



مجلة خليج العرب

للدراسات الإنسانية والاجتماعية

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

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

أستاذ الدكتور حسن حبيبي¹

Prof. Hassan Habibi

(أستاذ في الأعلام والاتصال والصحافة والفن)

الباحث بختيار فرج²

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/agihss244>



مجلة خليج العرب للدراسات الإنسانية والاجتماعية © 2025 / تصدر من مركز السنابل 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/>

الملخص:

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

تستند الدراسة إلى مقاربة تحليلية نقدية، توظف عدداً من النماذج النظرية المعاصرة، كنظرية التأثير الإعلامي

(Media Framing)، ونموذج دوريس غربر في معالجة الأزمات إعلامياً، إلى جانب مراجعة تطبيقية لمعايير الخبر كما وضعها هاركب 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 الصحفية ومكافحة الشائعات، إلى جانب التحديات المهنية والأخلاقية التي واجهت المؤسسات الإعلامية في ظل ضغوط زمنية وسياسية ومعرفية غير مسبوقة. كما تسلط الضوء على الأنماط المختلفة للتأثير الإعلامي، وانعكاساتها على فهم الجمهور لأبعاد الجائحة والاستجابة لها.

تلخص الدراسة إلى أن بناء إعلام فعال في سياقات الكوارث يتطلب تطوير سياسات تحريرية مسؤولة، وتعزيز الثقة المهنية والأخلاقية للصحفيين، وإرساء شراكة معرفية بين الإعلام والمجتمع والسلطات الصحفية. 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، التأثير 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

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

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 التماส克 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 بالدقابة، وتجنب التضليل، وتقديم المعلومات ضمن سياقها العلمي والاجتماعي الصحيح. ويغدو دور الإعلام خلال الأزمات مسؤولة 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 الجماعي 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 تشكل 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 مجم لغوي طاري مرتبطة 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 المقترنة؟

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

الوظائف المحورية للإعلام في سياق الأزمات

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

وفي هذا الإطار، لا يمكن فصل الأداء الإعلامي عن مفاهيم الشفافية والمصداقية 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 يُحتمّ عليها الالتزام بأعلى معايير الدقة والمصداقية. ويشمل ذلك التحقق المستمر من صحة المعلومات، وتقييمها بلغة مبسطة وواضحة تسهل على الجمهور فهمها واتباعها (Coombs, 2007). وخلال جائحة كوفيد-19، اضطاع 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 يُهين المجتمعات ذهنياً ونفسياً للتعامل مع الطوارئ قبل وقوعها. ويتجسد هذا الدور في حملات توعوية تهدف إلى تعليم الجمهور كيفية التصرف في حالات مثل الزلزال أو الحرائق أو الأوبئة. وتوكّد أدبيات إدارة الكوارث، كما ورد في كتاب مبادئ التخطيط والإدارة في حالات الطوارئ للبروفسور ديفيد ألسندر - استاذ بريطاني في إدارة الكوارث والطوارئ بجامعة لندن - الصادر عام 2002، أن المجتمعات التي تحظى بإعلام توعوي استباقي تتمنع بقدرة أعلى على الصمود والمرونة (Alexander, 2002). وتدلل التجربة اليابانية في زلزال عام 2011 على ذلك، حيث ساهمت الحملات التوعوية المنقظمة في تقليل الخسائر البشرية مقارنة بدول لم تعتمد على هذا النوع من الإعلام التقييفي الممنهج.

3. تعزيز الحوار العام والتماسك المجتمعي.

غالباً ما تُفضي 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، وممثلين المجتمع المدني، والمواطنين على حد سواء. وقد أكدت دراسات الباحثين سيفر وسيلنو عام 2016، كما ورد في كتابهما سرديات الأزمة: حكايات عن الخراب والتجدد، أن الإعلام المهني والمنفتح على التعددية يسهم في تعزيز الثقة الاجتماعية، وتفوّقية نسيج التماسك المجتمعي، من خلال خلق مساحات حوارية تراكم الفهم المشترك وتقلل من حدة الانقسام (Seeger, 2016).

4. تعينة الموارد ودعم جهود الإغاثة.

يتحول الإعلام، في أوقات الكوارث والأزمات، إلى أداة حيوية لتعينة الموارد وتنسيق جهود الإغاثة. فمن خلال تسليط الضوء على أوضاع المتضررين، يسهم في تحفيز حملات التبرع وتنوير وصول المساعدات إلى الفئات الأكثر هشاشة. كما يؤدي دوراً محورياً كحلقة وصل بين الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية، مما يعزز من كفاءة الاستجابة الإنسانية. وتنظر تجربة انفجار مرفأ بيروت عام 2020 كيف ساعدت التغطية الإعلامية المكثفة على تربع تدفق المساعدات داخلياً ودولياً، كما ورد في تقرير الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر (IFRC) ، الذي أكد أهمية الإعلام كقوة محفزة في اللحظات الحرجة (2020).

5. دعم السلطات وتعزيز الشفافية والمساءلة.

لا يُعد الإعلام خصماً للسلطات في أوقات الأزمات، بل يُمثل شريكاً استراتيجياً في دعم التدخلات الرسمية وتعزيز فعاليتها. فهو يؤدي دوراً مزدوجاً فمن جهة، يسهم في إيصال الرسائل الحكومية والتوجيهات الصحية إلى الجمهور بشكل واضح وفعال؛ ومن جهة أخرى، يمارس دوراً رقابياً نقلياً يضمن مساءلة صانعي القرار، دون أن يُعيق سير إدارة الأزمة. وتشير 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 دوراً محورياً في تشكيل الانطباعات العامة حول أداء المؤسسات خلال الأزمات، إذ يمكنه أن يعزز الثقة الشعبية أو يُقوضها، وذلك بحسب مستوى التوازن والموضوعية في التغطية. فعندما يركّز الإعلام على إبراز الإنجازات المؤسسية وكفاءة الاستجابة الرسمية، يسهم في رفع منسوب الثقة العامة ويفوز المواطنين على الالتزام بالإرشادات. وفي المقابل، فإن التناول النقدي للبناء للأخطاء لا يُعد تقويباً، بل يُمثل جزءاً أساسياً من ممارسات الشفافية والمساءلة، ويسهم في تصحيح المسار وتعزيز جودة الاستجابة.

7. إدارة البيانات وتحليل المعلومات.

تنامي في الآونة الأخيرة دور الإعلام كمصدر رئيسي لتحليل البيانات وتبسيط الأرقام المعقدة خلال الأزمات. فمن خلال أدوات التصور البصري والتقارير التفاعلية، أصبحت وسائل الإعلام تُنتج خرائط بيانية وجداول إحصائية توضح للمواطنين وصياغ القرارات ملامح تطور الأزمة. ومن أبرز الأمثلة على ذلك كانت لوحة تتبع كوفيد-19 التي أطلقها 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 والإذار 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. وبالاستعانة بأدوات الذكاء الاصطناعي وتقنيات تحليل الاتجاهات، بات الإعلام قادرًا على اكتشاف الأنماط التي قد تُنذر بحدوث أزمة وشيكة، سواء كانت بيئية أو صحية أو اجتماعية. فعلى سبيل المثال، أطلقت وكالات مثل روبيترز (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 لاستجابات الإنسانية (Beckett, 2020).

9. تعزيز القدرة المجتمعية على الصمود.

تُعد قدرة المجتمعات على الصمود إحدى الركائز الأساسية لفعالية إدارة الأزمات، ويضطلع الإعلام بدور محوري في دعمها وتعزيزها. فمن خلال ترسیخ ثقافة الوقاية، وتسلیط 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 أثارت عن تأهيلآلاف المتطوعين في أقل من عام، مما عزز الجاهزية المجتمعية وساهم في بناء ثقافة الاستعداد والتضامن (Houston, 2015).

في ضوء هذه الأدوار المتعددة، يتضح أن الإعلام في سياق الأزمات لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يتحول إلى فاعل استراتيجي يسهم في إدارة الحدث، وتعبئة الرأي العام، ومساعدة السلطات، وتعزيز التماسك الاجتماعي. ومن ثم، فإن صياغة سياسات إعلامية فعالة، وتوفير تدريب متخصص للصحفيين على التغطية المهنية والأخلاقية، وضمان التوزيع العادل والوصول المنصف للمعلومة، تُعد 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 امتدت لتشمل تحليل السياسات الصحية، واستعراض تداعيات القرارات الحكومية، وتسلیط الضوء على الإجراءات الوقائية، ومتابعة التطورات الطبية والعلمية المتتسارعة. وقد اضطلع الإعلام خلال هذه المرحلة بدور مزدوج: فمن جهة، ساهم في تنفيذ الجمهور وتعزيز امتحانه للتوجيهات الصحية؛ ومن جهة أخرى، لعب دوراً حيوياً في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاش المجتمعي حول طبيعة الأزمة، ومجالات التعامل معها، وتقدير 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 نقاش 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 بعد، والانكماس 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 التحوّلات السريعة في أولويات الصحافة العالمية، في تراجع ملحوظ لحجم الاهتمام الإعلامي بالجائحة. وفي هذا السياق، تتّوّع أنماط التغطية لتشمل تقارير تحليلية معمقة، وتحقيقات استقصائية حول فعالية اللقاحات، إلى جانب انتقادات لإدارة بعض الحكومات للأزمة، ما يعكس تنقل الإعلام بين أدوار متعددة من التوعية والتنقيف، 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، وتوجيهه 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 وتنوع في المصادر. وقد تميز هذا النوع من التغطية بالاعتماد على معلومات موثوقة صادرة عن جهات علمية معتمدة، مثل منظمة الصحة العالمية والمعاهد الوطنية لمكافحة الأمراض، إلى جانب الاستعانة بخبراء في علم الأولئنة 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 التهويل من خطورة الوضع. وقد ساهم هذا النمط في الحد من انتشار المعلومات المضللة، وبناء الثقة في الجهات الرسمية، وتعزيز مستويات الامتنان المجتمعي، فضلاً عن تقليل حالات الارتكاك والذعر، خاصة في المراحل الأولى من الجائحة (Zarocostas, 2020).

ثانياً، التغطية المتحيزّة أو المضلّلة.

في المقابل، بُرِز نمط من التغطية الإعلامية اتسم بالتحيز السياسي أو الأيديولوجي، حيث قامت بعض المنصات بنشر معلومات خاطئة أو مضلّلة، وتقدّم تقييمات غير دقيقة لمستوى التهديد الصحي. ومن أبرز مظاهر هذا النمط، الترويج لنظريات المؤامرة، كتصنيف الجائحة بأنها "خدعة سياسية" أو "خطف 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 يُخصُّ 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 مباشرًا 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 ترسیخ الصور النمطية، وتعزيز الوصم العنصري، وتصاعد خطاب الكراهية ضد فئات معينة، خاصة ذوي الأصول الآسيوية.

كما شملت هذه التغطية التهويل غير المبني على وقائع، كالادعاء بانهيار الأنظمة الصحية دون أدلة موثوقة، أو بث شائعات حول نفاد الأدوية والمعدات الطبية، مما أدى إلى تفاقم القلق الجماعي، وزيادة مستويات التوتر والضغط النفسي، خصوصاً لدى الفئات الهمشرة والمعرضة للخطر. وتشير 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 الامتنان للإجراءات الصحية، كانت التغطيات المضلّلة أو الكاذبة سبباً في تعميق الأزمات، وخلق تداعيات نفسية واجتماعية ثانوية.

تحولات الخطاب الإعلامي خلال جائحة كوفيد-19

يعد نموذج العالمة 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 طورت جرابر تصوّراً ديناميكياً يرصد تطوير التغطية الإعلامية خلال الفترات الحرجة، عبر ثلاث مراحل متعاقبة: الإبلاغ الفوري (Immediate Reporting)، والتحليل والتفسير (Interpretation & Analysis). (Graber, 2001).

يوفر هذا النموذج إطاراً تحليلياً دقيقاً يُسهم في تفسير كيفية تفاعل الإعلام مع الأزمات المعقّدة والممتدة زمنياً، كما في حالة جائحة كوفيد-19، حيث لا يقتصر الدور الإعلامي على نقل المعلومات، بل يتقدّم ليشمل التفسير وبناء الروايات الجمعية.

وانطلاقاً من هذا النموذج، يمكن تتبع كيفية تجسد هذه المراحل الثلاث في التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كوفيد-19، حيث يظهر الواقع الإعلامي توافقاً واضحاً مع البنية التي اقترحتها جرابر.

وفيما يلي استعراض لكل مرحلة على حدة:

أولاً: مرحلة الإبلاغ الفوري.

تميزت مرحلة الإبلاغ الفوري ببث الأخبار العاجلة وال مباشرة حول عدد الإصابات والوفيات، وتوجيهات السلطات الصحية، مع اعتماد مكثف 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 وطمأناته نسبياً، غير أن تغليب الطابع الكمي للمحتوى، والإفراط في استخدام العناوين المقلقة، أدى 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 تطور الأزمة وتعقد أبعادها، انتقل الخطاب الإعلامي من التغطية الحديثة إلى التحليلية، مركزاً على فهم السياقات والأثار 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 تفشي 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، تحول التركيز الإعلامي نحو تحليل ما بعد الأزمة، بما في ذلك مستقبل أنظمة الرعاية الصحية، وتحولات سوق العمل والتعليم عن بعد، ومدى استعداد الدول لمواجهة أوبئة مستقبلية. وأصبح الإعلام منصة لمساءلة السياسات، وتسلیط الضوء على التغيرات البنوية في البنية الصحية والاجتماعية، وطرح تصورات لإعادة بناء الأولويات العامة بعد الأزمة. (Graber, 2001)

يكشف تطبيق نموذج جرابر على جائحة كوفيد-19 عن تحول جوهري في وظائف الإعلام من مجرد ناقل للمعلومة إلى فاعل بنائي مؤثر في تشكيل إدراك الأفراد وتوجيه الرأي العام والسلوك المجتمعي. ففي كل مرحلة، لعب الإعلام أدواراً مركبة: فهي مرحلة الإبلاغ العاجل، ساهم في رفع الوعي، لكنه عزّز أيضاً الهلع الجماعي نتيجة التركيز المفرط على التهديد. أما في مرحلة التحليل، فقد وفرَ أرضية لفهم، ولكنه أطلق العنوان للاستقطاب والخطابات المتعارضة. وفي المرحلة الأخيرة، أظهر الإعلام قدرة على الانحراف في نقاشات بناءة واستشرافية، تفتح 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 بجلاء ديناميكيات العمل الإعلامي في سياق الطوارئ الصحية، ليس فقط على مستوى كثافة التغطية، وإنما أيضاً من حيث طبيعة المحتوى والمعايير التحريرية التي وُظفت في إنتاجه. وفي هذا الإطار، يُمثل النموذج الذي طرّحه الباحثان البريطانيان توني هاركب (Tony Harcup) وديدرى أونيل (Deirdre O'Neill) عام 2017، إحدى أبرز المقاربات النظرية لفهم المعايير الخبرية في العصر الرقمي. فقد طرّح الباحثان قائمة تضم خمسة عشر معياراً تعكس التحوّلات الجوهرية في الممارسة الصحفية، متداوّلةً النماذج التقليدية التي ركّزت على عناصر كالقرب الجغرافي، أو شهرة الأشخاص، أو حجم الحدث. (Harcup, 2017)

وقد وفر نقاشيجائحة كوفيد-19 بيئةً مثاليةً لاختبار كيفية تفاعل المؤسسات الإعلامية مع هذه المعايير المُحدثة، 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 بعدها تركيبًا وشموليًا 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، وأدبيات العدو، والتحذيرات الطبية المبكرة. وقد تجلت 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 الصنوف الأمامية. هذا التوجه عزز التنافسية بين وسائل الإعلام، وساهم في تدفق المعلومات بسرعة، وإن كان أحياناً على حساب التحقق العلمي الدقيق.

2. السلبية (Bad News)

هيمنت نبرة القلق والخطر على جزء كبير من التغطية الإعلامية خلال الجائحة، خاصةً من خلال بث مشاهد المستشفى المكتظة، والارتفاع المتزايد في أعداد الوفيات، إلى جانب القصص الإنسانية المأساوية للأسر المتضررة. ويعكس هذا النمط ما تشير إليه الأدباء 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)

شكل 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 الكمامات، وحتى داخل الأوساط العلمية بشأن فعالية بعض العلاجات والتوصيات الصحية. وقد وفر هذا التباين أرضية خصبة للجدل الإعلامي، مما زاد من جاذبية المحتوى الإخباري. غير أن هذا النمط من التغطية لم يكن محايدياً دائمًا، إذ أتسم أحياناً بالطبع الاستقطابي، مما أثر على تماسك الرسائل الصحية ووحدة التوجيهات العامة.

4. عنصر المفاجأة (Surprise)

كان عنصر المفاجأة حاضرًا بقوة في التغطية الإعلامية لجائحة، خاصةً مع التغيرات السريعة وغير المتوقعة في المعرفة العلمية حول الفيروس. من أبرز الأمثلة على ذلك إثبات إمكانية انتقال العدوى من أشخاص لا ظهر عليهم أعراض، وتوالي اكتشاف المتحورات الجديدة، بالإضافة إلى الإنجاز العلمي اللافت في تطوير لقاحات فعالة خلال فترة زمنية وجiza. 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 صيتها قدرة كبيرة على إيصال معانٍ 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 بانجذار رقمي في تداول المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما جعل معيار القابلية للمشاركة عنصرًا حاسماً في تصميم الرسائل الإعلامية. وقد ساهمت المواد التوعوية المبسطة، والمقطع المصورة القصيرة، والقصص الإنسانية التي تسلط الضوء على المعاناة أو البطولة الفردية، في خلق محتوى جذاب يسهل تداوله على نطاق واسع. وتنزّلت 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 المضللة (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 الهدف"، والذي تضمن بث حفلات موسيقية افتراضية، ومبادرات ثقافية وفنية أقيمت عن بُعد، بهدف التخفيف من التوتر النفسي وتقديم بدائل آمنة للترفيه خلال فترات الإغلاق العام. وقد أدت هذه التغطيات دوراً مزدوجاً، تتمثل 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 لجائحة، من خلال تسليط الضوء على قصص شخصية مؤثرة، كشهادات المصايبين، ومعاناة أسر الضحايا، وتضحيات العاملين في القطاع الصحي. وقد ساهم هذا النهج في إضفاء طابع إنساني ملموس على الأزمة، يُعرف في الأدب بـ"الدراما الجمعية"، حيث يتم تأثير الحدث العام من خلال تجارب فردية تُحفز التعاطف، وتعزز التفاعل العاطفي مع الجمهور. لقت تحولت الأرقام والإحصاءات الجافة إلى حكايات واقعية، جعلت من الجائحة تجربة حية تقرأها المجتمعات بعيونها اليومية (De Blasio & Selva, 2021).

9. المتابعة (Follow-up)

فرضت الطبيعة الديناميكية والسرعة التطور لجائحة كوفيد-19 على المؤسسات الإعلامية ضرورة تبني نماذج تغطية دورية ومنهجية توافق المستجدات لحظة بلحظة. وشملت هذه المتابعة المتواصلة البيانات اليومية حول أعداد الإصابات والوفيات، ومستجدات الأبحاث واللاحقات، 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 ترسیخ علاقة يومية بين الجمهور والمحظى 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 للتأثير جائحة كوفيد-19 العميق والشامل على مختلف أبعاد الحياة - الصحية، والتعليمية، والاقتصادية، والاجتماعية - احتلت التغطية الإعلامية موقعاً مركزياً 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، شكلت أخبار الجائحة محوراً رئيسياً للتقارير والتحليلات، ما يعكس الوزن الإخباري العالي الذي حازته في أعين صانعي المحتوى الإعلامي (Shao, 2025).

12. المغزى (Meaningfulness)

لم تقصر الجائحة على التبعات الظاهرة، بل فجرت أيضاً 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 المسلمات والقيم المجتمعية. وقد أضفت هذه النزعة التأويلية والفلسفية بُعداً غير تقليدي على المحتوى الإخباري، حيث أصبح الخبر لا ينقل فقط الواقع، بل يقدم إطاراً لفهم العالم في ظل أزمة غير مسبوقة.

13. المشاهير (Celebrities)

لعبت الشخصيات العامة المشهورة دوراً لافتاً 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 تفاعلاً مع الرسائل

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

14. الإيجابية (Good News)

رغم الطابع المأساوي الذي طبع تغطية الجائحة، لم تغب القصص الإيجابية عن المشهد الإعلامي، إذ بُرِزَت تقارير عن حالات الشفاء، وإنجازات العلمية في تطوير اللقاحات، والتجارب الإنسانية الناجحة في التضامن المجتمعي. وقد أدت هذه التغطيات وظيفة نفسية ضرورية في خلق توازن انساني، 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 بعد. لم يكن هذا التحول مؤقتاً فحسب، بل أعاد تشكيل البنية التحريرية وأساليب إنتاج الأخبار، مما يعكس أثراً طوياً 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 هاركب وأونيل أن التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد-19 تجاوزت كونها انعكاساً سلبياً للواقع، لتحول 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 الأخبار، والتثقيف، والتعبئة المجتمعية، في لحظة استثنائية اتسمت بالغموض والقلق العام.

دور التلفزيون المحوري أثناء جائحة كوفيد-19

سلطت 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، برع التلفزيون كمنصة جامعة، لم تقتصر وظيفتها على نقل المعلومات، بل امتدت لتشمل التأثير في السلوك الجماعي، 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، شكل التلفزيون المصدر الأول للملايين من المواطنين الباحثين عن معلومات دقيقة وتوجيهات موثوقة حول التدابير الوقائية، كارتداء الكمامات، والتبعاعي الجنسي، 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 والحجر.

ولعب هذا المحتوى دوراً في تحسين الصحة النفسية للفئات الأكثر هشاشة، كالمسنين، والأطفال، والمرضى المزمنين، من خلال تقديم تجربة وجاذبية جماعية تعزز الإحساس بالانتماء والاستقرار. كما أسهم التلفزيون في تقوية الروابط العائلية من خلال محتوى يشاهد جماعياً داخل البيوت، مما وفر بيئة آمنة ومشتركة للتسلية والتفاعل المجتمعي في ظل غياب الحياة العامة.

• التلفزيون كوسيلة بديلة لدعم التعليم عن بُعد.

في ظل الإغلاق الشامل 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 برنامج تعليمي موجهة لمختلف المراحل الدراسية، مما ساعد على تقليص فجوة الوصول إلى التعليم بين الطبقات الاجتماعية. هذا النموذج ممكن من تحقيق درجة من العدالة المعرفية خلال فترة الانقطاع القسري، وأسهم في الحد من تفاقم الفوارق التعليمية الناتجة عن عدم المساواة في الوصول إلى التعليم الرقمي (Madhubhashini, 2021).

• وسيلة لتعزيز التماسك الاجتماعي ومعالجة القضايا المجتمعية.

لعب التلفزيون دوراً فاعلاً في ترسير 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 والتغريغ النفسي الجماعي. كما ساهمت الحملات التلفزيونية، التي نظمت 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.

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

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

احتياجات الإنسان المعرفية/الإعلامية

تعد دراسة سلوك الأفراد في استهلاك الأخبار عنصراً أساسياً في فهم العلاقة المركبة بين الإعلام وإدارة الأزمات، ولا سيما خلال الكوارث الصحية الممتدة، كما هو الحال في جائحة كوفيد-19. وفي 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، يصبح تحليل دوافع استهلاك الأخبار، واستكشاف أسباب تجيئها، خطوة مركزية لفهم فعالية التواصل الصحي خلال الأزمات. ويتحقق هذا التحليل بسؤال إشكالي جوهري: كيف تؤثر كثافة المعلومات، وسرعة تداولها، ومستوى موثوقيتها، في استجابة الجمهور للتوجيهات الرسمية ودرجة التزامه بها؟ يبرز هذا التساؤل الطبيعة المعقّدة للعلاقة بين الحاجة إلى المعرفة من جهة، والرغبة في تفادي فرط التعرض للمحتوى الإعلامي من جهة أخرى، وهي معادلة تتعكس بوضوح في ظاهرتين بارزتين: الإشباع المعلوماتي (Information Overload) وتجنب الأخبار (News Avoidance) (Bucher & Schumacher, 2020).

ومع التحوّلات المتتسارعة في البيئة الرقمية، وتعدد المنصات الإعلامية، لم يعد استهلاك الأخبار سلوكاً عفوياً أو محايداً، بل أصبحت ممارسة انتقائية تحدّد عبر تفاعلات معقدة بين عوامل معرفية ونفسية واجتماعية. فقد بات الأفراد يميلون إلى انتقاء المصادر والمصادر المضامين التي تتناغم مع احتياجاتهم الذاتية، لا سيما على المستويين العاطفي والمعرفي، في ظاهرة يشار إليها في الأدبيات الإعلامية بمفهوم "التعرّض الانقائي".

وفي هذا السياق، يعيش الإنسان المعاصر صراغاً داخلياً 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 ومتشعبه، مما يؤدي إلى حالة من القلق والتشتت، وقد يصل الأمر أحياناً 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 لاحقاً في إطار نظريات مثل "الاستخدامات والإشباعات" و"التعرض الانتقائي"، التي تؤكد أن الأفراد يتجهون إلى المحتوى الذي يُشبع أهدافاً محددة، كالحصول على المعلومة، أو تحقيق الطمأنينة النفسية، أو تعزيز الانتفاء الاجتماعي، أو الهروب المؤقت من الواقع الضاغط (Lazarsfeld & others, 1948).

يشير الباحثان كاتز وبلومر في عام 1974، في إطار نظرية "الاستخدامات والإشباعات"، إلى أن المتلقين لا يستهلكون المحتوى الإعلامي بصورة عشوائية، بل يدركون دوافعهم الذاتية عند اختيارهم لنوعية المحتوى. في بينما يسعى بعض الأفراد إلى تحقيق أهداف معرفية أو تعميق الانحراف المجنمعي، يلجم آخرون إلى متابعة الأخبار بهدف التسلية، أو لخفيف القلق الداخلي. ومن منظور "التعرض الانتقائي" يرتبط انتقاء المحتوى الإعلامي بالمواصفات الفكرية والميول القبلية؛ إذ يميل الأفراد إلى اختيار الرسائل التي تُعزّز قناعاتهم وتعيد تأكيد منظوماتهم القيمية، في حين يتجنّبون ما يتعارض مع هذه القناعات (Katz & Blumler, 1974).

وبعد استعراض دوافع الاستهلاك الإعلامي، يصبح من الضروري التوسيع في تحليل الديناميكيات النفسية والاجتماعية التي تفسّر 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 الانغمار المستمر في تدفق معلوماتي كثيف وغير منقطع.

إن هذا التدفق المتتسارع للمحتوى الإعلامي، لا سيما ذلك المشحون بالعنواني 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 يُقوض 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 تعقيداً وخطورة.

استجابةً لهذا الضغط المعرفي والعاطفي، يلجم بعض الأفراد إلى "تجنب الأخبار" كآلية دفاع نفسية تهدف إلى حماية التوازن الداخلي. إذ لا يعني هذا السلوك بالضرورة غياب الاهتمام، بل يعبر عن وعي متزايد بخطر الانغماس المفرط في محتوى يثير القلق، ويعمق الإحساس بالعجز. وفي هذا السياق، كشفت دراسات ميدانية أن الأفراد الذين يتعرّضون بشكل متكرر لعنواني مقلقة، تتصل بمعدلات الوفيات، أو انهيارات اقتصادية، أو تفكك اجتماعي، يُصبحون أكثر عرضة للانسحاب من متابعة الأخبار، إما جزئياً أو كلياً.

وعلى صعيد آخر، ساهمت البيئة الرقمية المعاصرة في تكثيف هذا التوتر، إذ بات استهلاك الأخبار غير مرتبط بالاختيار الوعي فقط، بل أصبح كثيراً 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 بكتابته، مما يزيد من عبء الانتباه ويساهم في استنزاف القراءات 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، وتعيد رسم حدود العلاقة بين المتأثر 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 التأثير 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 الإشاعات المعلوّماتية وتجمّب الأخبار، يصبح من الضروري بلوحة أفق إعلامي جديد قائم على التمكّن المعرفي، والتواصل الشفاف، وإعادة تعريف العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور كشراكة معرفية في خدمة الاستجابة الجماعية الوعائية المستدامة.

دور الإعلام في تشكيل المعجم اللغوي الطارئ لجائحة كوفيد-19

شهد الخطاب العام، خلال جائحة كوفيد-19، تحوّلاً لغوياً نوعياً تمثّل 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 وتنبّيّتها داخل البنية الإدراكية للمجتمعات، مما أفضى إلى تشكّل "معجم استثنائي" يعكس واقع الأزمة ويمتد إلى المجالين المؤسسي واليومي.

لقد ساهمت التغطيات الإخبارية، عبر مختلف الوسائل، في ترسّيخ مجموعة من المفاهيم التي لم تكن مألوفة قبل الجائحة، مثل "التباعد الاجتماعي"، "والإغلاق الكامل"، "والعزل 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 المجرّد والجمهور العام، من خلال تبسيط مصطلحات معقدة مثل "تّوّر الفايروس"، "وفعالية 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 موحدة 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 المستخدمين الرسمي والشعبي، مثل مصطلح "مناعة القطيع" (herd immunity) في بريطانيا، و"الفقاعة الاجتماعية" (social bubble)، و"شهادة التنقل" (attestation de déplacement) في فرنسا، و"المنطقة الحمراء" (zona rossa) في إيطاليا، و"السانميتسو" (Sanmitsu) في اليابان، الذي يستخدم للدلالة على أماكن الخطر الثلاثة وهي المغلقة، والمزدحمة، والضعيفة التهوية (Dong & others, 2023).

وقد تجاوز ترسّيخ هذه المفردات بعد التداولي ليبلغ المؤسسات اللغوية نفسها، حيث سجّلت قواميس رسمية تحديّثات لغوية غير مسبوقة، حيث أضاف قاموس أكسفورد أكثر من 40 مصطلحاً مرتبّاً 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 ترسّيخ المفاهيم الصحية وتعزيزها على نطاق عالمي، وذلك عبر استخدام تعبيرات مثل، ابق في المنزل (#StayHome)، وتسطيح المنحنى (#FlattenTheCurve)، وحياة الحجر الصحي (#QuarantineLife).

كما قامت منصات أخرى مثل تيك توك (TikTok) ويوتيوب (YouTube) بدور تبسيطي حاسم، من خلال مقاطع مصوّرة تشرح مفاهيم مثل اختبار تفاعل البوليميراز المتسلسل (PCR test)، وعديم الأعراض (asymptomatic)، وتنبّع المخالطين (contact tracing)، باستخدام لغات بصرية وشروحات مبسطة، مما ساعد على إيصال المحتوى العلمي إلى شرائح عمرية متعددة 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، ووحد القاموس المفاهيمي العالمي، وجعل من المصطلحات الصحية أدوات للضبط الاجتماعي والتوجيه السلوكي، إضافة إلى كونها مرآيا ثقافية تعبر عن كيفية استقبال المجتمعات للأزمة وتفاعلها معها.

ومن هنا، يمكن 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 تحول إلى سلطة رمزية تشكّل الوعي العام وتُحدّد أنماط الفعل الجماعي.

التحديات البنوية والمهنية التي واجهت وسائل الإعلام خلال جائحة كوفيد-19

شكلت جائحة كوفيد-19 اختباراً بنوياً ووظيفياً غير مسبوق لوسائل الإعلام المعاصرة، إذ وضعتها في صلب مشهد اتصالي متقلب، يتطلب الاستجابة الفورية لمستجدات صحة معقدة، دون التغريط في المبادئ المهنية أو القيم الأخلاقية التي تحكم العمل الصحفى. ففي لحظة تفجّر 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 ك وسيط معلوماتي، حين يتحول إلى طرف مشارك في إدارة الأزمة وتهيئة الرأي العام.

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

- أولاً، التحديات المهنية والإعلامية.

شكلت جائحة كوفيد-19 اختباراً مفصلياً لوسائل الإعلام في قدرتها على التعامل مع أزمة صحية غير مسبوقة من حيث ضخامة المعلومات، وتسرّع وتيرة الأحداث، وتعقيد الرسائل الصحية المتداولة. إذ واجه الإعلام تحديات مركبة، توزعت بين إشكاليات مهنية وتقنية و سياسية، كان من أبرزها صعوبة نقل المعلومات الطبية الدقيقة بلغة مبسطة ومفهومه دون الوقوع في فخ التهويل أو التحريف. فقد وجد الصحفيون أنفسهم مطالبين بتتبسيط مفاهيم علمية متخصصة لجمهور غير متجانس من حيث الخلفية المعرفية والثقافية، ما أدى في كثير من الأحيان إلى حالات سوء فهم جماهيري، انعكسـت في سلوكيات مثل التردد فيأخذ اللفاح أو التمسـك بعلاجات غير مثبتـة علمـياً.

ومن التحديات المركزية التي واجهت الإعلام ما عُرف بجائحة المعلومات (Infodemic)، وهو المصطلح الذي تبنته منظمة الصحة العالمية للإشارة إلى القيسان المتوازي من المعلومات الدقيقة والمغلوطة، والذي أعاد قدرة الجمهور على التمييز بين المصادر الموثوقة وتلك الزائفة. في هذا السياق، أصبح التحدي الماثل أمام وسائل الإعلام هو تحقيق توازن دقيق بين ضرورة التحذير المشروع من المخاطر الصحية، وبين تجنب إثارة الذعر الجماعي، وهي معادلة لم تنجح 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 والعليا، في مقابل تهميش شبه كامل لتجارب الفئات الضعيفة والمهمشة مثل العمال غير النظامية، والمهاجرين، وكبار السن. وتشير العديد من الدراسات إلى أن الخطاب الإعلامي في العديد من الدول انحاز إلى سردية "الحكومة الرشيدة"، بينما هيمشت سردية اللامساواة الاجتماعية والتفاوت في فرص الوصول إلى الرعاية الصحية.

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

أما على مستوى الأداء التحريري، فقد بُرِزَ تفاوت ملحوظ بين المنصات التي اعتمدت الصحافة الاستقصائية كأداة للتحقيق والتقصي، 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 تحسناً واضحاً. 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 امتداداً له. ففي الولايات المتحدة مثلاً، أظهرت وسائل الإعلام الليبرالية مثل سي إن إن (CNN) ميلاً واضحاً نحو انتقاد الإدارة الفيدرالية في تعاطيها مع الجائحة، في حين سعت وسائل الإعلام المحافظة كـ (Fox News) إلى التقليل من خطورة الفيروس والتشكيل 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 تحول ارتداء الكمامة وتلقي اللقاح من ممارسات صحية إلى مؤشرات على الانتقام 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 المعقّدة، التي وضعت الصحفيين والمؤسسات الإعلامية أمام قرارات حساسة تمسّ مبادئ الخصوصية، والشفافية، والعدالة، والمسؤولية الاجتماعية. فقد أظهرت الأزمة هشاشة المعايير الأخلاقية في لحظات الطوارئ، وعمقت الحاجة إلى ممارسة مبادئ الالتزام الأخلاقي ضمن بيئة إعلامية مضغوطّة سياسياً ومعرفياً.

أولى هذه التحديات تمثلت 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 تتعلق بتنقييد الوصول إلى المعلومات، حيث لجأت بعض الحكومات إلى احتكار البيانات الصحية ومنع تداولها، مما أعاد إمكانية إجراء تحقيقات صحافية مستقلة. وفي كلٍ من الصين وال مجر، تم اعتقال صحفيين لمجرد نشرهم تقارير تخالف الروايات الرسمية للدولة بشأن تطورات الجائحة، وذلك وفقاً لتقرير صادر في عام 2022 عن منظمة مراسلون بلا حدود (Reporters Without Borders). وقد أثار هذا التوجه مخاوف جدية من تأكل المساءلة الإعلامية، وظهور ما يُعرف بظاهرة "المصدر الوحيد"، بما يعكس أزمة ثقة متفاقمة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية (Reporters Without Borders, 2022).

كما طرحت تساؤلات أخلاقية حادة حول الخطاب الإعلامي التميزي الذي وُجه أحياناً ضد الفئات المهمشة. فقد لعبت بعض وسائل الإعلام دوراً في ترسیخ الصور النمطية العنصرية، لا سيما ضد الأفراد ذوي الأصول الآسيوية، حيث تبنت مؤسسات إعلامية بارزة توصيفات مثل "الفيروس الصيني"، ما ساهم في تأجيج خطابات الكراهية، وارتفاع معدلات العنف الرمزي والمادي بحق الأقليات في الولايات المتحدة وأوروبا. ويعد هذا الانزلاق خرقاً مباشراً للمواقيع المهنية التي تؤكد على احترام الكرامة الإنسانية، وتدين 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 عمليّة محفوفة بالضبابية، خاضعة لنقدارات 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 نصّورات الجمهور، ونوجيه سلوكهم الجماعي، ورسم معالم استجابتهم للمخاطر. غير أن هذا الدور التكويني يفرض على الإعلام مسؤوليات أخلاقية مضاعفة، تستدعي وعيّاً مهنياً رفيعاً، والتزاماً حقيقياً بميثيق الشرف الصحفي، خاصة في أوقات الأزمات العالمية العابرة للحدود.

ختاماً، تبرز الحاجة الملحة إلى مراجعة السياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية لحقوق الإنسان، وأخلاقيات المهنة، وتحقق توافزاً دقيقاً بين الشفافية وخصوصية الأفراد، وبين حرية التعبير ومواجهة خطاب الكراهية، وبما يعزز التوعي 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.

التأثير 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 تحولت إلى فاعل بنوي محوري يساهم بفاعلية في تشكيل الإدراك الجماعي وتوجيه الرأي العام. فقد اضطاعت المؤسسات الإعلامية، في هذا السياق، بدور مرگب يجمع بين الوظيفة الإخبارية التقليدية، ووظيفة تأثير الحدث بشكل يؤثر مباشرة على الطريقة التي يفهم بها الواقع ويُفسّر ضمه.

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

الجذور النظرية لنموذج التأثير الإعلامي

يُعد مفهوم التأثير الإعلامي من أبرز المفاهيم التفسيرية في حقل دراسات الإعلام والاتصال، لما ينطوي عليه من قدرة تحليلية لفهم آليات اختيار وتقدير المعلومات ضمن سياقات دلالية موجهة. ويفصل بالتأثير الإعلامي الطريقة التي يتم عبرها التركيز على جوانب معينة من الواقع وتهميش أخرى، بحيث يعاد 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 قدم 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 يعتبر جديراً بالاهتمام، وما يُصنَّف 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 عَرَّفَ التأطير بأنه: "اختيار بعض جوانب الواقع وتسلیط الضوء عليها داخل النص الإعلامي بطريقة ترَوْج لتفسير معين للمشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم واقتراح حلول لها". وقد اقترح روبرت إنتمن أربع وظائف رئيسية تكون 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 تفاعلـت بشكل ديناميكي في إنتاج الأطر الإعلامية التي صاغت إدراك الجمهور للأزمة، كما يلي:

• تعريف المشكلة

في بداية الجائحة، تعددت التمثيلات الإعلامية لطبيعة الأزمة. فقد ركزت بعض المؤسسات الإعلامية على البعد الصحي، مقدمة الجائحة باعتبارها تهدىء مباشرًا للصحة العامة، يتطلب استجابة طيبة عاجلة. في المقابل، سلطت 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 متباعدة جزرياً لطبيعة المشكلة.

• تفسير الأسباب.

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

• اقتراح الحلول.

انسقت الحلول المقترحة في الخطاب الإعلامي مع طريقة تأطير المشكلة وتفسير أسبابها. ففي حين دعت بعض المنابر إلى الإغلاق الصارم وتبنّي الإجراءات الصحية بحزم، ركزت وسائل أخرى على ضرورة مراعاة الحرّيات الفردية والأثر الاقتصادي. كما تنوّعت الأطر الإعلامية في تأطير اللقاحات؛ فيبينما احتفت بها وسائل إعلام علمية كمخرج ضروري، روجت بعض المنصات، خاصة في الفضاء الرقمي، لنظريات مؤامرة غدت الشكوك والتردد المجتمعـي، مما أثر سلباً على نسب النافذـة.

• تقييم التداعيات.

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

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

أنماط التأثير الإعلامي

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

وقد صنف الباحثان التأثير 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)

يركز هذا النمط التأثيري على إبراز الخلافات والتوترات بين مختلف الفاعلين، سواء السياسيين أو المؤسسيين أو الدوليين. ويقوم على تصوير الحدث بوصفه ساحة صراع تواجه فيها الأطراف المتنازعة، من قبل الحكومات والمعارضات، أو العلماء وصناعة القرار، أو حتى بين الدول الكبرى المتباينة لاتهامات. 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 التأثير في تسييس الأزمة، وفي تغيير 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 تسلط الضوء على القصص الفردية والتجارب الشخصية المرتبطة بالحدث. خلال 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 سهل 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 تسلط الضوء على مؤشرات التدهور المالي، مثل الانكماس، وارتفاع معدلات البطالة، وتعطل سلاسل الإمداد، وتراجع الناتج المحلي الإجمالي.

وفي سياق جائحة كوفيد-19، تكرّس هذا الإطار في تغطيات تناولت الخسائر الحادة التي لحقت بسوق العمل، والانهيارات 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 التأثيري 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)

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

وخلال جائحة كوفيد-19، لعب هذا التأثير دوراً محورياً في تغطية قضايا مثل إلزامية اللقاحات، وفرض الكميات، وتحديد من يُمنح الأولوية في العلاج أو التطعيم. وقد استخدم الخطاب الأخلاقي لتأثير النقاش حول "جوازات التطعيم" باعتبارها مأسساً بالحرفيات الفردية أو، على العكس، ضرورة لحماية الصالح العام. كما استثمر هذا الإطار في تناول التفاوتات بين الدول الغنية والفقيرة في الحصول على اللقاحات، حيث طرحت 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 التأثير 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 تحمل الحكومات مسؤولية التأخر في اتخاذ الإجراءات الاحترازية، أو الإخفاق في تجهيز الأنظمة الصحية. كما شملت التغطية انتقادات موجهة إلى منظمة الصحة العالمية بشأن بطال 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، وتغيير الجرعات. يُعد هذا النمط من التأثير أساسياً في توجيه الرأي العام نحو المطالبة بالمحاسبة والشفافية، ويؤثر في الثقة بالمؤسسات الصحية والسياسية. (Thomas & others, 2020).

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

فإطار الذي يختاره الإعلام لا يكتفي بإخبار الجمهور بما يحدث، بل يوجه انتباهه إلى ما يجب أن يفكّر فيه، وكيف يجب أن يشعر ويتصرف. فإذا، فإن دراسة هذه الأنماط ليست مجرد تحليل نصي، بل هي مدخل لفهم القوى الرمزية التي تصنّع الإدراك الجمعي وتوجه السلوك الاجتماعي، خاصةً 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 بالفاعل اللحظي، اتجهت العديد من الدراسات الحديثة إلى تجاوز التصنيفات الكلاسيكية لأنماط التأثير الإعلامي، كما صاغها رواد مثل سيميتوكو وفالكنبورغ عام 2000، نحو مقاربات أكثر مرونة تستوعب التحوّلات النوعية في أساليب السرد الإعلامي. وقد شكلت جائحة كوفيد-19 أرضية خصبة لرصد هذه التحوّلات، إذ ظهرت أنماط تأثيرية جديدة لا تدرج بالكامل ضمن الإطارات التقليدية، بل تعبّر عن تغير في وظيفة الخطاب الإعلامي ذاته، وتدلّ على علاقة أكثر تداخلاً بين الإعلام والإدراك الجمعي (Shaw & Green, 2021).

• إطار الخوف والإثارة (Fear and Sensationalism Frame)

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

"تحوّر فيروسي جيد يُنذر بخطر عالمي محقّق"، و"نظم صحية على وشك الانهيار وارتفاع غير مسبوق في معدلات الوفيات"، تمثّل نماذج بارزة لهذا النمط من التأثيرات القائم على التخويف والإثارة. وقد ساهمت هذه الصياغات في تأجيّج مشاعر الذعر الجماهيري، وأدّت 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 فعالة من الجهات الصحية الرسمية.

- إطارات الأمل والتفاؤل (Hope and Optimism Frame)

على النقيض من الإطار السافق، يُرتكز 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 التأثير 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)

يُعتبر هذا النمط من توظيف الأزمة الصحية في سياقات الصراع السياسي والحزبي، حيث يتم تحويل السياسات الصحية دلالات إيديولوجية أو استثمارها في التزاعات الانتخابية. وقد تجلّى هذا التأثير 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 تأكّل الثقة الجماهيرية في الخطاب الرسمي، وتحويل بعض الإجراءات الوقائية إلى مؤشرات رمزية للانتقام السياسي، كما حدث في الولايات المتحدة فيما يتعلّق بارتداء الكمامات، والذي بات يُقرأ ضمن خطوط الانقسام بين المحافظين والليبراليين (Scharfbillig & others, 2024).

- إطارات الإثنية والثقافية (Ethnic and Cultural Frame)

يركز هذا النمط على ربط الأزمات بخلفيات عرقية أو ثقافية، وهو تأثير 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، مما ساهم في تصاعد حادث الكراهية ضد الآسيويين، وزيادة الاعتداءات اللفظية والجسدية، خصوصًا في الولايات المتحدة وكندا وأوروبا. وقد حذرت الأمم المتحدة من تداعيات هذا النمط الخطابي على السلم الاجتماعي، مؤكدة أن وسائل الإعلام تلعب دورًا محوريًا في إما تكريس الصور النمطية أو تفككها.

تعكس هذه الإطارات المذكورة اتساع نطاق التأثير 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 ممساهماً فاعلاً في تشكيل الواقع وتأويله. من هنا، تبرز الحاجة إلى تطوير أدوات تحليلية تستوعب هذا التحول، وتتيح فهماً أعمق لدور الإعلام في إدارة الأزمات المعاصرة، لا سيما تلك التي تتجاوز الحدود الصحية لنطالة النسيج الاجتماعي والأمن الثقافي (Addo, 2020).

تشير دراسات إعلامية معاصرة إلى أن التأثير 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 الخطاب الإعلامي لجائحة كوفيد-19 لعبت دوراً ملحوظاً في توجيه أولويات صانعي القرار، وفي صياغة الاستجابات المؤسساتية تجاه تطورات الأزمة

فعلى سبيل المثال أدى توظيف إطار الخوف والإثارة في بعض التغطيات إلى استجابات حكومية متسرعة 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 المخاوف، الافتقار إلى الأدلة، عن ضيق مساحة التعبير، وغموض المفاهيم ذات الصلة، وامحاطها بـ«الاستثناء»، الأشارة الاقتباسية، أحدًا

على حساب متطلبات السلامة الصحية، اتفاءً للغضب الشعبي أو تحنّناً لانهيارات اقتصادية وشيكة. كما أن إبراز إخفاقات الأداء الصحي ضمن إطار تحمل المسؤولية، شكل دافعاً مباشراً لعدد من الدول لمراجعة سياساتها الصحية، وتعديل خططها، وزيادة التمويل المخصص لقطاع الرعاية، وتسرير وتيرة حملات التطعيم

(Chmel & Savin, 2021)

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

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

ويبين تحليل بنية التأثير أن الأخبار لا تُقدم ضمن حيّز دلالي محайд، بل تمرّ عبر مرشحات/فلترات تحريرية تحدد ما يُعرض وما يُحجب، مما يُيزّز وما يُسكت عنه. وقد أنتج هذا الواقع تغطية ذات أوجه متباعدة في تفسير الجائحة، وتحديد مسؤولياتها، وتقديم حلولها، وتقدير تداعياتها. ورغم نجاح بعض الأطر في تعزيز السلوكيات الوقائية والتضامن المجتمعي، فإنها ساهمت في حالات أخرى في خلق بيئة إعلامية مشبعة بالتوتر، وعززت مناخات الاستقطاب، وعمقت فجوة الثقة بين الجمهور والمؤسسات الصحية أو الحكومية.

وفي الختام، فإن التأثير الإعلامي في زمن الأزمات لم يعد مجرد تقنية تحريرية، بل تحول إلى آلية جوهيرية لإنتاج المعنى وتوجيه السلوك العام. ولذلك، فإن وعي الإعلاميين بخطورة هذه الأداة، 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 التواصلي التقليدي، بل يتجاوز ذلك ليُشكّل 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، وتوجيهه سلوكه، وإعادة ترتيب أولوياته.

من خلال تحليل أنماط التغطية الإعلامية، والخطابات المؤطرة للأزمة، والتحديات المهنية والأخلاقية التي واجهتها المؤسسات الإعلامية، تبيّن 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 التأثير، ونموذج غريب، ومعابر الأخبار المحدثة، 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 نقدi ومحركي، تفتح أفقاً بحثياً جديداً لدراسة الإعلام الكارثي في علاقته بالسلطة، والجمهور، والمعرفة، داعيةً إلى مزيد من التعمق في فهم كيفيات تشكّل الخطاب الإعلامي، والأنماط التأطيرية التي يعتمدها، وسبل تعظيم أثره الإيجابي في تعزيز الوعي، والتماسك، والاستجابة الرشيدة في مواجهة الأزمات المعاصرة..

الوصيات

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

1. تطوير بروتوكولات تحريرية خاصة بالأزمات.

ينبغي للمؤسسات الإعلامية تبني دلائل تحريرية مرنّة 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 المضللة.

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 علمياً مبسطاً جاهزاً للاستخدام الإعلامي، بما يسمّه 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، وتتصدر تصحيحات فورية وموثقة، بما يسمّه في تقويض التضليل المعلوماتي قبل أن ينتشر.

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

ينبغي للمؤسسات الأكademية 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، وفضيل استخدام أنماط التأطير القائمة على الأمل والتعاطف والمشاركة بدلاً من التخويف أو الإثارة، خاصة في الأزمات الممتدة التي تتطلب صموداً طويلاً للأمد.

6. تعزيز الإعلام المحلي والمشاركة.

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

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 المنشورة أو المقطعة من سياقها، ويلزمه 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 تغطيتها في المجتمع، وأوجه القصور أو التمييز. 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

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/hspn-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>