ينسجم مع الواقع.
- 3- عقد الندوات والمؤتمرات العلمية التي تسهم في بناء استراتيجية واضحة للإعلام الإسلامي.
- 4- مكاتبة العلماء المتخصصين في قضايا الإعلام الإسلامي.

REFERENCES

- Al-Quran al-Karim
 'Abd al-Rahim, Muhy al-Din. 1984. *Al-I'lam al-Islami wa Tadbiqatuhu al-'Amaliyyah*. Tab'ah al-Thaniah. Al-Riyadh: Dar al-Rifa'i.
- Hijab, Munir. 1982. *Mabadi, al-I'lam al-Islami*. Tab'ah al-Ula. Al-Iskandariyyah: al-Matba'ah al-'Asriyyah.
- Al-Dubasi, 'Adnan. t.th. *Al-I'lam al-Islami al-Ahdaf wa al-Wazائف*. t.pt: Dar al-'Asma,.
- Ruhi, Tahani. 2020. *Al-I'lam fi Zaman al-Kuruna: Ghiyab li al-Mawadi' al-Insaniyyah*. Mawqi' Sahifah al-Ghad al-Urduniyyah.
- Al-Rahbani, 'Abir. 2020. *I'lamuna wa Muwajahatuhu Azmah Kuruna*. Mawqi' Sahifah 'Amun al-Urduniyyah.
- Umran, Nasrin Abd. Allah. 2011. *Dawr al-Sahafah al-Sa'udiyyah fi al-Ta'amul m'aa al-Azamat wa al-Kawarith*. t.th.: Jami'ah al-Sharq al-Awsut.
- Al-'Ak, Shujun. 2019. *Dawr al-I'lam fi Muwajahah al-Azamat al-Siyasiyyah*. <https://www.kas.de/>
- Abu Khalifah, 2009, *Dawr al-I'lam fi Muwajahah al-Azamat*, Jaridah al-Sabah al-Ilektroniyyah
- Makawi, Hasan. 2005. *Al-I'lam wa Mu'alajah al-Azamat*. Al-Kaherah: Dar al-Lubnaniyyah al-Misriyyah
- Al-Mawqi' al-Ilektroni li al-Qanah al-Almani.