



## دور الإعلام في إدارة الأزمات (أزمة جائحة كوفيد-19 نموذجًا)

The Role Of Media In Crisis Management (Covid-19 Crisis As A Case Study)

أستاذ الدكتور حسن حبيبي<sup>1</sup>

Prof. Hassan Habibi

(أستاذ في الإعلام والاتصال والصحافة والفن)

الباحث بختيار فرج<sup>2</sup>

Mr.Bakhtiyar Faraje

(طالب دكتوراه وباحث في الإدارة والتواصل في الأزمات)

كلية الآداب والعلوم الإنسانية، عين الشق

جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء، المملكة المغربية

DOI: <https://doi.org/10.64355/ajghss244>



مجلة خليج العرب للدراسات الإنسانية والاجتماعية © 2025 / تصدر من مركز السنايل للدراسات والتراث الشعبي  
هذه المقالة مفتوحة المصدر موزعة بموجب شروط وأحكام ترخيص مؤسسة المشاع الإبداعي (CC BY-NC-SA)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

## المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الدور البنوي الذي اضطلعت به وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19، باعتبارها فاعلاً استراتيجياً في منظومة إدارة الأزمات، وليس مجرد وسيط ناقل للمعلومة. تنطلق الدراسة من فرضية أساسية مفادها أن الأداء الإعلامي في الأزمات يمتلك تأثيراً عميقاً في تشكيل الرأي العام، وتوجيه السلوك الجمعي، وصياغة الإدراك الجماهيري لمجريات الأزمة وتداعياتها.

تستند الدراسة إلى مقارنة تحليلية نقدية، توظف عدداً من النماذج النظرية المعاصرة، كنظرية التأطير الإعلامي

(Media Framing)، ونموذج دوريس غريبر في معالجة الأزمات إعلامياً، إلى جانب مراجعة تطبيقية لمعايير الخبر كما وضعها هاركن وأونيل. وقد تم تحليل عدد من الأمثلة المستقاة من التغطيات الإعلامية الدولية خلال مراحل مختلفة من الجائحة، مع التركيز على التفاعل بين الأطر الخطابية والإدراك العام.

تتناول الدراسة جملة من القضايا المحورية، أبرزها: مساهمة الإعلام في إنتاج المعجم الوبائي الطارئ، ودوره في نشر المعلومات الصحية ومكافحة الشائعات، إلى جانب التحديات المهنية والأخلاقية التي واجهت المؤسسات الإعلامية في ظل ضغوط زمنية وسياسية ومعرفية غير مسبقة. كما تسلط الضوء على الأنماط المختلفة للتأطير الإعلامي، وانعكاساتها على فهم الجمهور لأبعاد الجائحة والاستجابة لها.

تخلص الدراسة إلى أن بناء إعلام فعال في سياقات الكوارث يتطلب تطوير سياسات تحريرية مسؤولة، وتعزيز الثقافة المهنية والأخلاقية للصحفيين، وإرساء شراكة معرفية بين الإعلام والمجتمع والسلطات الصحية. كما تؤكد أن الخطاب الإعلامي في أوقات الأزمات يشكل أداة حاسمة في إدارة الوعي، والتأثير في اتخاذ القرار، وتعزيز الصمود المجتمعي.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام في وقت الأزمات، جائحة كوفيد-19، التأطير الإعلامي، الخطاب الإعلامي، إدارة الأزمات، التواصل في الأزمات.

## Abstract

This study aims to analyze the structural role played by the media during the COVID-19 pandemic, viewing it as a strategic actor in crisis management systems rather than merely a conduit for information. It proceeds from the central premise that media performance during crises significantly influences public opinion formation, collective behavior, and the broader societal perception of the crisis and its ramifications.

The study adopts a critical-analytical approach, drawing on a range of contemporary theoretical models, including Media Framing Theory, Doris Graber's model of crisis media processing, and the revised news values framework proposed by Harcup and O'Neill. It examines a selection of

international media coverage from different phases of the pandemic, with a particular focus on the interaction between media framing and public perception.

Key themes addressed include: the media's role in constructing an emergent pandemic-related lexicon, its responsibility in disseminating accurate health information and countering misinformation, and the professional and ethical challenges faced by media institutions under unprecedented temporal, political, and epistemological pressures. The study also explores the dominant framing patterns used during the pandemic and their impact on shaping audience understanding and behavioural response.

The research concludes that building effective media systems for crisis contexts requires the development of responsible editorial policies, the promotion of professional and ethical journalistic standards, and the establishment of a knowledge-based partnership between the media, society, and public health authorities. It underscores that media discourse during crises serves as a crucial tool for shaping awareness, informing decision-making, and strengthening societal resilience.

**Keywords:** Media and Crisis, COVID-19 Pandemic, Media Framing, Media Discourse, Crisis Management, and Crisis Communication.

## المقدمة

يُعدّ الإعلام أحد الأعمدة الأساسية في تشكيل البنية المعرفية والسلوكية للمجتمعات الحديثة، إذ يُمثل حلقة الوصل الحيوية بين الأفراد، والمؤسسات، وصنّاع القرار. ولا يقتصر دور الإعلام على نقل الأخبار والمعلومات، بل يمتدّ ليؤثر بعمق في تشكيل الرأي العام، وترسيخ الهوية الجماعية، وصياغة الثقافة السياسية والاجتماعية. وتُعدّ حرية الصحافة، والتعددية الإعلامية، واستقلالية وسائل الإعلام من الركائز الجوهرية في المجتمعات الديمقراطية، كونها تضمن تدفق المعلومات بشفافية، وتعزّز من آليات المساءلة والمشاركة المجتمعية الواعية.

غير أن دور الإعلام يزداد تعقيداً وأهمية في سياقات الأزمات، حيث يتحول إلى فاعل رئيسي في توجيه الاستجابات المجتمعية وصياغة السياسات العامة. ففي حالات الأزمات، لا سيما الأزمات الصحية الكبرى كجائحة كوفيد-19، أو الكوارث البيئية، أو النزاعات المسلحة، يصبح الإعلام أداة مركزية في نشر المعلومات الدقيقة، والتصدي للشائعات، وتعزيز التماسك الاجتماعي.

ومن هنا، تتأكد حقيقة أن وظيفة الإعلام في الأزمات لا يمكن اختزالها في بث الأخبار، بل تتطلب التزاماً عميقاً بالمعايير المهنية، خاصة فيما يتعلق بالدقة، وتجنب التضليل، وتقديم المعلومات ضمن سياقها العلمي والاجتماعي الصحيح. ويغدو دور الإعلام خلال الأزمات مسؤولية مزدوجة بين التوعية والتوجيه من جهة، وممارسة الرقابة النقدية البناءة من جهة أخرى.

ومن هذا المنطلق، تتعزز أهمية هذه الدراسة الدور الذي لعبته وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19، ليس فقط من حيث وظيفتها الإخبارية، بل باعتبارها فاعلاً استراتيجياً يساهم في تشكيل وعي الجماهير وتوجيه السلوك الجمعي وصياغة الخطاب العام في لحظات الأزمات المعقدة.

## مشكلة وأسئلة الدراسة

لفهم أعمق لهذه الديناميكيات، تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة من الأسئلة البحثية المركزية التي تُشكل الإطار النظري والتحليلي للمقالة، وهي كما يلي:

1. كيف ساهمت وسائل الإعلام الإخبارية في توجيه وتشكيل استجابة الرأي العام تجاه جائحة كوفيد-19؟
2. ما هي أنماط التغطية الإعلامية التي هيمنت خلال الجائحة، وكيف أثرت في ثقة الجمهور وسلوكه وإدراكه لطبيعة الأزمة؟
3. كيف أسهمت وسائل الإعلام في تشكيل الحقل اللغوي والمعرفي العام من خلال إنتاج معجم لغوي طارئ مرتبط بجائحة كوفيد-19؟
4. ما هي أبرز التحديات المهنية والأخلاقية التي واجهت الإعلام خلال الجائحة، وكيف تعاملت المؤسسات الإعلامية معها؟
5. كيف قامت وسائل الإعلام بتأطير جائحة كوفيد-19 في خطابها الإخباري، وما أثر ذلك في فهم الجمهور للأزمة وسبل الاستجابة المقترحة؟

تهدف الدراسة إلى مقارنة هذه الأسئلة من منظور نقدي وتحليلي شامل، يستند إلى نماذج نظرية معاصرة في دراسات الإعلام، ويُدعم بتحليل أمثلة واقعية من التغطيات الإعلامية الدولية التي صاحبت الجائحة.

## الوظائف المحورية للإعلام في سياق الأزمات

تُعدّ وسائل الإعلام ركيزة بنوية ومحورية في منظومة إدارة الأزمات الحديثة، إذ يتجاوز دورها حدود النقل المجرد للأحداث والوقائع، لتضطلع بوظائف متشابهة تؤثر بعمق في مسارات الاستجابة المؤسسية والمجتمعية. فالإعلام يساهم في توجيه سلوك الأفراد، وتشكيل الرأي العام، وصياغة الوعي الجمعي إزاء طبيعة التهديدات، كما يؤثر في بلورة السياسات العامة واتخاذ القرار خلال الكوارث والطوارئ. وتزداد أهمية هذا الدور في البيئات المعقدة التي تتسم بالغموض وعدم اليقين، حيث تتحول وسائل الإعلام إلى قناة محورية لنقل المعلومات الموثوقة، وأداة لشرح المعطيات العلمية، ومنصة للنقاش العمومي المتوازن بين مقتضيات الصحة العامة وضمان الحقوق المجتمعية (Seeger & others, 2003).

وفي هذا الإطار، لا يمكن فصل الأداء الإعلامي عن مفاهيم الشفافية والمصادقية والمساءلة، حيث يُنظر إلى الإعلام كشريك استراتيجي في إنتاج المعنى، وتعبئة الجمهور، وتنظيم تدفق المعلومات خلال الأزمات.

وفيما يلي عرض لأبرز الوظائف التي تنهض بها وسائل الإعلام ضمن هذا السياق المتعدد الأبعاد

#### 1. توفير المعلومات الدقيقة والمحدثة.

في لحظات الأزمة، تُعد وسائل الإعلام المصدر الأساسي للمعلومات الموثوقة والمحدثة، مما يُحتّم عليها الالتزام بأعلى معايير الدقة والمصداقية. ويشمل ذلك التحقق المستمر من صحة المعلومات، وتقديمها بلغة مبسطة وواضحة تسهل على الجمهور فهمها واتّباعها (Coombs, 2007). وخلال جائحة كوفيد-19، اضطلع الإعلام بدور حيوي في نقل الإرشادات الصحية، مثل تدابير التباعد الاجتماعي، وارتداء الكمامات، ومستجدات الفيروس، واللقاحات.

#### 2. التنقيف الاستباقي والمصاحب للأزمة.

لا يقتصر دور الإعلام أثناء الأزمات على التغطية اللحظية للأحداث، بل يمتد ليشمل التنقيف الاستباقي الذي يُهيئ المجتمعات ذهنياً ونفسياً للتعامل مع الطوارئ قبل وقوعها. ويتجسد هذا الدور في حملات توعية تهدف إلى تعليم الجمهور كيفية التصرف في حالات مثل الزلازل أو الحرائق أو الأوبئة. وتؤكد أدبيات إدارة الكوارث، كما ورد في كتاب *مبادئ التخطيط والإدارة في حالات الطوارئ* للبروفيسور ديفيد ألكسندر - أستاذ بريطاني في إدارة الكوارث والطوارئ بجامعة لندن - الصادر عام 2002، أن المجتمعات التي تحظى بإعلام توعوي استباقي تتمتع بقدرة أعلى على الصمود والمرونة (Alexander, 2002). وتدلل التجربة اليابانية في زلزال عام 2011 على ذلك، حيث ساهمت الحملات التوعوية المنتظمة في تقليص الخسائر البشرية مقارنة بدول لم تعتمد على هذا النوع من الإعلام التنقيفي الممنهج.

#### 3. تعزيز الحوار العام والتماسك المجتمعي.

غالبًا ما تُفرض الأزمات إلى حالة من الاستقطاب الاجتماعي والجدل العام، نتيجة تباين الآراء حول الإجراءات والسياسات المتبعة. وفي هذا السياق، يبرز دور الإعلام كمنصة حيوية لاحتضان النقاشات البناءة، التي تتيح المجال لعرض وجهات نظر متعددة تشمل خبراء الصحة والاقتصاد، وممثلي المجتمع المدني، والمواطنين على حد سواء. وقد أكدت دراسات الباحثين سيغر وسيلنو عام 2016، كما ورد في كتابهما *سريبات الأزمة: حكايات عن الخراب والتجديد*، "أن الإعلام المهني والمنفتح على التعددية يسهم في تعزيز الثقة الاجتماعية، وتقوية نسج التماسك المجتمعي، من خلال خلق مساحات حوارية تُراكم الفهم المشترك وتُقلل من حدة الانقسام" (Seeger, 2016).

#### 4. تعبئة الموارد ودعم جهود الإغاثة.

يتحوّل الإعلام، في أوقات الكوارث والأزمات، إلى أداة حيوية لتعبئة الموارد وتنسيق جهود الإغاثة. فمن خلال تسليط الضوء على أوضاع المتضررين، يسهم في تحفيز حملات التبرع وتيسير وصول المساعدات إلى الفئات الأكثر هشاشة. كما يؤدي دورًا محوريًا كحلقة وصل بين الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية، مما يُعزز من كفاءة الاستجابة الإنسانية. وتُظهر تجربة انفجار مرفأ بيروت عام 2020 كيف ساعدت التغطية الإعلامية المكثفة على تسريع تدفق المساعدات داخليًا ودوليًا، كما ورد في تقرير الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر (IFRC)، الذي أكد أهمية الإعلام كقوة محفزة في اللحظات الحرجة (International Federation, 2020).

#### 5. دعم السلطات وتعزيز الشفافية والمساءلة.

لا يُعد الإعلام خصمًا للسلطات في أوقات الأزمات، بل يُمثّل شريكًا استراتيجيًا في دعم التدخلات الرسمية وتعزيز فعاليتها. فهو يؤدي دورًا مزدوجًا فمن جهة، يسهم في إيصال الرسائل الحكومية والتوجيهات الصحية إلى الجمهور بشكل واضح وفَعّال؛ ومن جهة أخرى، يُمارس دورًا رقابيًا نقدياً يضمن مساءلة صانعي القرار، دون أن يُعيق سير إدارة الأزمة. وتُشير دراسة صادرة عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) عام 2020 إلى أن الشفافية الإعلامية تُسهم في تعزيز ثقة المواطنين، بينما قد يؤدي غياب الوضوح أو التغطية غير المتوازنة إلى تقويض الثقة وتشويش الرسائل الرسمية (Organisation for Economic, 2020).

#### 6. تشكيل الرأي العام وبناء الثقة في المؤسسات.

يلعب الإعلام دورًا محوريًا في تشكيل الانطباعات العامة حول أداء المؤسسات خلال الأزمات، إذ يمكنه أن يُعزز الثقة الشعبية أو يُفوّضها، وذلك بحسب مستوى التوازن والموضوعية في التغطية. فعندما يركّز الإعلام على إبراز الإنجازات المؤسسية وكفاءة الاستجابة الرسمية، يسهم في رفع منسوب الثقة العامة ويحفّز المواطنين على الالتزام بالإرشادات. وفي المقابل، فإن التناول النقدي البناء للأخطاء لا يُعد تقويضًا، بل يُمثّل جزءًا أساسيًا من ممارسات الشفافية والمساءلة، ويسهم في تصحيح المسار وتعزيز جودة الاستجابة.

#### 7. إدارة البيانات وتحليل المعلومات.

تتلم في الآونة الأخيرة دور الإعلام كمصدر رئيسي لتحليل البيانات وتبسيط الأرقام المعقدة خلال الأزمات. فمن خلال أدوات التصوير البصري والتقارير التفاعلية، أصبحت وسائل الإعلام تُنتج خرائط بيانية وجدول إحصائية توضح للمواطنين وصنّاع القرار ملامح تطور الأزمة. ومن أبرز الأمثلة على ذلك كانت لوحة تتبع كوفيد-19 التي أطلقتها كل من هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، وهي مؤسسة إعلامية عامة رائدة في المملكة المتحدة، وصحيفة نيويورك تايمز (The New York Times)، وهي من أبرز الصحف الأمريكية ذات التأثير العالمي، والتي تحولت إلى مرجع يومي يتيح للمتابعين الاطلاع على مؤشرات الوباء محلياً ودولياً. وقد ساهم هذا النوع من التغطية الإعلامية في تعزيز الشفافية، وتيسير اتخاذ قرارات مبنية على البيانات والمعطيات الدقيقة (Splendore & Blasio, 2021).

#### 8. الرصد والإنذار المبكر.

بفضل التطورات التكنولوجية، لم يعد دور الإعلام يقتصر على التغطية، بل أصبح يشمل الرصد الاستباقي للأزمات من خلال تحليل البيانات الضخمة ورصد المؤشرات البيئية والاجتماعية. وبالأستعانة بأدوات الذكاء الاصطناعي وتقنيات تحليل الاتجاهات، بات الإعلام قادراً على اكتشاف الأنماط التي قد تُنذر بحدوث أزمة وشيكة، سواء كانت بيئية أو صحية أو اجتماعية. فعلى سبيل المثال، أطلقت وكالات مثل رويترز (Reuters)، وهي وكالة أنباء عالمية مقرها في بريطانيا تشتهر بتغطيتها الاقتصادية والسياسية الدقيقة، ومختبرات الجزيرة (Al Jazeera Labs)، وهي وحدة الابتكار الرقمي التابعة لشبكة الجزيرة الإعلامية القطرية، منصات رقمية متقدمة لرصد التطورات الجيوسياسية والبيئية، مما أسهم في تعزيز القدرة على التحرك المبكر والتخطيط المسبق للاستجابات الإنسانية (Beckett, 2020).

#### 9. تعزيز القدرة المجتمعية على الصمود.

تُعد قدرة المجتمعات على الصمود إحدى الركائز الأساسية لفعالية إدارة الأزمات، وبضطلع الإعلام بدور محوري في دعمها وتعزيزها. فمن خلال ترسيخ ثقافة الوقاية، وتسليط الضوء على نماذج ناجحة للتكيف مع الأزمات، وتشجيع المواطنين على الانخراط في العمل التطوعي والمبادرات المجتمعية، يسهم الإعلام في بناء ما يُعرف بـ "رأس المال الاجتماعي للصمود". في كندا، على سبيل المثال، أطلقت هيئة الإذاعة الكندية (CBC) حملة إعلامية بعنوان "نحن جاهزون" "We're Ready"، استهدفت تدريب المجتمعات المحلية على التعامل مع الكوارث البيئية، وقد أثمرت عن تأهيل آلاف المتطوعين في أقل من عام، مما عزز الجهوية المجتمعية وساهم في بناء ثقافة الاستعداد والتضامن (Houston, 2015).

في ضوء هذه الأدوار المتعددة، يتّضح أن الإعلام في سياق الأزمات لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يتحوّل إلى فاعل استراتيجي يسهم في إدارة الحدث، وتعبئة الرأي العام، ومساءلة السلطات، وتعزيز التماسك الاجتماعي. ومن ثم، فإن صياغة سياسات إعلامية فعّالة، وتوفير تدريب متخصص للصحفيين على التغطية المهنية والأخلاقية، وضمان التوزيع العادل والوصول المنصف للمعلومة، تُعدّ ركائز أساسية لبناء استجابة وطنية شاملة في مواجهة الأزمات الطارئة.

#### التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19

منذ اللحظات الأولى لانتشار جائحة كوفيد-19، تحولت الأزمة الصحية إلى محور رئيسي هيمن على الأجندة الإعلامية العالمية. ولم تقتصر التغطية على نقل أعداد الإصابات والوفيات فحسب، بل امتدّت لتشمل تحليل السياسات الصحية، واستعراض تداعيات القرارات الحكومية، وتسليط الضوء على الإجراءات الوقائية، ومتابعة التطورات الطبية والعلمية المتسارعة. وقد اضطلع الإعلام خلال هذه المرحلة بدور مزدوج: فمن جهة، ساهم في تثقيف الجمهور وتعزيز امتثاله للتوجيهات الصحية؛ ومن جهة أخرى، لعب دوراً حيوياً في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاش المجتمعي حول طبيعة الأزمة، ومجالات التعامل معها، وتقييم أداء الجهات الرسمية.

كشفت الأشهر الأولى من جائحة كوفيد-19 عن تصاعد غير مسبوق في وتيرة وكثافة التغطية الإعلامية، إذ أصبحت وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف، والإذاعة، والتلفزيون، المصدر الرئيسي الذي يلجأ إليه المواطنون لفهم طبيعة التهديد الصحي ومتطلبات الوقاية اليومية. وتشير الإحصاءات إلى أنه خلال شهر يناير 2020 وحده، نُشر أكثر من 41.000 مقال باللغة الإنجليزية حول فيروس كورونا، مقارنة بـ 1.778 مقالاً فقط في نفس الفترة خلال تفشي فيروس الإيبولا عام 2018. هذا التفاوت اللافت في حجم التغطية الإعلامية لا يُعزى فقط إلى خطورة الفيروس من الناحية الوبائية، بل يعكس أيضاً عمق تأثيره على تفاصيل الحياة اليومية، بما في ذلك فرض الإغلاق العام، وتعليق الدراسة، والتحول إلى العمل عن بُعد، والانكماش الاقتصادي والاجتماعي الذي طال مختلف الفئات (Nielsen, 2020).

ومع تواصل الأزمة، بدأت ملامح التغطية الإعلامية تتغير تدريجياً؛ إذ ساهم ما يُعرف بـ "الإرهاق الإعلامي" لدى الجمهور، إلى جانب التحولات السريعة في أولويات الصحافة العالمية، في تراجع ملحوظ لحجم الاهتمام الإعلامي بالجائحة. وفي هذا السياق، تنوّعت أنماط التغطية لتشمل تقارير تحليلية معمّقة، وتحقيقات استقصائية حول فعالية اللقاحات، إلى جانب انتقادات لإدارة بعض الحكومات للأزمة، ما يعكس تنقّل الإعلام بين أدوار متعددة من التوعية والتثقيف، إلى الرقابة والمساءلة، وأحياناً حتى التهويل أو التضليل في بعض السياقات.

وهكذا، يتضح أن التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19 لم تكن مجرد مرآة تعكس تطورات الحدث، بل كانت فاعلاً مؤثراً في تشكيل وعي الجمهور، وتوجيه أولوياته، وصياغة أنماط سلوكه. لذلك، فإن تحليل الأداء الإعلامي خلال الجائحة يُعد ضرورة لفهم الديناميكيات الأوسع في إدارة الأزمات المعاصرة.

يمكن تصنيف أبرز أنماط التغطية الإعلامية خلال الجائحة إلى ثلاثة أنماط رئيسية:

أولاً، التغطية المتوازنة المبنية على الحقائق.

يُعد هذا النمط النموذج الأمثل للتغطية الإعلامية خلال الأزمات الصحية، إذ تلتزم فيه وسائل الإعلام بمعايير المهنية الصحفية، من دقة وحياد وتعدد في المصادر. وقد تميّز هذا النوع من التغطية بالاعتماد على معلومات موثوقة صادرة عن جهات علمية معتمدة، مثل منظمة الصحة العالمية والمراكز الوطنية لمكافحة الأمراض، إلى جانب الاستعانة بخبراء في علم الأوبئة والفيروسات لتقديم تحليلات مبسطة وسهلة الفهم. ركزت هذه التغطية على نشر الإرشادات الوقائية، وتفسير الإجراءات الحكومية، مع الحفاظ على توازن دقيق بين تهدئة الهلع وعدم التهوين من خطورة الوضع. وقد ساهم هذا النمط في الحد من انتشار المعلومات المضللة، وبناء الثقة في الجهات الرسمية، وتعزيز مستويات الامتثال المجتمعي، فضلاً عن تقليل حالات الارتباك والذعر، خاصة في المراحل الأولى من الجائحة (Zarocostas, 2020).

ثانياً، التغطية المتحيزة أو المضللة.

في المقابل، برز نمط من التغطية الإعلامية اتسم بالتحيز السياسي أو الأيديولوجي، حيث قامت بعض المنصات بنشر معلومات خاطئة أو مضللة، وتقديم تقييمات غير دقيقة لمستوى التهديد الصحي. ومن أبرز مظاهر هذا النمط، الترويج لنظريات المؤامرة، كتوصيف الجائحة بأنها "خدعة سياسية" أو "مخطط عالمي"، فضلاً عن التشكيك في فعالية اللقاحات دون سند علمي موثوق. كما اتسم هذا النوع من التغطية بنشر "علاجات بديلة" غير مثبتة علمياً، وتضخيم تصريحات من شخصيات تفتقر إلى التخصص والخبرة. وتشير دراسة تحليلية واسعة، شملت أكثر من 38 مليون تقرير إعلامي نُشر بين شهري يناير ومايو 2020، إلى أن 84% من المحتوى لم يخضع لأي مراجعة تحريرية قبل النشر، وهو ما ساهم في تعزيز مشاعر التردد ورفض بعض الإجراءات الوقائية، بل والتحريض على انتهاكها في بعض الحالات. هذا النمط من التغطية لم يقتصر تأثيره على تقويض الثقة العامة، بل مثل تهديداً مباشراً للصحة العامة وجهود الاستجابة للأزمة (Brennen, 2020).

ثالثاً، التغطية الكاذبة وغير الأمينة.

يُعد هذا النمط من أخطر أشكال التغطية الإعلامية خلال جائحة كوفيد-19، إذ اتسم بنشر معلومات زائفة بالكامل، سواء على صعيد المحتوى الصحي أو على المستوى الرمزي واللغوي. ومن أبرز تجليات هذا النوع، الاستخدام المتكرر لمصطلحات مثل "الفيروس الصيني" أو "وباء ووهان"، والتي ساهمت في ترسيخ الصور النمطية، وتعزيز الوصم العنصري، وتصاعد خطاب الكراهية ضد فئات معينة، خاصة ذوي الأصول الآسيوية.

كما شملت هذه التغطية التهويل غير المبني على وقائع، كالإدعاء بانتهاء الأنظمة الصحية دون أدلة موثوقة، أو بث شائعات حول نفاذ الأدوية والمعدات الطبية، مما أدى إلى تفاقم القلق الجماعي، وزيادة مستويات التوتر والضغط النفسي، خصوصاً لدى الفئات الهشة والمعرضة للخطر. وتُشير تقارير دولية إلى أن هذا النوع من التغطية ترك آثاراً سلبية مباشرة على التماسك الاجتماعي، وأسهم في تعميق الاستقطاب داخل المجتمعات، وأضعف قدرة السلطات والمؤسسات الصحية على توجيه الرسائل العامة بشكل فعال ومنسجم (Wen, 2020).

تكشف أنماط التغطية الإعلامية المختلفة لجائحة كوفيد-19 عن الأثر العميق الذي تمارسه وسائل الإعلام على سلوك الأفراد وتماسك المجتمعات. ففي حين ساهمت التغطية المتوازنة المبنية على الحقائق في تعزيز الثقة ورفع مستوى الامتثال للإجراءات الصحية، كانت التغطيات المضللة أو الكاذبة سبباً في تعميق الأزمات، وخلق تداعيات نفسية واجتماعية ثانوية.



### تحولات الخطاب الإعلامي خلال جائحة كوفيد-19

يُعد نموذج عالمة دوريس أ. جرابر (Doris A. Graber) من الإسهامات النظرية البارزة في فهم آليات تفاعل الإعلام مع الأزمات، لا سيما كما ورد في كتابها الصادر عام 2001 "معالجة السياسة: التعلم من التلفزيون في عصر الإنترنت". وقد طوّرت جرابر تصورًا ديناميكيًا يرصد تطوّر التغطية الإعلامية خلال الفترات الحرجة، عبر ثلاث مراحل متعاقبة: الإبلاغ الفوري (Immediate Reporting)، والتحليل والتفسير (Interpretation & Analysis)، والتأطير طويل المدى (Long-term Framing) (Grabert,2001).

يؤكّد هذا النموذج إطارًا تحليليًا دقيقًا يُسهّم في تفسير كيفية تفاعل الإعلام مع الأزمات المعقّدة والممتدة زمنيًا، كما في حالة جائحة كوفيد-19، حيث لا يقتصر الدور الإعلامي على نقل المعلومات، بل يتطور ليشمل التفسير وبناء الروايات الجمعية.

وانطلاقًا من هذا النموذج، يمكن تتبّع كيفية تجسّد هذه المراحل الثلاث في التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كوفيد-19، حيث يُظهر الواقع الإعلامي توافقًا واضحًا مع البنية التي اقترحتها جرابر.

وفيما يلي استعراض لكل مرحلة على حدة:

#### أولاً: مرحلة الإبلاغ الفوري.

تميّزت مرحلة الإبلاغ الفوري ببث الأخبار العاجلة والمباشرة حول عدد الإصابات والوفيات، وتوجيهات السلطات الصحية، مع اعتماد مكثّف على البيانات الصادرة عن منظمة الصحة العالمية (WHO) ومراكز مكافحة الأمراض الأمريكية (CDC). سعت وسائل الإعلام في هذه المرحلة إلى تزويد الجمهور بالمعلومات الوقائية الأساسية وطمأنته نسبياً، غير أن تغليب الطابع الكمي للمحتوى، والإفراط في استخدام العناوين المقلقة، أدّى إلى إثارة حالة من الذعر المجتمعي، تجلّت في سلوكيات مثل التهافت على شراء السلع وتخزين المستلزمات الطبية. كما ساهم غياب رسائل التوعية المتزنة من الجهات الصحية في تفاقم هذه المخاوف الجماعية.

#### ثانياً: مرحلة التحليل والتفسير.

مع تطوّر الأزمة وتعقّد أبعادها، انتقل الخطاب الإعلامي من التغطية الحداثيّة إلى التحليلية، مركزاً على فهم السياقات والآثار المختلفة للجائحة. وبدأت وسائل الإعلام في استضافة خبراء من مجالات الصحة والاقتصاد والسياسة لتفسير الإجراءات الحكومية ومقارنتها دولياً. كما ازداد الاهتمام بالآثار النفسية والاجتماعية الناتجة عن سياسات الإغلاق والعزل. وعلى الرغم من تطور الطرح، شهدت هذه المرحلة أيضاً تفشّي المعلومات المضللة ونظريات المؤامرة، خاصةً عبر المنصات الرقمية، ما فاقم الانقسام السياسي والمجتمعي وأضعف الثقة في الرسائل الرسمية.

#### ثالثاً: مرحلة التأطير طويل المدى.

مع تراجع الحالات الحادة ودخول الجائحة مراحل أكثر استقراراً، تحوّل التركيز الإعلامي نحو تحليل ما بعد الأزمة، بما في ذلك مستقبل أنظمة الرعاية الصحية، وتحولات سوق العمل والتعليم عن بُعد، ومدى استعداد الدول لمواجهة أوبئة مستقبلية. وأصبح الإعلام منصّة لمساءلة السياسات، وتسليط الضوء على الثغرات البنيوية في البنية الصحية والاجتماعية، وطرح تصورات لإعادة بناء الأولويات العامة بعد الأزمة (Grabert,2001).

يكشف تطبيق نموذج جرابر على جائحة كوفيد-19 عن تحول جوهري في وظائف الإعلام من مجرد ناقل للمعلومة إلى فاعل بنوي مؤثر في تشكيل إدراك الأفراد وتوجيه الرأي العام والسلوك المجتمعي. ففي كل مرحلة، لعب الإعلام أدواراً مركبة: ففي مرحلة الإبلاغ العاجل، ساهم في رفع الوعي، لكنّه عزّز أيضاً الهلع الجماعي نتيجة التركيز المفرط على التهديد. أما في مرحلة التحليل، فقد وقر أرضية للفهم، ولكنه أطلق العنان للاستقطاب والخطابات المتعارضة. وفي المرحلة الأخيرة، أظهر الإعلام قدرة على الانخراط في نقاشات بناءة واستشرافية، فتفتح المجال لمساءلة السياسات وتطوير أنماط الحكم والرعاية.

### معايير الأخبار في سياق أزمة جائحة كوفيد-19

تُعد جائحة كوفيد-19 من أبرز الأزمات المعاصرة التي أظهرت بلاء ديناميكيات العمل الإعلامي في سياق الطوارئ الصحية، ليس فقط على مستوى كثافة التغطية، وإنما أيضاً من حيث طبيعة المحتوى والمعايير التحريرية التي وُظّفت في إنتاجه. وفي هذا الإطار، يُمثّل النموذج الذي طرحه الباحثان البريطانيان توني هاركب (Tony Harcup) وديدري أونيل (Deirdre O'Neill) عام 2017، إحدى أبرز المقاربات النظرية لفهم المعايير الخبرية في العصر الرقمي. فقد طوّر الباحثان قائمة تضم خمسة عشر معياراً تعكس التحولات الجوهرية في الممارسة الصحفية، متجاوزة النماذج التقليدية التي ركزت على عناصر كالقرب الجغرافي، أو شهرة الأشخاص، أو حجم الحدث (Harcup,2017).

وقد وُفّر تفشي جائحة كوفيد-19 بيئة مثالية لاختبار كيفية تفاعل المؤسسات الإعلامية مع هذه المعايير المُحدّثة، نظرًا لما تميزت به الأزمة من طبيعة متعددة الأبعاد؛ جمعت بين الجوانب الصحية والعلمية من جهة، والاقتصادية والسياسية والاجتماعية من جهة أخرى، ما منح التغطية الإعلامية بعدًا تركيبياً وشمولياً غير مسبوق.

وفيما يلي عرض تحليلي لأبرز المعايير الخبرية التي تجسدت بوضوح في التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19، في ضوء نموذج هاركب وأونيل، مع التركيز على تطبيقاتها وسياقاتها العملية.

### 1. الحصرية (Exclusivity)

في المراحل الأولى لظهور الفيروس بمدينة ووهان الصينية، شهدت الساحة الإعلامية سباقًا محمومًا للحصول على تغطيات حصرية تتعلق بطبيعة الفيروس، وآليات العدوى، والتحذيرات الطبية المبكرة. وقد تجلّت قيمة "الحصرية" كأحد أبرز معايير الجاذبية الخبرية، حيث سعت المؤسسات الإعلامية إلى التميز من خلال الوصول إلى مصادر أولية، مثل الأبحاث العلمية المنشورة حديثًا، أو المقابلات المباشرة مع العاملين في الصفوف الأمامية. هذا التوجه عزز التنافسية بين وسائل الإعلام، وساهم في تدفق المعلومات بسرعة، وإن كان أحيانًا على حساب التحقق العلمي الدقيق.

### 2. السلبية (Bad News)

هيمنت نبرة القلق والخطر على جزء كبير من التغطية الإعلامية خلال الجائحة، خاصة من خلال بث مشاهد المستشفيات المكتظة، والارتفاع المتسارع في أعداد الوفيات، إلى جانب القصص الإنسانية المأساوية للأسر المتضررة. ويعكس هذا النمط ما تشير إليه الأدبيات الإعلامية حول الميل إلى التركيز على "الأخبار السيئة" لما تحمله من جاذبية نفسية ودرامية للجمهور. ورغم أن هذا التوجه ساعد في شدّ الانتباه وتعبئة الوعي العام، إلا أنه أثار أيضًا تساؤلات حول التوازن المطلوب بين نقل الواقع وتحفيز الذعر (Harcup, 2017).

### 3. الصراع (Conflict)

شكّل عنصر الصراع محورًا بارزًا في تغطية جائحة كوفيد-19، حيث تجلّى على مستويات متعددة: بين الحكومات والمعارضات حول جدوى سياسات الإغلاق، وبين المواطنين والسلطات حول إلزامية الكمّات، وحتى داخل الأوساط العلمية بشأن فعالية بعض العلاجات والتوصيات الصحية. وقد وُفّر هذا التباين أرضية خصبة للجدل الإعلامي، مما زاد من جاذبية المحتوى الإخباري. غير أن هذا النمط من التغطية لم يكن محايدًا دائمًا، إذ اتّسم أحيانًا بالطابع الاستقطابي، مما أثر على تماسك الرسائل الصحية ووحدة التوجيهات العامة.

### 4. عنصر المفاجأة (Surprise)

كان عنصر المفاجأة حاضرًا بقوة في التغطية الإعلامية للجائحة، خاصة مع التغيرات السريعة وغير المتوقعة في المعرفة العلمية حول الفيروس. من أبرز الأمثلة على ذلك إثبات إمكانية انتقال العدوى من أشخاص لا تظهر عليهم أعراض، وتوالي اكتشاف المتحورات الجديدة، بالإضافة إلى الإنجاز العلمي اللافت في تطوير لقاحات فعالة خلال فترة زمنية وجيزة. وقد مكّنت هذه التطورات الإعلام من إنتاج محتوى مثير للدهشة، يحمل عنصر الإثارة والاهتمام، مما ساهم في جذب جمهور واسع ومتابعة متواصلة للأحداث (Liu & Son, 2025).

### 5. التأثير البصري - السمعي (Audio - visual Attractiveness)

برز التأثير البصري - السمعي كعنصر جوهري في تغطية جائحة كوفيد-19، حيث استندت العديد من المؤسسات الإعلامية إلى قوة الصورة في نقل رسائل رمزية مؤثرة، مثل مشاهد الشوارع والساحات العامة الخالية في المدن الكبرى، أو لقطات تُظهر تضامن المواطنين مع الكوادر الطبية. وقد أثبتت هذه الصور رغم صمتها قدرة كبيرة على إيصال معاني تتجاوز ما يمكن للكلمات المجردة التعبير عنه، مما ساهم في تعميق الإدراك الجمعي لحجم الأزمة، وترسيخها في الذاكرة البصرية للجمهور.

### 6. القابلية للمشاركة (Shareability)

تميّزت جائحة كوفيد-19 بانفجار رقمي في تداول المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ما جعل معيار القابلية للمشاركة عنصرًا حاسمًا في تصميم الرسائل الإعلامية. وقد ساهمت المواد التوعوية المبسطة، والمقاطع المصورة القصيرة، والقصص الإنسانية التي تسلط الضوء على المعاناة أو البطولة الفردية، في خلق محتوى جذاب يسهل تداوله على نطاق واسع. وتزايدت فعالية هذا النمط حين اعتمدت المؤسسات الإعلامية أساليب تفاعلية ولغة بصرية سهلة، مما ساعد على تعزيز المشاركة المجتمعية، وضمان انتشار أوسع للمعلومات الدقيقة، في مواجهة سيل المعلومات المضلّة (Ngai, 2020).



## 7. الترفيه (Entertainment)

رغم الطبيعة المأساوية لجائحة كوفيد-19، لم تغب وظيفة الترفيه عن التغطية الإعلامية، بل أعيد توظيفها ضمن ما يُعرف بـ"الترفيه الإنساني" أو "الإعلام الترفيهي الهادف"، والذي تضمّن بث حفلات موسيقية افتراضية، ومبادرات ثقافية وفنية أُقيمت عن بُعد، بهدف التخفيف من التوتر النفسي وتقديم بدائل آمنة للترفيه خلال فترات الإغلاق العام. وقد أدّت هذه التغطيات دورًا مزدوجًا، تمثل في الحفاظ على الروح المعنوية لدى الجمهور، وفي الوقت ذاته دمج رسائل توعوية صحية ضمن قالب جذاب وإنساني، مما عزز من فاعلية الخطاب الإعلامي.

## 8. الدراما (Drama)

غلب الطابع الدرامي على جانب كبير من التغطية الإعلامية للجائحة، من خلال تسليط الضوء على قصص شخصية مؤثرة، كشهادات المصابين، ومعاناة أسر الضحايا، وتضحيات العاملين في القطاع الصحي. وقد ساهم هذا النهج في إضفاء طابع إنساني ملموس على الأزمة، يُعرف في الأدبيات بـ"الدراما الجمعية"، حيث يتم تأطير الحدث العام من خلال تجارب فردية تُحفّز التعاطف، وتُعزز التفاعل العاطفي مع الجمهور. لقد تحوّلت الأرقام والإحصاءات الجافة إلى حكايات واقعية، جعلت من الجائحة تجربة حياة تقرأها المجتمعات بعينها اليومية (De Blasio & Selva, 2021).

## 9. المتابعة (Follow-up)

فرضت الطبيعة الديناميكية والسريعة التطور لجائحة كوفيد-19 على المؤسسات الإعلامية ضرورة تبني نماذج تغطية دورية ومنهجية تواكب المستجدات لحظة بلحظة. وشملت هذه المتابعة المتواصلة البيانات اليومية حول أعداد الإصابات والوفيات، ومستجدات الأبحاث واللقاءات، إضافة إلى القرارات الحكومية المتغيرة. وقد اعتمدت وسائل الإعلام في ذلك على تقارير إخبارية يومية، ورسوم بيانية تفاعلية، ومقارنات زمنية، بهدف إبقاء الجمهور في دائرة المعرفة المحدثة، ومساعدته في اتخاذ قرارات حياتية مستنيرة مبنية على بيانات دقيقة. وقد أسهم هذا النمط في ترسيخ علاقة يومية بين الجمهور والمحتوى الإعلامي، عززت من اعتماد الأفراد على الإعلام كمصدر رئيسي للتوجيه في ظل الغموض العام.

## 10. نخبة السلطة (Power Elite)

ظهر "صوت النخبة الحاكمة" كعنصر محوري في تغطية الجائحة، حيث اعتمدت وسائل الإعلام بشكل واسع على تصريحات المسؤولين السياسيين، والمختصين الصحيين، والناطقين باسم منظمة الصحة العالمية، باعتبارهم مصادر رئيسية للمعلومة الموثوقة. وقد عكس هذا النمط مركزية الخطاب الرسمي في صياغة اتجاهات الرأي العام، لكنه في الوقت ذاته كشف عن التحديات المترتبة على تضارب التصريحات بين الفاعلين السياسيين والخبراء العلميين، لا سيما عندما أدى ذلك إلى إرباك الجمهور وتقويض الثقة. وهذا التداخل بين المعلومة العلمية والخطاب السياسي شكّل إحدى الإشكاليات المعقّدة في إدارة الرسائل الإعلامية خلال الأزمة.

## 11. الأهمية (Significance)

نظرًا لتأثير جائحة كوفيد-19 العميق والشامل على مختلف أبعاد الحياة - الصحية، والتعليمية، والاقتصادية، والاجتماعية - احتلّت التغطية الإعلامية موقعًا مركزيًا على جدول الأعمال الإعلامي العالمي. فقد تحولت الأزمة من مجرد حالة طوارئ صحية إلى قضية وجودية تمس الحياة اليومية لكل فرد، الأمر الذي عزز من أهمية تغطيتها بالنسبة للمحررين والجمهور على حد سواء. لفترة أشهر كثيرة، شكّلت أخبار الجائحة محورًا رئيسيًا للتقارير والتحليلات، ما يعكس الوزن الإخباري العالي الذي حازته في أعين صانعي المحتوى الإعلامي (Shao, 2025).

## 12. المغزى (Meaningfulness)

لم تقتصر الجائحة على التبعات الظاهرة، بل فجّرت أيضًا تساؤلات عميقة حول مفاهيم الأمن الصحي، واستدامة أنظمة الرعاية، ومعنى العمل، والعلاقات الاجتماعية، ونمط الحياة الحديثة. وفي هذا السياق، تحولت التغطية الإعلامية إلى مساحة للتأمل الجماعي، وإعادة تقييم جملة من المسلّمات والقيم المجتمعية. وقد أضفت هذه النزعة التأويلية والفلسفية بُعدًا غير تقليدي على المحتوى الإخباري، حيث أصبح الخبر لا ينقل فقط الوقائع، بل يقدّم إطارًا لفهم العالم في ظل أزمة غير مسبوقة.

## 13. المشاهير (Celebrities)

لعبت الشخصيات العامة المشهورة دورًا لافتًا في تشكيل السرد الإعلامي لجائحة كوفيد-19، سواء من خلال إعلان إصابتهم بالفيروس، أو مشاركتهم النشطة في حملات التوعية الصحية. وقد ساعد حضورهم في الوصول إلى شرائح من الجمهور التي قد تكون أقل تفاعلًا مع الرسائل

الرسمية، مما أضفى على التغطية طابعاً إنسانياً وشخصياً، وساهم في تعزيز الامتثال الوقائي من خلال نموذج القدوة. كما أتاحت مشاركتهم مساحة للمزج بين الإعلام الصحي والترفيهي دون إفراغ الرسالة من محتواها.

#### 14. الإيجابية (Good News)

رغم الطابع المأساوي الذي طبع تغطية الجائحة، لم تغب القصص الإيجابية عن المشهد الإعلامي، إذ برزت تقارير عن حالات الشفاء، والإنجازات العلمية في تطوير اللقاحات، والتجارب الإنسانية الناجحة في التضامن المجتمعي. وقد أدت هذه التغطيات وظيفية نفسية ضرورية في خلق توازن انفعالي، وتوفير جرعات من الأمل والتفاؤل، مما ساعد المجتمعات على مواجهة الضغط النفسي الجماعي، وحافظ على قدر من التفاؤل الجماهيري في ظل الأخبار القاتمة (Liu & others, 2022).

#### 15. الأجندة الإعلامية (News Agenda)

أحدثت جائحة كوفيد-19 تحولاً جوهرياً في ترتيب أولويات التغطية الإعلامية على المستوى العالمي، إذ تراجعت الموضوعات التقليدية كالأمن، والسياسة الخارجية، والرياضة لصالح قضايا الصحة العامة، والاقتصاد الاجتماعي، والتعليم عن بُعد. لم يكن هذا التحول مؤقتاً فحسب، بل أعاد تشكيل البنية التحريرية وأساليب إنتاج الأخبار، مما يعكس أثراً طويل الأمد للجائحة على صناعة الإعلام. لقد فرضت الأزمة منطقاً جديداً في تشكيل الأجندة الخبرية، حيث أصبح الإنسان وصحته في قلب التغطية، لا على هامشها.

يُظهر تطبيق نموذج الباحثان هاركن وأونيل أن التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19 تجاوزت كونها انعكاساً سلبياً للوقائع، لتتحول إلى قوة موجهة ساهمت بفاعلية في تشكيل إدراك الجمهور، وصياغة الرأي العام، وإنتاج المعنى في سياق شديد التعقيد. فمن خلال التفاعل المتعدد الأبعاد مع المعايير الخبرية الحديثة، استطاعت وسائل الإعلام أن تؤدي أدواراً متداخلة تمزج بين الإخبار، والتثقيف، والتعبئة المجتمعية، في لحظة استثنائية اتسمت بالغموض والقلق العام.

#### دور التلفزيون المحوري أثناء جائحة كوفيد-19

سلّطت جائحة كوفيد-19 الضوء على الدور الحيوي الذي تضطلع به وسائل الإعلام التقليدية، وعلى رأسها التلفزيون، بوصفه وسيطاً مركزياً في إدارة الأزمات الصحية الكبرى. وبفضل انتشاره الواسع، وقدرته على الوصول إلى مختلف الفئات الاجتماعية، برز التلفزيون كمنصة جامعة، لم تقتصر وظيفتها على نقل المعلومات، بل امتدت لتشمل التأثير في السلوك الجمعي، وتقديم الدعم النفسي، وتعزيز التماسك المجتمعي في لحظة تاريخية اتسمت بعدم اليقين والقلق العام.

ولفهم هذا الدور بشكل أوضح، يمكن تحليل إسهامات التلفزيون خلال الجائحة من خلال المحاور التالية:

#### • التلفزيون كمنصة لنقل المعلومات الصحية وتعزيز الثقة العامة.

مع انطلاق الجائحة، شكّل التلفزيون المصدر الأول للملايين من المواطنين الباحثين عن معلومات دقيقة وتوجيهات موثوقة حول التدابير الوقائية، كارتداء الكمامات، والتباعد الجسدي، والنظافة الشخصية. وقد ساهمت البرامج الإخبارية اليومية والحوارية، التي استضافت خبراء في الطب والأوبئة، في رفع مستوى وعي الجمهور، وتعزيز مصداقية الخطاب الصحي الرسمي. كما لعب التلفزيون دوراً محورياً في بث المؤتمرات الصحفية والإحاطات الرسمية للسلطات الصحية بشكل مباشر، ما أسهم في ترسيخ مبدأ الشفافية، ودعم الامتثال المجتمعي للإرشادات الوقائية (Solovei & others, 2024).

#### • التلفزيون كوسيلة للدعم النفسي والترفيه في أوقات الإغلاق.

لم يقتصر دور التلفزيون على نقل المستجدات الصحية، بل أظهر كذلك وظيفة اجتماعية ونفسية بالغة الأهمية. فقد ساعدت البرامج الترفيهية - من المسلسلات والأفلام إلى البرامج العائلية والطهو والموسيقى - في التخفيف من مشاعر العزلة والقلق، خاصة في فترات الإغلاق الطويلة والمنزلي. ولعب هذا المحتوى دوراً في تحسين الصحة النفسية للفئات الأكثر هشاشة، كالمسنين، والأطفال، والمرضى المزمنين، من خلال تقديم تجربة وجدانية جماعية تعزز الإحساس بالانتماء والاستقرار. كما أسهم التلفزيون في تقوية الروابط العائلية من خلال محتوى يُشاهد جماعياً داخل البيوت، مما وفّر بدائل آمنة ومشتركة للتسلية والتفاعل المجتمعي في ظل غياب الحياة العامة.

• التلفزيون كوسيلة بديلة لدعم التعليم عن بُعد.

في ظل الإغلاق التام للمؤسسات التعليمية، برز التلفزيون كوسيلة حيوية لضمان استمرارية العملية التعليمية، لا سيما في المناطق التي تعاني من ضعف البنية التحتية الرقمية. وقد بادرت العديد من الحكومات بالتعاون مع القنوات الرسمية لإطلاق برامج تعليمية موجهة لمختلف المراحل الدراسية، ما ساعد على تقليص فجوة الوصول إلى التعليم بين الطبقات الاجتماعية. هذا النموذج مكن من تحقيق درجة من العدالة المعرفية خلال فترة الانقطاع القسري، وأسهم في الحد من تفارق الفوارق التعليمية الناتجة عن عدم المساواة في الوصول إلى التعليم الرقمي (Madhubhashini, 2021).

• وسيلة لتعزيز التماسك الاجتماعي ومعالجة القضايا المجتمعية.

لعب التلفزيون دورًا فاعلاً في ترسيخ قيم التضامن الاجتماعي وتعزيز التماسك الوطني من خلال محتوى يسلط الضوء على التحديات اليومية للمواطنين في ظل الجائحة. وقد تضمنت البرامج التلفزيونية نقاشات حول القضايا المجتمعية الطارئة، كالعنف الأسري، والصحة النفسية، وضغوط الحياة الأسرية خلال الإغلاق، مما أتاح مساحة عامة للحوار والتفريغ النفسي الجماعي. كما ساهمت الحملات التلفزيونية، التي نُظمت بالشراكة مع وزارات وهيئات المجتمع المدني، في توعية الجمهور وتقديم دعم معرفي وسلوكي حول كيفية إدارة الأزمات اليومية وتحسين العلاقات داخل الأسرة.

• جسر بين الحكومة والمواطنين.

شكّل التلفزيون قناة استراتيجية في تعزيز التواصل المؤسسي بين السلطات والمواطنين، من خلال بث المؤتمرات الصحفية اليومية، وتغطية السياسات العامة، والتعريف ببرامج الدعم الاقتصادي والاجتماعي. وقد ساعد استخدام الرسوم التوضيحية واللغة المبسطة في الحملات الإعلامية على إيصال الرسائل بسرعة وفعالية، خاصة لدى الفئات الأكثر هشاشة.

هذا الدور أسهم في ترسيخ مبدأ الشفافية الحكومية، ودعم جهود السلطات في تعبئة الموارد المجتمعية، وتوجيه المواطنين نحو الامتثال الجماعي للإجراءات الصحية الطارئة (UNESCO, 2021).

### احتياجات الإنسان المعرفية/الإعلامية

تُعد دراسة سلوك الأفراد في استهلاك الأخبار عنصرًا أساسيًا في فهم العلاقة المركبة بين الإعلام وإدارة الأزمات، ولا سيما خلال الكوارث الصحية الممتدة، كما هو الحال في جائحة كوفيد-19. ففي سياق يتسم بتدفق غير مسبوق للمعلومات، يغدو الإعلام فاعلاً محورياً في تشكيل الإدراك العام، وتوجيه السلوك الفردي، سواء من خلال تعزيز الوعي أو إثارة مشاعر القلق والارتباك الجماعي.

في هذا الإطار، يُصبح تحليل دوافع استهلاك الأخبار، واستكشاف أسباب تجنبها، خطوة مركزية لفهم فعالية التواصل الصحي خلال الأزمات. ويتصل هذا التحليل بسؤال إشكالي جوهري: كيف تؤثر كثافة المعلومات، وسرعة تداولها، ومستوى موثوقيتها، في استجابة الجمهور للتوجيهات الرسمية ودرجة التزامه بها؟ يُبرز هذا التساؤل الطبيعة المُعقّدة للعلاقة بين الحاجة إلى المعرفة من جهة، والرغبة في تفادي فرط التعرّض للمحتوى الإعلامي من جهة أخرى، وهي معادلة تنعكس بوضوح في ظاهرتين بارزتين: الإشباع المعلوماتي (Information Overload) وتجنب الأخبار (News Avoidance) (Bucher & Schumacher, 2020).

ومع التحوّلات المتسارعة في البيئة الرقمية، وتعدّد المنصات الإعلامية، لم يعد استهلاك الأخبار سلوكاً عفويًا أو محايدًا، بل أصبحت ممارسة انتقائية تُحدّد عبر تفاعلات معقّدة بين عوامل معرفية ونفسية واجتماعية. فقد بات الأفراد يميلون إلى انتقاء المصادر والمضامين التي تتناغم مع احتياجاتهم الذاتية، لا سيما على المستويين العاطفي والمعرفي، في ظاهرة يُشار إليها في الأدبيات الإعلامية بمفهوم "التعرّض الانتقائي".

وفي هذا السياق، يعيش الإنسان المعاصر صراعًا داخليًا بين دافعين متناقضين:

1. الحاجة المستمرة إلى المعرفة والفهم والتفاعل مع ما يدور في العالم من حوله.
2. السعي لتجنب الإشباع المعلوماتي، أي الإرهاق الإدراكي الناتج عن التعرض المكثف لمعلومات متضاربة ومتشعبة، مما يؤدي إلى حالة من القلق والتشتت، وقد يصل الأمر أحيانًا إلى الانسحاب الكامل من متابعة الأخبار.

وتشير الأدبيات الكلاسيكية في علم الإعلام، لا سيما دراسة لازار سفيلد وزملائه من عام 1948، إلى أن التعرض للمحتوى الإعلامي ليس عملية تلقائية، بل تحكمه آليات انتقائية تستند إلى حاجات الجمهور وتفضيلاته. وقد تطورت هذه المقاربة لاحقًا في إطار نظريات مثل "الاستخدامات والإشباع" و"التعرض الانتقائي"، التي تؤكد أن الأفراد يتجهون إلى المحتوى الذي يُشبع أهدافًا محددة، كالحصول على المعلومة، أو تحقيق الطمأنينة النفسية، أو تعزيز الانتماء الاجتماعي، أو الهروب المؤقت من الواقع الضاغط (Lazarsfeld & others, 1948).

يُشير الباحثان كاتز وبلومر في عام 1974، في إطار نظرية "الاستخدامات والإشباع"، إلى أن المتلقين لا يستهلكون المحتوى الإعلامي بصورة عشوائية، بل يدركون دوافعهم الذاتية عند اختيارهم لنوعية المحتوى. فبينما يسعى بعض الأفراد إلى تحقيق أهداف معرفية أو تعميق الانخراط المجتمعي، يلجأ آخرون إلى متابعة الأخبار بهدف التسلية، أو لتخفيف القلق الداخلي. ومن منظور "التعرض الانتقائي" يرتبط انتقاء المحتوى الإعلامي بالمواقف الفكرية والميول القبلية؛ إذ يميل الأفراد إلى اختيار الرسائل التي تُعزز قناعاتهم وتُعيد تأكيد منظوماتهم القيمية، في حين يتجنبون ما يتعارض مع هذه القناعات (Katz & Blumler, 1974).

وبعد استعراض دوافع الاستهلاك الإعلامي، يصبح من الضروري التوسع في تحليل الديناميكيات النفسية والاجتماعية التي تُفسّر ميل بعض الأفراد إلى تجنب الأخبار، لا سيما في أزمنة الأزمات الممتدة كجائحة كوفيد-19. ففي مثل هذه السياقات، يتعرض الأفراد لما يُعرف بـ "التوتر الإدراكي المزمن"، الناجم عن الانغماس المستمر في تدفق معلوماتي كثيف وغير منقطع.

إن هذا التدفق المتسارع للمحتوى الإعلامي، لا سيما ذلك المشحون بالعناوين السلبية أو المبالغة في تصوير المخاطر، يولد حالة من الإرهاق الذهني تُعرف بـ "الإشباع المعلوماتي". ففي هذه الحالة، تفقد المعلومات قدرتها الإرشادية، وتتحول إلى عبء نفسي يُقوّض القدرة على اتخاذ القرار العقلاني. وقد أشارت منظمة الصحة العالمية بوضوح إلى هذا الواقع، من خلال تبنيها لمصطلح "جائحة المعلومات (Infodemic)"، في إشارة إلى التضخم المعلوماتي الذي يجمع بين الحقائق والإشاعات، ويجعل من مهمة التمييز بينهما أكثر تعقيدًا وخطورة.

استجابةً لهذا الضغط المعرفي والعاطفي، يلجأ بعض الأفراد إلى "تجنب الأخبار" كآلية دفاع نفسية تهدف إلى حماية التوازن الداخلي. إذ لا يعني هذا السلوك بالضرورة غياب الاهتمام، بل يُعبر عن وعي متزايد بخطر الانغماس المفرط في محتوى يُثير القلق، ويُعمّق الإحساس بالعجز. وفي هذا السياق، كشفت دراسات ميدانية أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل متكرر لعناوين مقلقة، تتعلّق بمعدلات الوفيات، أو انهيارات اقتصادية، أو تفكك اجتماعي، يُصبحون أكثر عرضة للانسحاب من متابعة الأخبار، إما جزئيًا أو كليًا.

وعلى صعيد آخر، ساهمت البيئة الرقمية المعاصرة في تكثيف هذا التوتر، إذ بات استهلاك الأخبار غير مرتبط بالاختيار الواعي فقط، بل أصبح كثيرًا ما يحدث في سياقات عرضية وغير مقصودة، عبر الإشعارات الفورية أو التوصيات الخوارزمية. هذا التعرض اللاإرادي يجعل الأفراد في مواجهة مستمرة مع محتوى قد لا يرغبون بمتابعته، مما يزيد من عبء الانتباه ويساهم في استنزاف القدرات الإدراكية والعاطفية (Newman & others, 2021).

بناءً عليه، لا يمكن فهم ظاهرة "تجنب الأخبار" في زمن الأزمات الكبرى دون الإحاطة بالعوامل النفسية والاجتماعية المحيطة بها، والتي تتقاطع مع ممارسات الإعلام الرقمي، وتُعيد رسم حدود العلاقة بين المتلقي والمعلومة، ليس فقط من منظور المعرفة، بل من منطلق الحفاظ على الاتزان الذهني والسلامة النفسية.

إن العلاقة بين الإنسان والمعلومة، في ظل الأزمات الممتدة، لم تعد تقتصر على آليات التلقي السلبي أو التفاعل اللحظي، بل تحولت إلى علاقة تفاعلية مركبة، تُحدّد معالمها من خلال أنماط الإدراك، وحساسية الاستجابة، والإمكانات المعرفية للفرد. ومن ثم، فإن مستقبل الإعلام المسؤول يتوقف على قدرته على إنتاج خطاب مزدوج: يجمع بين الموثوقية والتحقق من جهة، والتوازن النفسي والاجتماعي من جهة أخرى. وفي ظل استمرار تحديات مثل الإشباع المعلوماتي وتجنّب الأخبار، يصبح من الضروري بلورة أفق إعلامي جديد قائم على التمكين المعرفي، والتواصل الشفاف، وإعادة تعريف العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور كشراكة معرفية في خدمة الاستجابة الجماعية الواعية والمستدامة.

### دور الإعلام في تشكيل المعجم اللغوي الطارئ لجائحة كوفيد-19

شهد الخطاب العام، خلال جائحة كوفيد-19، تحولاً لغوياً نوعياً تمثل في صعود حزمة من المفردات والمصطلحات الجديدة التي ارتبطت مباشرةً بالحالة الصحية الطارئة. ولم تكن وسائل الإعلام مجرد ناقل لهذه اللغة الطارئة، بل فاعلاً مؤثراً في صناعتها وتثبيتها داخل البنية الإدراكية للمجتمعات، مما أفضى إلى تشكّل "معجم استثنائي" يعكس واقع الأزمة ويمتد إلى المجالين المؤسسي واليومي.

لقد ساهمت التغطيات الإخبارية، عبر مختلف الوسائط، في ترسيخ مجموعة من المفاهيم التي لم تكن مألوفة قبل الجائحة، مثل "التباعد الاجتماعي"، و"الإغلاق الكامل"، و"العزل الذاتي"، حيث تحولت بفعل التكرار والاستعمال الإعلامي المكثف إلى مفردات دارجة في الخطاب اليومي، مما ساهم في تسهيل الاستيعاب الشعبي للتوصيات الصحية. وقد أظهرت تحليلات محتوى النشرات الرسمية والصحف الكبرى أن تكرار هذه المصطلحات ارتبط بفاعلية الاتصال المؤسسي في المراحل الأولى من الأزمة (KhosraviNik, 2020).

وفي هذا الإطار، لعبت وسائل الإعلام دور الوسيط اللغوي بين الخطاب العلمي المجرد والجمهور العام، من خلال تبسيط مصطلحات معقّدة مثل "تحوّل الفايروس"، و"فعالية اللقاح"، و"المناعة المجتمعية". وقد ساعد هذا التبسيط، لا سيّما عبر الصيغ التفسيرية والرسومات البيانية، على رفع منسوب الفهم الجماهيري للمفاهيم الوبائية، وتقليل الفجوة المعرفية بين المتخصصين والرأي العام.

على الصعيد الدولي، اضطلع الإعلام بدور محوري في توحيد المصطلحات الصحية المتداولة، على الرغم من تباين السياقات الثقافية والسياسية بين الدول. فقد تبنّت وسائل الإعلام العالمية تعبيرات موحّدة مثل الإغلاق التام (lockdown)، وتسطيح المنحنى الوبائي (flatten the curve)، والعمال الأساسيين (key workers)، مما ساهم في خلق فهم مشترك للمفاهيم الصحية. كما برزت مصطلحات جديدة من خلال الاستخدامين الرسمي والشعبي، مثل مصطلح "مناعة القطيع" (herd immunity) في بريطانيا، و"الفقاعة الاجتماعية" (social bubble)، و"شهادة التنقّل" (attestation de déplacement) في فرنسا، و"المنطقة الحمراء" (zona rossa) في إيطاليا، و"السانميتسو" (Sanmitsu) في اليابان، الذي يُستخدم للدلالة على أماكن الخطر الثلاثة وهي المغلقة، والمزدحمة، والضعيفة التهوية (Dong & others, 2023).

وقد تجاوز ترسيخ هذه المفردات البعد التداولي ليلبغ المؤسسات اللغوية نفسها، حيث سجّلت قواميس رسمية تحديثات لغوية غير مسبقة، حيث أضاف قاموس أكسفورد أكثر من 40 مصطلحاً مرتبطاً بالجائحة، فيما أدرجت الأكاديمية الفرنسية مفردات مماثلة، وسجل القاموس الدنماركي 33 مصطلحاً جديداً حتى منتصف عام 2020.

أما على مستوى الإعلام الرقمي، فقد ساهمت المنصات الاجتماعية من خلال الوسوم والهاشتاغات في ترسيخ المفاهيم الصحية وتعميمها على نطاق عالمي، وذلك عبر استخدام تعبيرات مثل، ابقَ في المنزل (#StayHome)، وتسطيح المنحنى (#FlattenTheCurve)، وحياة الحجر الصحي (#QuarantineLife).

كما قامت منصات اخرى مثل تيك توك (TikTok) ويوتيوب (YouTube) بدور تبسيطي حاسم، من خلال مقاطع مصورة تشرح مفاهيم مثل اختبار تفاعل البوليميراز المتسلسل (PCR test)، وعديم الأعراض (asymptomatic)، وتتبع المخالطين (contact tracing)، باستخدام لغات بصرية وشروحات مبسطة، مما ساعد على إيصال المحتوى العلمي إلى شرائح عمرية متنوعة وبأساليب أكثر جاذبية وسهولة (Krishnan& others, 2021).

إن التحليل الدقيق لدور الإعلام في هذا السياق يكشف عن ديناميكية لغوية - ثقافية، حيث لم يقتصر دور الوسيلة الإعلامية على الترجمة أو النقل، بل امتد إلى عملية إنتاج رمزي متكاملة أعادت تعريف اللغة العامة للصحة والطوارئ. فالخطاب الإعلامي ساهم في صياغة الإدراك الجماعي للجائحة، ووجد القاموس المفاهيمي العالمي، وجعل من المصطلحات الصحية أدوات للضبط الاجتماعي والتوجيه السلوكي، إضافة إلى كونها مرايا ثقافية تعبر عن كيفية استقبال المجتمعات للأزمة وتفاعلها معها.

ومن هنا، يُمكن القول إن وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19 لم تكن فقط ناقلة للمعلومة، بل كانت قوة فاعلة في إنتاج المعنى وتشكيل معجم الأزمة، بما يعزز الفرضية القائلة إن اللغة الإعلامية في وقت الأزمات تتحول إلى سلطة رمزية تشكّل الوعي العام وتحدد أنماط الفعل الجماعي.

### التحديات البنيوية والمهنية التي واجهت وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19

شكلت جائحة كوفيد-19 اختباراً بنيوياً ووظيفياً غير مسبوق لوسائل الإعلام المعاصرة، إذ وضعتها في صلب مشهد اتصالي متقلب، يتطلب الاستجابة الفورية لمستجدات صحية معقدة، دون التفريط في المبادئ المهنية أو القيم الأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي. ففي لحظة تفجر فيها الطلب المجتمعي على المعلومة الدقيقة، تحول الإعلام إلى ساحة صراع معرفي بين الدقة والسرعة، وبين المهنية وضغوط الرأي العام، وبين الحقيقة وتضخم الشائعات.

لقد أبرزت هذه اللحظة الوبائية بطبيعتها العابرة للحدود التحديات الهيكلية الكامنة في المنظومة الإعلامية، سواء على مستوى البنية التحريرية، أو على مستوى العلاقة مع المؤسسات الصحية والمصادر الرسمية. كما كشفت عن حدود قدرة الإعلام على أداء وظيفته التقليدية كوسيط معلوماتي، حين يتحول إلى طرف مشارك في إدارة الأزمة وتهذئة الرأي العام.

ويمكن تصنيف أبرز التحديات ضمن محورين متكاملين: أولاً، التحديات المهنية والإعلامية، وثانياً، التحديات الأخلاقية والقيمية (Perreault & Perreault, 2021).

#### • أولاً، التحديات المهنية والإعلامية.

شكلت جائحة كوفيد-19 اختباراً مفصلياً لوسائل الإعلام في قدرتها على التعامل مع أزمة صحية غير مسبقة من حيث ضخامة المعلومات، وتسارع وتيرة الأحداث، وتعقيد الرسائل الصحية المتداولة. إذ واجه الإعلام تحديات مركبة، توزعت بين إشكاليات مهنية وتقنية وسياقية، كان من أبرزها صعوبة نقل المعلومات الطبية الدقيقة بلغة مبسطة ومفهومة دون الوقوع في فخ التهويل أو التحريف. فقد وجد الصحفيون أنفسهم مطالبين بتبسيط مفاهيم علمية متخصصة لجمهور غير متجانس من حيث الخلفية المعرفية والثقافية، ما أدى في كثير من الأحيان إلى حالات سوء فهم جماهيري، انعكست في سلوكيات مثل التردد في أخذ اللقاح أو التمسك بعلاجات غير مثبتة علمياً.

ومن التحديات المركزية التي واجهت الإعلام ما عُرف بجائحة المعلومات (Infodemic)، وهو المصطلح الذي تبنته منظمة الصحة العالمية للإشارة إلى الفيضان المتوازي من المعلومات الدقيقة والمغلوبة، والذي أعاق قدرة الجمهور على التمييز بين المصادر الموثوقة وتلك الزائفة. في هذا السياق، أصبح التحدي المائل أمام وسائل الإعلام هو تحقيق توازن دقيق بين ضرورة التحذير المشروع من المخاطر الصحية، وبين تجنب إثارة الذعر الجماعي، وهي معادلة لم تتجح جميع المنصات الإعلامية في إدارتها على نحو متزن (World Health Organization, 2020).



بالإضافة إلى ذلك، كشفت الأزمة عن خلل واضح في تمثيل الفئات الاجتماعية ضمن الخطاب الإعلامي السائد، حيث هيمنت تغطيات تركز على فئات الطبقة الوسطى والعلية، في مقابل تهيمش شبه كامل لتجارب الفئات الضعيفة والمهمشة مثل العمالة غير النظامية، والمهاجرين، وكبار السن. وتشير العديد من الدراسات إلى أن الخطاب الإعلامي في العديد من الدول انحاز إلى سردية "الحوكمة الرشيدة"، بينما همّش سرديات اللامساواة الاجتماعية والتفاوت في فرص الوصول إلى الرعاية الصحية.

ومن ناحية أخرى، ساهمت بعض المنصات الرقمية، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في نشر كمّ هائل من المحتوى المضلل، سواء حول أصول الفيروس، أو فعالية اللقاحات، أو استخدام علاجات غير مرخصة. فقد لعبت الصحافة الشعبية والإعلام الرقمي دورًا بارزًا في ترسيخ نظريات المؤامرة، مثل الربط بين تقنية الجيل الخامس (5G) وانتشار الفيروس، أو الترويج المبالغ فيه لعقار الهيدروكسي كلوروكين، مما أسهم في بروز موجات من التردد تجاه اللقاح في عدد من السياقات الجغرافية.

أما على مستوى الأداء التحريري، فقد برز تفاوت ملحوظ بين المنصات التي اعتمدت الصحافة الاستقصائية كأداة للتحقق والتقصّي، وتلك التي تبنّت الصحافة الإثارية القائمة على الجذب العاطفي والمحتوى الدرامي. وتشير بيانات صادرة عن كلية هارفارد للصحة العامة عام 2021 (Harvard T.H. Chan School of Public Health) إلى أن نحو 87% من التغطيات الإخبارية المرتبطة بجائحة كوفيد-19 في الولايات المتحدة كانت ذات طابع سلبي، حتى خلال الفترات التي شهدت فيها المؤشرات الصحية تحسّنًا واضحًا. وقد ساهم هذا الميل نحو السردية السلبية في تعميق مشاعر الخوف والقلق، بدلاً من تمكين الجمهور بمعرفة مطمئنة تعزز الشعور بالسيطرة والثقة (Harvard T.H. Chan School of Public Health, 2021).

سياسيًا، لم تكن وسائل الإعلام بمنأى عن الاستقطاب، بل شكّلت امتدادًا له. ففي الولايات المتحدة مثلاً، أظهرت وسائل الإعلام الليبرالية مثل سي ان ان (CNN) ميلاً واضحاً نحو انتقاد الإدارة الفيدرالية في تعاملها مع الجائحة، في حين سعت وسائل الإعلام المحافظة كـ (Fox News) إلى التقليل من خطورة الفيروس والتشكيك في الإجراءات الصحية. وقد أشار تقرير صادر عن مركز بيو للأبحاث (Pew Research Centre) عام 2021 إلى أن هذا الانقسام الإعلامي انعكس بشكل مباشر في سلوكيات الأفراد، حيث تحوّل ارتداء الكمامة وتلقي اللقاح من ممارسات صحية إلى مؤشرات على الانتماء السياسي، مما زاد من تعقيد الاستجابة الجماعية للإجراءات الوقائية، وأضعف من فعالية الرسائل الصحية العامة (Pew Research Center, 2021).

#### ● ثانياً، التحديات الأخلاقية والقيمية.

إلى جانب التحديات المهنية والمعلوماتية التي واجهتها وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19، برزت سلسلة من الإشكاليات الأخلاقية المعقدة، التي وضعت الصحفيين والمؤسسات الإعلامية أمام قرارات حسّاسة تمسّ مبادئ الخصوصية، والشفافية، والعدالة، والمسؤولية الاجتماعية. فقد أظهرت الأزمة هشاشة المعايير الأخلاقية في لحظات الطوارئ، وعمّقت الحاجة إلى ممارسة مبادئ الالتزام الأخلاقي ضمن بيئة إعلامية مضغوطة سياسيًا ومعرفيًا.

أولى هذه التحديات تطلّعت في المفاضلة الدقيقة بين حق الجمهور في المعرفة وحق الأفراد في الخصوصية. ففي سعي وسائل الإعلام إلى تعزيز الشفافية وتوفير بيانات تتعلق بانتشار الفيروس، جرى في بعض الحالات الكشف عن معلومات شخصية تتعلق بالمصابين دون إذنهم المسبق، وهو ما أثار جدلاً واسعاً حول حدود النشر الأخلاقي.

وفي السياق ذاته، واجه الصحفيون تحديات متزايدة تتعلّق بتقييد الوصول إلى المعلومات، حيث لجأت بعض الحكومات إلى احتكار البيانات الصحية ومنع تداولها، مما أعاق إمكانية إجراء تحقيقات صحفية مستقلة. ففي كلّ من الصين والمجر، تم اعتقال صحفيين لمجرد نشرهم تقارير تخالف الروايات الرسمية للدولة بشأن تطوّرات الجائحة، وذلك وفقاً لتقرير صادر في عام 2022 عن منظمة مراسلون بلا حدود (Reporters Without Borders). وقد أثار هذا التوجه مخاوف جدية من تآكل المساءلة الإعلامية، وظهور ما يُعرف بظاهرة "المصدر الوحيد"، بما يعكس أزمة ثقة متفاقمة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية (Reporters Without Borders, 2022).

كما طُرحت تساؤلات أخلاقية حادة حول الخطاب الإعلامي التمييزي الذي وُجّه أحياناً ضد الفئات المهمشة. فقد لعبت بعض وسائل الإعلام دوراً في ترسيخ الصور النمطية العنصرية، لا سيما ضد الأفراد ذوي الأصول الآسيوية، حيث تبنت مؤسسات إعلامية بارزة توصيفات مثل "الفيروس الصيني"، ما ساهم في تأجيج خطاب الكراهية، وارتفاع معدلات العنف الرمزي والمادي بحق الأقليات في الولايات المتحدة وأوروبا. ويعدّ هذا الانزلاق خرقاً مباشراً للمواثيق المهنية التي تؤكد على احترام الكرامة الإنسانية، وتُدين الوصم الإعلامي تحت أي ذريعة.

لقد أظهرت هذه التحولات أن الجائحة لم تكن مجرد أزمة صحية، بل كانت أيضاً اختباراً حاداً لأخلاقيات الممارسة الإعلامية. فقد وجدت المؤسسات الإعلامية نفسها تعمل في بيئة مشحونة بالغموض، جعلت من اتخاذ القرار التحريري عملية محفوفة بالضبابية، خاضعة لتقديرات ظرفية غير مكتملة، ومحفوفة بمستويات عالية من المخاطر الأخلاقية. وتفاقم هذا التحدي في السياقات التي خضعت فيها وسائل الإعلام لضغوط سياسية مباشرة، أو كانت جزءاً من الاستقطاب الأيديولوجي السائد.

ومن هذا المنظور، لا يمكن اختزال دور الإعلام خلال الجائحة بوصفه ناقلاً سلبياً للمعلومات، بل يجب النظر إليه كفاعل بنوي مؤثر في تشكيل تصوّرات الجمهور، وتوجيه سلوكهم الجمعي، ورسم معالم استجابتهم للمخاطر. غير أن هذا الدور التكويني يفرض على الإعلام مسؤوليات أخلاقية مضاعفة، تستدعي وعياً مهنيّاً رفيعاً، والتزاماً حقيقياً بمواثيق الشرف الصحفي، خاصة في أوقات الأزمات العالمية العابرة للحدود.

ختاماً، تبرز الحاجة الملحة إلى مراجعة السياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية، بما يراعي المبادئ العالمية لحقوق الإنسان، وأخلاقيات المهنة، ويحقق توازناً دقيقاً بين الشفافية وخصوصية الأفراد، وبين حرية التعبير ومواجهة خطاب الكراهية، وبما يعزز التنوع والعدالة في التغطيات الإعلامية. ذلك أن الفعالية الاتصالية في زمن الأزمات لا تُقاس فقط بسرعة نقل المعلومة، بل بمدى احترامها للبعد الإنساني، وحرصها على القيم الجوهرية للممارسة الإعلامية الأخلاقية.

## التأطير الإعلامي لجائحة كوفيد-19

لم تعد وسائل الإعلام خلال الأزمات الصحية الكبرى، وعلى رأسها جائحة كوفيد-19، مجرد وسيط ناقل للمعلومات أو ناقلاً للبيانات الإحصائية، بل تحوّلت إلى فاعل بنوي محوري يساهم بفاعلية في تشكيل الإدراك الجماعي وتوجيه الرأي العام. فقد اضطلعت المؤسسات الإعلامية، في هذا السياق، بدور مركّب يجمع بين الوظيفة الإخبارية التقليدية، ووظيفة تأطير الحدث بشكل يؤثر مباشرة على الطريقة التي يُفهم بها الواقع ويُفسّر ضمنه.

وفي هذا الإطار، يُعدّ مفهوم "التأطير الإعلامي (Media Framing)" أداة تحليلية مركزية لفهم آليات تمثيل الأزمات في الخطاب الإعلامي. ويشير المفهوم إلى العملية التي يتم من خلالها اختيار جوانب معينة من الواقع وتسليط الضوء عليها في النص الإعلامي، مع تهميش أو إغفال جوانب أخرى. ويهدف هذا الاختيار إلى خلق إطار تفسيري يوجّه إدراك الجمهور نحو دلالات ومعانٍ محددة، بما يعني أن التأطير لا يقتصر على نقل الوقائع، بل يضطلع بدور فاعل في صناعة المعنى، وتحديد "زاوية النظر" التي من خلالها يتفاعل المتلقي مع الحدث (Cohen, 2024).

## الجنور النظرية لنموذج التأطير الإعلامي

يُعدّ مفهوم التأطير الإعلامي من أبرز المفاهيم التفسيرية في حقل دراسات الإعلام والاتصال، لما ينطوي عليه من قدرة تحليلية لفهم آليات اختيار وتقديم وتفسير المعلومات ضمن سياقات دلالية موجهة. ويُقصد بالتأطير الإعلامي الطريقة التي يتم عبرها التركيز على جوانب معينة من الواقع وتهميش أخرى، بحيث يُعاد بناء المعنى وفق منطق انتقائي يؤثر في إدراك الجمهور واستجابته للأحداث. وتزداد أهمية هذا المفهوم

في حالات الأزمات، خاصة الصحية منها، كما في جائحة كوفيد-19، حيث يضطلع الإعلام بدور حاسم في تشكيل السلوك الجماعي وصياغة التصورات العامة.

يمكن إرجاع الجذور النظرية لمفهوم التأطير إلى أعمال عالم الاجتماع إرفينغ غوفمان (Erving Goffman)، الذي قدّم في كتابه الرائد *تحليل الإطار في عام 1974* مقالة عن مفهوم "الإطار" (frame) بوصفه بنية معرفية يعتمد عليها الأفراد في تنظيم وتفسير تجاربهم اليومية، ضمن سياقات ثقافية واجتماعية بعينها. ووفقاً لغوفمان، فإن هذه الأطر الذهنية تلعب دوراً في توجيه الانتباه نحو عناصر معينة من الواقع، مع إغفال أو تهميش عناصر أخرى، مما يسهم في تحديد ما يُعتبر جديراً بالاهتمام، وما يُصنّف على أنه ثانوي أو هامشي (Goffman, 1974). فيما بعد، قام الباحث الأمريكي روبرت إنتمن (Entman) في عام 1993 بتوسيع المفهوم ضمن سياق تحليل الخطاب الإعلامي، حيث عرّف التأطير بأنه: "اختيار بعض جوانب الواقع وتبسيط الضوء عليها داخل النص الإعلامي بطريقة تروّج لتفسير معين للمشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم آثارها، واقتراح حلول لها". وقد اقترح روبرت إنتمن أربع وظائف رئيسية تُكوّن البنية السردية لأي خطاب إعلامي مؤطر (Entman, 1993): تعريف المشكلة، وتفسير الأسباب، واقتراح الحلول، وتقييم التداعيات.

وفي ضوء تحليل التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19، يتضح أن هذه الوظائف الأربع تفاعلت بشكل ديناميكي في إنتاج الأطر الإعلامية التي صاغت إدراك الجمهور للأزمة، كما يلي:

#### • تعريف المشكلة

في بداية الجائحة، تعددت التمثيلات الإعلامية لطبيعة الأزمة. فقد ركّزت بعض المؤسسات الإعلامية على البعد الصحي، مقدّمة الجائحة باعتبارها تهديداً مباشراً للصحة العامة، يتطلب استجابة طبية عاجلة. في المقابل، سلّطت وسائل أخرى الضوء على التداعيات الاقتصادية للإغلاق، ما أدى إلى إبراز الجائحة كأزمة مالية واجتماعية. أما في بعض السياقات، فقد طغى البعد السياسي على التغطية، حيث تم تصوير الأزمة كأداة للمناورة الجيوسياسية أو كاختبار لفشل أو نجاح الحكومات، مما ساهم في تكوين إدراكات متباينة جذرياً لطبيعة المشكلة.

#### • تفسير الأسباب

بعد تأطير طبيعة الجائحة، اتجه الخطاب الإعلامي إلى تفسير جذور الأزمة وتحديد المسؤوليات. في بعض التغطيات، وُجّهت أصابع الاتهام إلى الصين كمصدر للفيروس، ما غدّى خطابات الكراهية والتعامل العنصري في دول عدّة. بينما ركّزت تغطيات أخرى على تقصير الحكومات الوطنية في الاستجابة المبكرة، أو على ما اعتُبر قصوراً في أداء منظمة الصحة العالمية. هذه التفسيرات المتباينة انعكست في تشكيل المواقف الجماهيرية وتسييس الجائحة داخل الفضاء الإعلامي.

#### • اقتراح الحلول

اتّسقت الحلول المقترحة في الخطاب الإعلامي مع طريقة تأطير المشكلة وتفسير أسبابها. ففي حين دعت بعض المنابر إلى الإغلاق الصارم وتبني الإجراءات الصحية بحزم، ركّزت وسائل أخرى على ضرورة مراعاة الحريات الفردية والآثار الاقتصادية. كما تنوعت الأطر الإعلامية في تأطير اللقاحات؛ فبينما احتفت بها وسائل إعلام علمية كمخرج ضروري، روّجت بعض المنصات، خاصة في الفضاء الرقمي، لنظريات مؤامرة غدّت الشكوك والتردد المجتمعي، مما أثر سلباً على نسب التلقيح.

#### • تقييم التداعيات

تناولت التغطيات الإعلامية، في هذه المرحلة، نتائج السياسات المتبعة أخلاقياً واجتماعياً. فبعض الوسائل الإعلامية سلّطت الضوء على انخفاض معدلات العدوى والوفيات، وأشادت بدور الكوادر الطبية. في المقابل، برز خطاب نقدي يسلط كلفة الإجراءات المشددة، خاصة على الصحة النفسية، والتماسك الاجتماعي، ومستويات الفقر، والبطالة. هذا التقييم المتباين أنتج انقساماً في الرأي العام حول مدى توازن السياسات بين الضرورات الصحية والاعتبارات الإنسانية والاجتماعية.

إن تحليل التأطير الإعلامي خلال جائحة كوفيد-19 يمثل مدخلاً ضرورياً لفهم آليات التأثير الإعلامي على سلوك الأفراد، واستعدادهم لتبني السياسات الصحية، ومدى ثقتهم بالمؤسسات الرسمية. وبهذا المعنى، يغدو التأطير الإعلامي أداة استراتيجية لا تقل أهمية عن البروتوكولات الصحية في إدارة الأزمات المعاصرة، ويستدعي من الباحثين والممارسين على السواء وعياً نقدياً بطبيعة هذه الأطر، وتأثيراتها العميقة في الوعي الجمعي.

### أنماط التأطير الإعلامي

في سياق تطوير الأدوات التحليلية لفهم آليات التأطير الإعلامي، قدّم الباحثان سيميتكو وفالكنبورغ (Semetko & Valkenburg) في عام 2000 إطاراً نظرياً بارزاً يقوم على تحديد أنماط تأطيرية متكررة تعتمد وسائل الإعلام في تغطيتها للأزمات ذات الطابع السياسي أو الاجتماعي أو الصحي. ويرتكز هذا النموذج على تحليل البنية الخطابية للمحتوى الإخباري، بهدف تبين كيفية تشكيل المعنى العام للحدث عبر زوايا تقديم معينة، تؤثر في إدراك الجمهور وسلوكياته ومواقفه تجاه القضايا المطروحة (Semetko & Valkenburg, 2000).

وقد صنّف الباحثان التأطير الإعلامي إلى خمسة أنماط رئيسية، تبيّن من خلال الدراسات التجريبية حضورها القوي والمتكرر في التغطيات الإعلامية المختلفة، حيث برزت هذه الأطر بوضوح في تمثيل الأزمة والتفاعل الجماهيري معها:

#### • إطار الصراع (Conflict Frame)

يُركّز هذا النمط التأطيري على إبراز الخلافات والتوترات بين مختلف الفاعلين، سواء السياسيين أو المؤسسيين أو الدوليين. ويقوم على تصوير الحدث بوصفه ساحة صراع تتواجه فيها الأطراف المتنازعة، من قبيل الحكومات والمعارضات، أو العلماء وصنّاع القرار، أو حتى بين الدول الكبرى المتبادلة للاتهامات. في سياق جائحة كوفيد-19، ظهر هذا الإطار بقوة من خلال التركيز الإعلامي على النزاع بين الولايات المتحدة والصين حول مصدر الفيروس، كما تجلّى في النقاشات المحتدمة بين الأحزاب الحاكمة والمعارضة بشأن فعالية الإغلاق، والتردد في تبني إجراءات الطوارئ، ومحاسبة الجهات الرسمية على التأخر في الاستجابة. وقد ساهم هذا التأطير في تسييس الأزمة، وفي تغذية الانقسامات الداخلية على حساب الإجماع الصحي الوطني. (Almahallawi & Abdul Rahim 2022).

#### • إطار المصلحة الإنسانية (Human Interest Frame)

يعتمد هذا النمط على توجيه التغطية نحو البعد الإنساني والعاطفي للأزمة، وذلك عبر تسليط الضوء على القصص الفردية والتجارب الشخصية المرتبطة بالحدث. وخلال جائحة كوفيد-19، لجأت وسائل الإعلام إلى إبراز معاناة الأفراد، ولا سيما الكوادر الطبية العاملة في الخطوط الأمامية، والمصابين بالفيروس، وأسر الضحايا، بالإضافة إلى سرد حكايات الحزن والفقد والعزلة الاجتماعية. وقد أثر هذا الإطار في تعزيز الشعور بالتعاطف المجتمعي، وتفعيل قيم التضامن والرعاية المتبادلة، كما سهّل على الجمهور عملية التماهي العاطفي مع تداعيات الجائحة، مما زاد من وعيه بخطورة الوضع ودعم جهود الوقاية والاحتواء. (Duan, 2024).

#### • إطار العواقب الاقتصادية (Economic Consequences Frame)

يركز هذا الإطار على تحليل التأثيرات الاقتصادية الناجمة عن الأزمة، وذلك من خلال تسليط الضوء على مؤشرات التدهور المالي، مثل الانكماش، وارتفاع معدلات البطالة، وتعطّل سلاسل الإمداد، وتراجع الناتج المحلي الإجمالي.

وفي سياق جائحة كوفيد-19، تركز هذا الإطار في تغطيات تناولت الخسائر الحادة التي لحقت بسوق العمل، والانهيئات التي طالت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتقلبات الحادة في البورصات العالمية. كما أبرزت بعض وسائل الإعلام التحديات التي واجهها الاقتصاد غير الرسمي، لا سيما في البلدان النامية، والضغوطات على قطاعات كالسياحة والطيران والخدمات. هذا النمط التأطيري ساهم في توسيع إدراك الجمهور

لحجم التكاليف المترتبة على السياسات الصحية، وأعاد توجيه النقاش العام نحو موازنة المصالح بين الحماية الصحية والحفاظ على الاستقرار الاقتصادي.

#### • إطار القيم الأخلاقية (Morality Frame)

يُقدّم هذا الإطار الأزمة بوصفها قضية تتصل بمنظومة من المبادئ والقيم، مما يضيف على التغطية الإعلامية طابعاً معيارياً يعكس ما يُعد صائباً أو خاطئاً في السلوك الجمعي والسياسات العامة.

وخلال جائحة كوفيد-19، لعب هذا التأطير دوراً محورياً في تغطية قضايا مثل إلزامية اللقاحات، وفرض الكمادات، وتحديد من يُمنح الأولوية في العلاج أو التطعيم. وقد استُخدم الخطاب الأخلاقي لتأطير النقاش حول "جوازات التطعيم" باعتبارها مساساً بالحريات الفردية أو، على العكس، ضرورة لحماية الصالح العام. كما استُثمر هذا الإطار في تناول التفاوتات بين الدول الغنية والفقيرة في الحصول على اللقاحات، حيث طُرحت القضية بوصفها اختباراً للعدالة العالمية، لا سيما في سياق مبادرة "كوفاكس" الخاصة بمنظمة الصحة العالمية (Forman & others, 2021).

#### • إطار تحديد المسؤولية (Responsibility Frame)

يركّز هذا النمط التأطيري على إسناد المسؤولية لأطراف معينة، سواء فيما يتعلق بنشوء الأزمة أو بطريقة إدارتها. وقد حضر هذا الإطار بقوة خلال جائحة كوفيد-19، حيث ركّزت وسائل الإعلام على تحميل الحكومات مسؤولية التأخر في اتخاذ الإجراءات الاحترازية، أو الإخفاق في تجهيز الأنظمة الصحية. كما شملت التغطية انتقادات موجّهة إلى منظمة الصحة العالمية بشأن بطء إصدار التحذيرات الأولية أو التردد في الاعتراف بطبيعة الفيروس. ومن جهة أخرى، تم مساءلة شركات الأدوية حول العدالة في توزيع اللقاحات، والشفافية في التجارب السريرية، وتسعير الجرعات. يُعدّ هذا النمط من التأطير أساسياً في توجيه الرأي العام نحو المطالبة بالمحاسبة والشفافية، ويؤثر في الثقة بالمؤسسات الصحية والسياسية. (Thomas & others, 2020).

تبرز أنماط التأطير الإعلامي التي صاغها الباحثان سيميتكو وفالكنبورغ كأداة تحليلية فعالة لفهم الكيفية التي تُؤطر بها وسائل الإعلام الأزمات المعاصرة، من خلال زوايا تفسيرية تحدد ما يُقال وما يُسكت عنه. وتُظهر دراسة جائحة كوفيد-19 أن هذه الأطر الخمسة قد حضرت بدرجات متفاوتة، وساهمت في تشكيل السرديات الكبرى التي تبلور من خلالها الوعي العام بالأزمة.

فالإطار الذي يختاره الإعلام لا يكفي بإخبار الجمهور بما يحدث، بل يوجه انتباهه إلى ما يجب أن يفكر فيه، وكيف يجب أن يشعر ويتصرّف. لذا، فإن دراسة هذه الأنماط ليست مجرد تحليل نصي، بل هي مدخل لفهم القوى الرمزية التي تصنع الإدراك الجمعي وتوجّه السلوك الاجتماعي، خاصة في الأوقات الحرجة التي تتطلب إجماعاً مجتمعياً مدروساً ومبنياً على الثقة والمعرفة الرصينة.

ومع تزايد تعقيد الأزمات العالمية وتحول المشهد الإعلامي إلى فضاء ديناميكي مشحون بالتفاعل اللحظي، اتجهت العديد من الدراسات الحديثة إلى تجاوز التصنيفات الكلاسيكية لأنماط التأطير الإعلامي، كما صاغها رواد مثل سيميتكو وفالكنبورغ عام 2000، نحو مقاربات أكثر مرونة تستوعب التحولات النوعية في أساليب السرد الإعلامي. وقد شكّلت جائحة كوفيد-19 أرضية خصبة لرصد هذه التحولات، إذ ظهرت أنماط تأطيرية جديدة لا تندرج بالكامل ضمن الإطارات التقليدية، بل تعبّر عن تغيير في وظيفة الخطاب الإعلامي ذاته، وتدلّ على علاقة أكثر تداخلاً بين الإعلام والإدراك الجمعي (Shaw & Green, 2021). ومن أبرز هذه الأنماط:

#### • إطار الخوف والإثارة (Fear and Sensationalism Frame)

يمثّل هذا النمط أحد أكثر أشكال التأطير حضوراً في التغطية الإعلامية للأزمات الصحية، حيث يتم توظيف اللغة الدرامية والعناوين الصادمة لتكثيف الإحساس بالخطر، بما يعزز من الجاذبية الإعلامية والمعدلات القرائية. خلال المراحل الأولى من الجائحة، شاعت عبارات من قبيل

"تحوّر فيروسي جديد يُنذر بخطر عالمي محقق"، و"نظم صحية على وشك الانهيار وارتفاع غير مسبوق في معدلات الوفيات"، تمثل نماذج بارزة لهذا النمط من التأطير القائم على التخويف والإثارة. وقد ساهمت هذه الصياغات في تأجيج مشاعر الذعر الجماهيري، وأدت إلى سلوكيات استهلاكية غير عقلانية، من أبرزها التهافت على شراء السلع وتخزين المستلزمات الطبية. وتشير تقارير منظمة الصحة العالمية إلى أن هذا النمط من التغطية الإعلامية كان من العوامل الرئيسية في تفاقم حالة جائحة المعلومات (Infodemic)، وزيادة مستويات القلق الجماعي، لا سيما في ظل غياب حملات توعوية طمأنة فعّالة من الجهات الصحية الرسمية.

#### • إطار الأمل والتفاؤل (Hope and Optimism Frame)

على النقيض من الإطار السابق، يُركّز هذا النمط على إبراز المؤشرات الإيجابية، والإنجازات العلمية، وقصص النجاح في إدارة الأزمة. ويُلاحظ توظيفه في تغطيات تناولت تطوير اللقاحات خلال وقت قياسي، أو انخفاض معدلات الإصابات في بعض الدول، أو تسليط الضوء على نسب الشفاء المرتفعة. يُسهم هذا التأطير في بناء حالة من الطمأنينة العامة، ويعزز الثقة في المؤسسات الصحية، كما يدفع الأفراد نحو الالتزام بالتوصيات الوقائية. وقد أظهرت الدراسات أن الإعلام الذي اعتمد هذا النمط كان أكثر فعالية في تشجيع الإقبال على التطعيم مقارنةً بالخطابات القائمة على التخويف وحده (Kim & Kreps, 2022).

#### • إطار التسييس (Politicization Frame)

يُعبّر هذا النمط عن توظيف الأزمة الصحية في سياقات الصراع السياسي والحزبي، حيث يتم تحميل السياسات الصحية دلالات إيديولوجية أو استثمارها في النزاعات الانتخابية. وقد تجلّى هذا التأطير في النزاع الخطابي بين الولايات المتحدة والصين حول أصل الفيروس، وكذلك في الانقسام الداخلي بين الأحزاب الحاكمة والمعارضة في عدد من الدول بشأن إجراءات الإغلاق أو التطعيم. أدى هذا النمط إلى تآكل الثقة الجماهيرية في الخطاب الرسمي، وتحويل بعض الإجراءات الوقائية إلى مؤشرات رمزية للانتماء السياسي، كما حدث في الولايات المتحدة فيما يتعلق بارتداء الكمامات، والذي بات يُقرأ ضمن خطوط الانقسام بين المحافظين والليبراليين (Scharfbillig & others, 2024).

#### • إطار الإثنية والثقافة (Ethnic and Cultural Frame)

يركّز هذا النمط على ربط الأزمات بخلفيات عرقية أو ثقافية، وهو تأطير ذو حساسية عالية لما له من آثار سلبية على التماسك المجتمعي. خلال جائحة كوفيد-19، تم توظيف هذا الإطار من خلال استخدام توصيفات مثل "الفيروس الصيني" في بعض وسائل الإعلام الغربية، ما ساهم في تصاعد حوادث الكراهية ضد الآسيويين، وزيادة الاعتداءات اللفظية والجسدية، خصوصاً في الولايات المتحدة وكندا وأوروبا. وقد حدّرت الأمم المتحدة من تداعيات هذا النمط الخطابي على السلم الاجتماعي، مؤكدة أن وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في إما تكريس الصور النمطية أو تفكيكها.

تعكس هذه الأطارات المذكورة المستجدة اتساع نطاق التأطير الإعلامي ليشمل أبعاداً نفسية وسياسية وثقافية لم تكن تحظى بنفس التركيز في النماذج الأولى. كما تبرز العلاقة التفاعلية بين الخطاب الإعلامي وبنية المجتمع، حيث لم يعد الإعلام ناقلاً سلبياً للمعلومة، بل أصبح مساهماً فاعلاً في تشكيل الواقع وتأويله. من هنا، تبرز الحاجة إلى تطوير أدوات تحليلية تستوعب هذا التحول، وتُتيح فهماً أعمق لدور الإعلام في إدارة الأزمات المعاصرة، لا سيما تلك التي تتجاوز الحدود الصحية لتتطال النسيج الاجتماعي والأمن الثقافي (Addo, 2020).

تشير دراسات إعلامية معاصرة إلى أن التأطير الإعلامي لا يقتصر تأثيره على تشكيل مواقف الأفراد وأنماط سلوكهم الصحي فحسب، بل يمتد كذلك إلى التأثير في صنع السياسات العامة واستراتيجيات إدارة الأزمات على المستوى الحكومي. فقد تبيّن أن الأطر الخطابية المعتمدة في التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19 لعبت دوراً ملموساً في توجيه أولويات صانعي القرار، وفي صياغة الاستجابات المؤسسية تجاه تطورات الأزمة.

فعلى سبيل المثال أدى توظيف إطار الخوف والإثارة في بعض التغطيات إلى استجابات حكومية متسرّعة أو غير متوازنة، من أبرزها فرض الإغلاق الشامل دون تقييم كافٍ لتداعياته الاجتماعية والاقتصادية، لا سيما على الفئات الأكثر هشاشة. في المقابل، أسفر التركيز الإعلامي على العواقب الاقتصادية للأزمة عن ضغوط سياسية دفعت بعض الحكومات إلى تسريع إعادة فتح الأسواق واستئناف الأنشطة الاقتصادية، أحياناً



على حساب متطلبات السلامة الصحية، انقاء للغضب الشعبي أو تجنباً لانهيارات اقتصادية وشيكة. كما أن إبراز إخفاقات الأداء الصحي ضمن إطار تحميل المسؤولية، شكّل دافعاً مباشراً لعدد من الدول لمراجعة سياساتها الصحية، وتعديل خططها، وزيادة التمويل المخصص لقطاع الرعاية، وتسريع وتيرة حملات التطعيم

(Chmel & Savin, 2021).

يكشف تحليل استراتيجيات التأطير التي اعتمدتها وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19 عن أدوار تتجاوز مجرد النقل الإخباري، لتلامس عمق التأثير الرمزي والثقافي في صناعة الإدراك العام للأزمة. لقد أسهمت وسائل الإعلام، من خلال اختيارها لنوعية المعلومات، والطريقة التي قُدمت بها، والسياقات القيمية والعاطفية التي أدرجت ضمنها، في إعادة بناء تصورات الجمهور وتوجيه سلوكياته بطرق متباينة.

ويُظهر التتبع النقدي لأنماط التأطير المعتمدة أن الخطاب الإعلامي لم يكن حيادياً أو موحداً، بل تباينت تمثيلاته بتباين الخصوصيات السياسية والثقافية والاقتصادية في كل سياق وطني. كما أدى هذا التفاوت في التأطير إلى نتائج مزدوجة؛ فمن جهة، ساهم في حشد الدعم الشعبي للسياسات الوقائية، ومن جهة أخرى، فاقم من حدة الانقسام المجتمعي، خاصة حين تم توظيف الأزمة ضمن صراعات أيديولوجية أو خلافات حزبية داخلية.

ويُبين تحليل بنية التأطير أن الأخبار لا تُقدّم ضمن حيّز دلالي محايد، بل تمرّ عبر مرشحات/فلترات تحريرية تحدد ما يُعرض وما يُحجب، ما يُبرز وما يُسكت عنه. وقد أنتج هذا الواقع تغطية ذات أوجه متباينة في تفسير الجائحة، وتحديد مسؤولياتها، وتقديم حلولها، وتقييم تداعياتها. ورغم نجاح بعض الأطر في تعزيز السلوكيات الوقائية والتضامن المجتمعي، فإنها ساهمت في حالات أخرى في خلق بيانات إعلامية مشبعة بالتوتر، وعززت مناخات الاستقطاب، وعمّقت فجوة الثقة بين الجمهور والمؤسسات الصحية أو الحكومية.

وفي الختام، فإن التأطير الإعلامي في زمن الأزمات لم يعد مجرد تقنية تحريرية، بل تحوّل إلى آلية جوهرية لإنتاج المعنى وتوجيه السلوك العام. ولذلك، فإن وعي الإعلاميين بخطورة هذه الأدوة، ومسؤوليتهم الأخلاقية في استخدامها، يشكّلان ركيزة مركزية لضمان تغطية إعلامية تساهم في إدارة الأزمات بدلاً من تعقيدها.

## الخاتمة

تؤكد هذه الدراسة أن دور وسائل الإعلام خلال الأزمات المعاصرة لا يقتصر على البعد التواصلية التقليدي، بل يتجاوز ذلك ليشكّل ركيزة بنوية ضمن منظومة إدارة الأزمات متعددة المستويات. فقد أظهرت الجائحة أن الإعلام لم يكن مجرد وسيط ناقل للمعلومة، بل فاعل رمزي ومعرفي أسهم في تشكيل إدراك الجمهور، وتوجيه سلوكه، وإعادة ترتيب أولوياته.

من خلال تحليل أنماط التغطية الإعلامية، والخطابات المؤطرة للأزمة، والتحديات المهنية والأخلاقية التي واجهتها المؤسسات الإعلامية، تبين أن فعالية الإعلام في مثل هذه السياقات ترتبط بقدرته على إنتاج معرفة موثوقة، ونقدية، ومتزنة، تُراعي تعقيدات البيئة الصحية والسياسية والاجتماعية. كما أبرزت الدراسة أهمية الأطر النظرية المعاصرة في فهم ديناميكيات الخطاب الإعلامي، ولا سيما نظرية التأطير، ونموذج غريبير، ومعايير الأخبار المحدثّة، في تحليل الأداء الإعلامي وتحقيق فهم أعمق لأدواره المركبة.

لقد كشفت جائحة كوفيد-19، بوصفها حدثاً عالمياً مركباً، عن هشاشة بعض البنى الاتصالية التقليدية، وأظهرت الحاجة إلى إعادة تعريف وظيفة الإعلام ضمن هندسة الاستجابة المجتمعية الشاملة. ومن هنا، يُعد الخطاب الإعلامي في زمن الأزمات مجالاً بالغ الأهمية للبحث والتفكير والمراجعة، ليس فقط من منظور أدائه اللحظي، بل من زاوية أثره المستدام في إنتاج المعنى، وإعادة تشكيل العلاقة بين الدولة والمجتمع والمعلومة.

إن هذه الدراسة، بما تطرحه من تحليل نقدي ومعرفي، تفتح أفقًا بحثيًا جديدًا لدراسة الإعلام الكارثي في علاقته بالسلطة، والجمهور، والمعرفة، داعيةً إلى مزيد من التعمق في فهم كميّات تشكّل الخطاب الإعلامي، والأنماط التأطيرية التي يعتمدها، وسبل تعظيم أثره الإيجابي في تعزيز الوعي، والتماسك، والاستجابة الرشيدة في مواجهة الأزمات المعاصرة..

## التوصيات

استنادًا إلى نتائج الدراسة، وبالرجوع إلى أبرز التجارب الدولية في التغطية الإعلامية خلال جائحة كوفيد-19، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية والمهيكلّة لتعزيز دور الإعلام في إدارة والتواصل في أوقات الكوارث والأزمات:

### 1. تطوير بروتوكولات تحريرية خاصة بالأزمات.

ينبغي للمؤسسات الإعلامية تبني دلائل تحريرية مرنة تستند إلى أفضل الممارسات العالمية، وتراعي خصوصيات الأزمات الصحية من حيث الدقة، والسرعة، وسياق المعلومة. يجب أن تشمل هذه البروتوكولات إرشادات حول كيفية التعامل مع المعلومات العلمية المعقدة، والوقاية من نشر المعلومات الخاطئة أو المضلّة.

### 2. تعزيز التكامل بين الإعلام والمؤسسات الصحية.

ينبغي إرساء شراكات معرفية مستدامة بين وسائل الإعلام والجهات الصحية، من خلال فرق عمل مشتركة، ومراكز دعم معلوماتي توفر محتوى علميًا مبسّطًا جاهزًا للاستخدام الإعلامي، بما يسهم في تقليص فجوة التخصصات بين الصحفيين والخبراء.

### 3. إنشاء وحدات للرصد الإعلامي والتدخل السريع.

على غرار بعض التجارب الأوروبية، مثل "مرصد الأخبار الكاذبة" التابع للاتحاد الأوروبي، يمكن تأسيس وحدات وطنية ترصد تداول الشائعات والتغطيات المنحرفة، وتصدر تصحيحات فورية وموثقة، بما يسهم في تقويض التضليل المعلوماتي قبل أن ينتشر.

### 4. إدراج مساق خاص بـ"صحافة الكوارث" في تعليم وتدريب الصحفيين.

ينبغي للمؤسسات الأكاديمية والإعلامية أن تدمج ضمن برامجها التدريبية مساقات متخصصة في تغطية الكوارث والأزمات، تتناول الجوانب الأخلاقية والنفسية والتحريرية لهذا النوع من الصحافة. هذه البرامج يمكن أن تكون بالتعاون مع منظمات دولية مثل منظمة اليونسكو أو لجنة حماية الصحفيين أو منظمة الصحة العالمية.

### 5. تبني نماذج تأطيرية إيجابية ومتوازنة.

ينبغي للإعلاميين إدراك أثر الإطارات الخطابية على وعي وسلوك الجمهور، وتفضيل استخدام أنماط التأطير القائمة على الأمل والتعاطف والتشاركية بدلاً من التخويف أو الإثارة، خاصة في الأزمات الممتدة التي تتطلب صمودًا طويل الأمد.

### 6. تعزيز الإعلام المحلي والتشاركي.

تشير الدراسات إلى أن المجتمعات التي تعتمد على وسائل إعلام محلية تشاركية أكثر قدرة على التصدي للشائعات والاستجابة الجماعية. لذلك يُوصى بتقوية المنصات المجتمعية الصغيرة، وتوفير الدعم المالي والتقني لها، بما يسهم في إيصال الرسائل الرسمية بلغة محلية وثقافة قريبة.

7. وضع مدونة سلوك إعلامي للأزمات.

من المهم إنشاء ميثاق أخلاقي مشترك بين الفاعلين الإعلاميين، يحدد ضوابط النشر والتغطية في حالات الكوارث، ويحمي الفئات الهشة، ويضمن عدم نشر المعلومات الشخصية أو المنقوضة أو المقطعة من سياقها، ويلزم بالتحقق المسبق من المصادر.

8. تقييم الأداء الإعلامي بعد كل أزمة.

ينبغي للمؤسسات الإعلامية إجراء مراجعة داخلية بعد كل أزمة، تتضمن تقييمًا لمدى التزامها بالمعايير، وأثر تغطياتها في المجتمع، وأوجه القصور أو التميز. هذا التقييم يجب أن يُشارك فيه خبراء خارجيون وممثلون عن الجمهور المدني والصح والأكاديمي.

قائمة المراجع

Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (2003). Communication and Organizational Crisis (pp. 4–7). Praeger.

Coombs, W. T. (2007). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (pp. 59–62). SAGE Publications.

Alexander, D. E. (2002). Principles of Emergency Planning and Management (pp. 164–169). Oxford University Press.

Seeger, M. W., & Sellnow, T. L. (2016). Narratives of Crisis: Telling Stories of Ruin and Renewal (pp. 88–92). Stanford University Press.

International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2020). Lebanon: Beirut Port Explosions – Emergency Appeal (Revision n° 2, MDRLB009). <https://reliefweb.int/report/lebanon/lebanon-beirut-port-explosions-emergency-appeal-revision-n-2-mdrlb009>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). Transparency, Communication and Trust: The Role of Public Communication in Responding to the Wave of Disinformation about the New Coronavirus. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/transparency-communication-and-trust-5b3c6f7c/>

Splendore, S., & De Blasio, E. (2021). Data journalism in the time of COVID-19: An examination of data visualizations on three news websites. Digital Journalism, 9(9), 1275–1293. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1921186>

Beckett, C. (2020). New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Journalism, 21(7), 905–920. <https://doi.org/10.1177/1464884919869391>

Houston, J. B., Spialek, M. L., Cox, J., Greenwood, M., & First, J. (2015). The centrality of communication and media in fostering community disaster resilience: A framework for assessment and intervention. Disaster Prevention and Management, 24(5), 610–627. <https://doi.org/10.1108/DPM-01-2015-0010>

Nielsen, R. K., Fletcher, R., Newman, N., Brennen, J. S., & Howard, P. N. (2020). Navigating the 'infodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/infodemic-how-people-six-countries-access-and-rate-news-and-information-about-coronavirus>

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)

Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>

Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public perception of COVID-19 in China: Focus on the 'Wuhan Virus' narrative. *Journal of Travel Research*, 60(5), 835–853. <https://doi.org/10.1177/0047287520939300>

Graber, D. A. (2001). *Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age*. University of Chicago Press. (pp. 125–130).

Graber, D. A. (2001). *Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age*. University of Chicago Press. (pp. 131–142).

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News Values Revisited (Again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News Values Revisited (Again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

Liu, Q., & Son, H. (2025). Simpson's Paradox of social media opinion's response to COVID-19. *Frontiers in Public Health*. <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2025.1448811/full>

Ngai, C. S. B., Singh, R. G., Lu, W., & Koon, A. C. (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 Research*, 22(8), e21360. <https://www.jmir.org/2020/8/e21360/>

De Blasio, E., & Selva, D. (2021). COVID-19 in Italy: Performing power and emotions. *Frontiers in Political Science*, 3, 661378. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.661378>

Shao, A., Chen, K., Johnson, B., & Miranda, S. (2025). Ubiquitous News Coverage and Its Varied Effects in Communicating Protective Behaviors to American Adults in Infectious Disease Outbreaks: Time-Series Study. *Journal of Medical Internet Research*, 27(1), e64307. <https://www.jmir.org/2025/1/e64307/>

Liu, S., Yu, B., Xu, C., Zhao, M., & Guo, J. (2022). Characteristics of collective resilience and its influencing factors from the perspective of psychological emotion: A case study of COVID-19 in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(22), 14958. <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/22/14958>

Solovei, A., van Weert, J. C. M., & van den Putte, B. (2024). Patterns of News Consumption during the COVID-19 Pandemic Crisis: A 2.5 Year Longitudinal Study in the Netherlands. *Journalism Studies*, 25(1), 45–64. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2407944>

Madhubhashini, G. T. (2021). The role of television as an educational medium in empowering rural students in Sri Lanka during COVID-19 pandemic. Open University of Sri Lanka.

UNESCO. (2021). Public service broadcasting in the time of COVID-19: Impact and responses. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377072>

Bucher, H., & Schumacher, P. (2020). Avoiding the news during crisis: Exploring news avoidance behavior in the COVID-19 pandemic. *Journalism Studies*, 21(12), 1665–1682.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809436>

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.

Katz, E., & Blumler, J. G. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage Publications.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. University of Oxford.  
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

KhosraviNik, M. (2020). The Coronavirus pandemic and the emergent forms of online political discourse: A critical discourse analysis. *Journal of Language and Politics*, 19(5), 684–708.  
<https://doi.org/10.1075/jlp.20044.kho>

Dong, J., Dong, S., & Buckingham, L. (2023). A discourse dynamics exploration of terminology for Covid-19 in professional and public discourse: A frame-based approach. *Terminology*, 29(2), 215–242. <https://doi.org/10.1075/term.00070.don>

Krishnan, N., Gu, J., & Tromble, R. (2021). Research note: Examining how various social media platforms have responded to COVID-19 misinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*.  
[https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2021/12/krishnan\\_social\\_media\\_covid\\_19\\_20211215.pdf](https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2021/12/krishnan_social_media_covid_19_20211215.pdf)

Perreault, M. F., & Perreault, G. P. (2021). Journalists on COVID-19 journalism: Communication ecology of pandemic reporting. *American Behavioral Scientist*, 65(7), 976–991.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764221992813>

World Health Organization. (2020). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation. WHO.  
<https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic>

Harvard T.H. Chan School of Public Health. (2021). The media's role in COVID-19: Negative coverage and public perception. Harvard University. <https://www.hsph.harvard.edu/news/hsph-in-the-news/why-so-much-covid-coverage-was-negative>

Pew Research Center. (2021). Americans, politics and the pandemic: How partisan divisions shaped responses to COVID-19. <https://www.pewresearch.org/politics/2021/03/03/americans-politics-and-the-pandemic>

- Reporters Without Borders. (2022). RSF 2022 round-up: Global censorship and information control during the COVID-19 pandemic. Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/rsf-2022-round-global-censorship-covid-19>
- Cohen, Y. (2024). COVID-19 and Public Information: Communication and Management of Pandemic. Routledge.
- Goffman, E. (1974). Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. Journal of Communication, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Almahallawi, W., & Abdul Rahim, N. R. A. (2022). Framing of Covid-19 Pandemic News in Malaysian Local Newspapers. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 38(1), 1–20.
- Duan, R. (2024). The Nexus Between COVID-19 and Climate Change in US Newspapers: A Content Analysis. Journalism Practice. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2403531>
- Forman, R., Shah, S., Jeurissen, P., Jit, M., & Mossialos, E. (2021). COVID-19 vaccine challenges: What have we learned so far and what remains to be done? Health Policy, 125(5), 553–567. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0168851021000853>
- Thomas, T., Wilson, A., Tonkin, E., & Miller, E. R. (2020). How the media places responsibility for the COVID-19 pandemic—An Australian media analysis. Frontiers in Public Health, 8, 483. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2020.00483/full>
- Shaw, D., & Green, M. (2021). COVID-19 and the transformation of global public health governance. In R. Biekart & K. Miklian (Eds.), The Future of Global Governance after COVID-19 (pp. 55–74). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003135970-5>
- Kim, H. K., & Kreps, G. L. (2022). Positive messaging during the COVID-19 pandemic and its impact on vaccine acceptance: A framing perspective. Health Communication, 37(5), 562–571. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1888433>
- Scharfbillig, M., Allegra, A., & Brossard, D. (2024). Trust in science for policy nexus. Joint Research Centre, European Commission. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC141424>
- Addo, I. Y. (2020). Double Pandemic: Racial Discrimination amid Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). Social Sciences & Humanities Open, Elsevier.
- Chmel, K., Klimova, A., & Savin, N. (2021). The Effect of Risk Framing on Support for Restrictive Government Policy Regarding the COVID-19 Outbreak. PLOS ONE, 16(10). <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0258132>