



دور الإعلام التوعوي للحد من انتشار جائحة كورونا

مريم رعد عبد الزهره

طالبة دكتوراه، الجامعة الإسلامية، لبنان

البريد الإلكتروني: maryamraad302@gmail.com

أ.م.د. أحمد صدام إيدام

كلية الحقوق، جامعة النهدين، العراق

البريد الإلكتروني: Dr.ahmed.s@nahrainuniv.edu.iq

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٢٠٢١/١٠/٢٢



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

الملخص

يعد الاعلام سلاح ذو حدين، فقد يكون إيجابياً من خلال أهمية الاعلام الصحي ودوره في نشر الوعي بين المواطنين للوقاية قدر الإمكان من آثار الأوبئة والأمراض المعدية التي تفتك بالمجتمع، وقد يكون سلبياً من خلال الشائعات التي التي تُبث حول هذا الموضوع والتي تحاول إرباك المجتمع، وأنطلاقاً من أهمية دور الاعلام أنبرت كتابات العديد من المختصين والباحثين والإعلاميين حول كيفية تعامل الإعلام في ظل أنتشار جائحة كورونا، عبر دوره الجوهري في زيادة الوعي المجتمعي وتحجيم آثارها السلبية على المجتمع، من خلال قيام الاعلام بنشر الوعي الصحي من جانب، من جانب آخر، تسخير الاعلام من أجل فتح آفاق التعاون لتبادل الآراء

بين المختصين والمهتمين بهذا المجال لمعرفة أفضل طرق الوقاية

من جائحة كورونا.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الوعي الصحي، جائحة كورونا، الوباء، المرض المعدى.

Abstract

This study looked at the role of the media limit from Spread Corona pandemic, It aimed to clarify the importance of health media and its role in Promoting awareness of how to Prevent Pandemics and infectious diseases and to identify rumours related to the Coronavirus Pandemic and look in to their trends. The study

تحمل وقيام مختلف المؤسسات الرسمية وغير الرسمية -ومنها الاعلام- بأدوارها وواجباتها، ومدى فاعلية هذه الأدوار في الظروف الصعبة، ومدى الاستعداد لمواجهة حالات الطوارئ.

أولاً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في كونه من الدراسات القليلة التي تبحث في دور الإعلام التوعوي للحد من انتشار جائحة كورونا، إذ إن الدراسات العلمية التي تحدّثت عن هذا الموضوع ما زالت محدودة، كما أن أهمية البحث تأتي في ظل تنامي خطر انتشار جائحة كورونا، واتساع رقعتها، مما يعني ضرورة الأهتمام بهذا الموضوع، ووضع موضع الأهتمام في الدراسات والأبحاث العلمية في المدى القريب والمتوسط والبعيد.

ثانياً: إشكالية البحث

تعد جائحة كورونا من أكثر الأخطار التي تفتك بالشعوب، ويعتبر تفشي الوباء الذي سببه فيروس كورونا خير الدليل على ذلك، وهو في تسارع كبير من حيث الانتشار ومقدار ما ينتج عنه من إصابات ووفيات، لذا فأنا من خلال هذه الدراسة سنحاول الأجابة على تساؤلات مهمة تتمثل في: ما هو مفهوم الإعلام؟ وكيف تعامل الإعلام مع جائحة كورونا وكيف تصدى لأخطارها؟ وما هو دور الإعلام في زيادة الوعي لدى المواطنين للوقاية من الجائحة؟

ثالثاً: فرضية البحث

يمكن أن يؤدي الإعلام الهادف إلى تحجيم المخاطر التي قد يتعرض لها المجتمع من خلال قيامه بإداء دور توعوي وتشكيل رؤية واضحة لدى المواطنين تمكّنهم من التأقلم والتعامل مع الآثار الناجمة والمتوقعة لانتشار جائحة كورونا.

included the views of a number of specialists, researchers, writers, and media Professionals on how the media dealt with the Corona pandemic, how it presented it, and its role in raising awareness of ways to prevent it during the period of the pandemic 's spread. The study also showed that the media contributed to spreading health awareness of the methods of preventing Corona pandemic and opened the way for exchanging opinions between specialists on the best ways to prevent and deal with it.

Key words: Infectious Disease, Pandemic, Corona pandemic, Health Awareness, Media.

* المقدمة

نعيش اليوم في عالم يمر بظروف أمنية صعبة ومعقدة ومتلاحقة، ويعاني من صراعات واضطرابات سياسية واقتصادية واجتماعية، وأنّ التقدم التقني وثورة تكنولوجيا المعلومات تعد أحد العوامل التي فاقمت من حدة هذه الظروف، وجعلت المجتمعات والدول والحكومات أمام مسؤوليات وأعباء وتحديات كبيرة تمثلت في التصدي لها والحد من تداعياتها، وكان من ضمن هذه التحديات، ذلك التحدي الصحي الناجم عن انتشار جائحة كورونا على نطاق واسع كأحد أخطر الأوبئة والأمراض المعدية، وأهم التحديات الصحية في الوقت الحاضر، إذ وضع العالم كله أمام اختبار حقيقي، يكشف ويجلي الحقائق المرتبطة بالنوايا، والأخلاق والقيم والمبادئ الإنسانية التي تتحلّى بها المجتمعات، ومدى

رابعاً: هيكليّة البحث: على أساس ذلك سنقوم بتقسيم البحث إلى مطلبين: يتحدّث المطلب الأول عن الإطار المفاهيمي للإعلام وجائحة كورونا. أما بالنسبة إلى المطلب الثاني فيتحدّث عن دور الإعلام والاتصال في مواجهة جائحة كورونا. فضلاً عن الخاتمة والاستنتاجات والتوصيات.

* الإطار المفاهيمي للإعلام وجائحة كورونا

يقوم الإعلام بدور متعاظم في تشكيل اتجاهات الرأي العام في كل دول العالم، وخصوصاً في ظلّ التطورات التكنولوجية المتسارعة التي أفرزتها الثورة الصناعية الرابعة التي أتاحت لها الوصول إلى شرائح المجتمع كافة من خلال أدوات جديدة أسرع انتشاراً وأقلّ كلفة .

ومن هنا، فإن الإعلام يمثّل ركناً أساسياً في استراتيجية مكافحة جائحة كورونا، إنطلاقاً من الدور الكبير الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في هذا السياق، وأهمية توظيفه لمواجهة هذه الأزمة التي تشكّل تحدياً كبيراً لدول العالم كافة. وأدراكاً لأهمية الموضوع سننطلق إلى تعريف الإعلام، ومن ثم إلى تعريف جائحة كورونا.

* تعريف الإعلام

يعدّ الإعلام عنصراً من العناصر الأساسية لأي مجتمع وبنيتة الاجتماعية والثقافية والمعرفية ويمثّل نظاماً متكاملًا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياها فهو بتأثيره يمكن أن يؤدي إلى توافق وتجانس وحدة المجتمع فالإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بإحداث التغير في المجتمع (1).

أصبح الإعلام من العلوم الحديثة، وله قواعد واصول وفلسفة ونظرية، واضحى في الآونة الأخيرة علماً مستقلاً

بذاته وليس تابعاً، ويعرف بأنه كافة اوجه الأنشطة الخاصة التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات وجريان الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات المثارة والمطروحة (2).

ويقصد بالإعلام أيضاً تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة بهدف معاونتهم على تكوين رأي عام وسليم ازاء مشكلة من المشاكل أو مسألة من المسائل التي تشغل بال الرأي العام أي أن الإعلام في هذا التعريف يقوم على أساس مخاطبة العقل لا الغريزة أو العاطفة ودوره هنا يكمن في نقل الصورة، وبالتالي فإنه لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة، بالمحصلة فإن الإعلام هو نقل المعلومة إلى الرأي العام والتأثير به أي إن هدف الإعلام ليس الإعلام بحد ذاته بل التأثير في اتجاهات الرأي العام (3).

إن الإعلام ليس مجرد اعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تبلور صورة المستقبل، صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمل، وقادرة على تغيير البنيان الاخلاقي للمجتمع (4). لذا سنتناول أهمية الإعلام أولاً ووظائف الإعلام ثانياً.

أولاً: أهمية الإعلام

وبرامج التنظيم من الدور الفاعل الذي يلعبه الإعلام في التغيير والتطوير والتقاليد وحتى استخدام اللغة والأدوات الثقافية الأخرى وأنماط السلوك واساليب العيش والحياة.

٤- الدور الكبير الذي يقدمه الإعلام في مجال الثقافة والتربية والتعليم مما فسح المجال للتعرف على (الإعلام التربوي) ودور الإعلام وأدواته في العملية التربوية وفي الثقافة الجماهيرية (8).

ثانياً: وظائف الإعلام

نتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي السريع في جميع نواحي الحياة المعاصرة فقد برزت أهمية الإعلام في ضرورة إحاطة أفراد المجتمع بما يجري من أحداث وتطورات لتحقيق تماسك المجتمع وتوثيق الصلات بين الحاكم والمحكوم عن طريق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام ليتم التعبير عن رغبات الجمهور وتطلعاتهم وتعزيز التقارب الدولي بين الشعوب وما تفعله من قيم عبر الحدود إلى الأمم (9). وتتلخص وظائف الإعلام في خمسة وظائف رئيسية، وهي:-

١- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.

٢- زيادة الثقافة والمعلومات.

٣- تنمية العلاقات البيئية وزيادة التماسك الاجتماعي.

٤- الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء اوقات الفراغ.

٥- الإعلان والدعاية (10).

ومن هذا المنطلق توصل علماء الإعلام أن وسائله تسير في اتجاهين اثنين هما: وسيلة إيجابية، داخل المجتمع تعمل على تماسكه وتدعم بنائه وتعبر عن قضاياها والكشف عن الوان الفساد والمحاباة. ووسيلة سلبية، إذا لم يحسن استعمالها فقد تعمل على تخريب وتفتيت المجتمع وتخطيم معنوياته وتشويه

تكمّن الأهمية الجوهرية للإعلام في تعامله مع المواطنين من مختلف شرائح المجتمع لتحقيق أهداف التنمية والتثقيف والتعليم والترفيه والأخبار، إضافة إلى تعامل الإعلام مع مختلف الناس من شتى الشعوب والأمم كنافذة للبلد وواجه له أمام العالم تعكس مختلف الجوانب الإنمائية والثقافية وغيرها إضافة إلى هدف تقوية أواصر التقارب والتفاهم بين الشعوب من خلال ما يطرحه من مادة إعلامية (5).

ويتمثل الإعلام في تقديم الأخبار والبرامج والوان التسلية والترويج للناس، وعدالة حق التعبير للجميع بشكل متساوٍ، وتحقيق المسؤولية الاجتماعية حيث نجد أن جميع وسائل الإعلام مسؤولة اجتماعياً لخدمة الجماهير قبل كل شيء، وصيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعتهم ومراقبة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص ويمكن القول أن أهمية الإعلام تتبع من كونه نشاطاً إنسانياً وقد أصبح مادة أساسية في حياة الأمم، أفراداً، شعوباً، حكومات...، وفي تنميتها وتطورها باعتباره المنتج الأكثر شعبية، والوسيلة الأكثر أهمية (6). ويمكن بلورة أهمية الإعلام في المجتمع من خلال ما يلي:-

١- يعد الإعلام الإدارة البارز في عملية الأنتصال بالجماهير.

٢- يتضمن الإعلام النشر وتقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الموضوعية والأخبار الصادقة والموضوعات الدقيقة والقوائم المحددة والأفكار المنطقية والآراء الراححة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام (7).

٣- يعد الإعلام دوراً هاماً يرتبط أساساً بتلبية حاجات الجماهير المتنوعة من جهة وتحقيق التفاهم حول فكر وأهداف

شخصيته الوطنية (11). وبهذا نلاحظ أن وسائل الإعلام تقوم بالوظائف التالية:-

١- الربط والتفسير الهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعلمونه. والترفيه أي تحرير الناس من التوتر والضغط والمصاعب.

٢- وظيفة الأخبار والتزود بالمعلومات، والتسويق والترويج والإعلان وتحقيق وظيفة المنفعة، والتنشئة الاجتماعية المساعدة في توحيد المجتمع والتعبير عن القيم (12).

٣- خلق النمط الاجتماعي في المجتمع أن الهدف من ذلك خلق المثال في الشؤون العامة والآداب والثقافة.

٤- الرقابة وتسليط الضوء على كل ما يهم المواطن والدولة ووظيفة الدفاع عن الذات، والمبادرة في التغيير الاجتماعي، والوظيفة المعرفية مثل التعليم والثقافة ورفع الوعي (13).

إن المنظومة الإعلامية لا تصل رسالتها إلا عبر وسائل ولكل زمان ووسائله، وقد تطورت بفعل الثورة الصناعية والمعلوماتية والاكتشافات، وهذا أدى إلى تنوع الوسائل وتعدد أشكالها، وإن هناك وسائل إعلامية كثيرة فمنها المسموعة ومنها المقروءة ومنها المرئية، فالمسموعة مثل الراديو والمرئية مثل التلفاز والمقروءة مثل الجرائد والمجلات، حيث هناك وسائل إعلام حديثة وأخرى قديمة ومع تطور العلوم والتكنولوجيا يكون هناك أدوات ووسائل إعلامية متطورة، كما أن المؤسسات الحكومية أو الخاصة التي تزود الجماهير بالأخبار والمعلومات والحقائق، وتهتم بالنواحي التربوية كهدف لتكثيف الفرد مع الجماعة المحلية (14). لذا تتعدد وتنوع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري من خلال:-

١- الوسائل الشفوية: وهي التي تعتمد على الكلمة الشفهية في إيصال رسائلها إلى المتلقين ومن أبرزها الخطب والمحاضرات والندوات.

٢- الوسائل المكتوبة: التي تعتمد الوسائل المكتوبة في وصولها إلى المتلقين والمستقبلين لها ومن أبرزها الكتب والصحف والمجلات والإعلانات الجدارية.

٣- الوسائل السمعية البصرية: والتي توصل رسائلها إلى متلقيها عن طريق الصوت فقط أو الصورة معاً ومن أبرزها الاذاعة المسموعة (الراديو) والتلفزيون والسينما والمسرح الانترنت. ونجد أن الوسائل الرئيسة هي، الصحافة المكتوبة، الاذاعة المسموعة، التلفزيون والانترنت (15).

* تعريف جائحة كورونا وتمييزها عن بعض المفاهيم المقاربة لها

يشمل تعريف جائحة كورونا العديد من التعاريف، نظراً لتنوع واختلاف وجهات النظر بين الباحثين في ميدان الدراسات الأمنية بشكل خاص والعلاقات الدولية بشكل عام، لذا كان لا بد لنا من البحث عن تعريفها بصورة عامة فضلاً عن تمييزها عن بعض المفاهيم المقاربة لها، موضحين ذلك على النحو الآتي:-

أولاً: تعريف جائحة كورونا

تمثل جائحة كورونا أحد الأمراض المعدية، وتعد أحد فصائل الفيروسات الكبيرة التي تتسبب بأضرار صحية للإنسان أو للحيوان على حد سواء، إذ أن هذا الفيروس يتسبب بعدوى للجهاز التنفسي، ويسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات

البرد الشائعة إلى الأمراض الأكثر فتكاً" (16). وقد تم وصف فيروس كورونا بالوباء العالمي من قبل منظمة الصحة العالمية في 11 آذار 2020، نظراً لسرعة انتشاره بين الدول في جميع أنحاء العالم، حيث أصبحت له آثار سلبية كبيرة على المجال الاقتصادي والسياسي والاجتماعي في العالم ككل. سجلت منظمة الصحة العالمية (306.000.000) حالة إصابة و (2.000.300) حالة وفاة في جميع أنحاء العالم بتاريخ 2021/2/6 (17).

ففي ديسمبر 2019، تم الإبلاغ عن مرض حمى يصيب الجهاز التنفسي السفلي من أصل غير معروف في مجموعة من المرضى في مدينة ووهان، مقاطعة هوبي الصينية، وبدأ ينتشر إلى أجزاء أخرى من الصين والبلدان المجاورة متمثلاً بمرض تنفسي معدٍ. واطلقت عليه منظمة الصحة العالمية بفيروس كورونا الجديد في أوائل شهر يناير/ كانون ثاني 2020، وفي وقت لاحق أطلقت عليه اسم جائحة كورونا وكان ذلك في 11 فبراير 2020، وأصبحت هذه التسمية معتمدة عالمياً، وذلك وفقاً لما اقرته اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات طبقاً لتركيبه الفيروسي الجينية، بما يتماشى مع التعليمات التي اقرتها منظمة الصحة العالمية لصحة الحيوان، فضلاً عن منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (الفاو) (18). وينتقل فيروس كورونا عن طريق القطرات الصغيرة التي يفرزها الشخص المصاب بـ COVID-19 من أنفه أو فمه عندما يسعل أو يعطس أو يتكلم (19)، وقد تسقط على الأرض أو تحط هذه القطرات على الأشياء والأسطح المحيطة بالشخص، مثل الطاولات ومقابض الأبواب، ويمكن حينها أن يصاب الناس بالعدوى عند ملامستهم هذه الأشياء

أو الأسطح ثم لمس أعينهم أو أنفهم أو فمهم، لذلك من المهم الحفاظ على مسافة متر واحد على الأقل (3 أقدام) من الآخرين (20).

وفي تاريخ 2021/2/2 أدرجت منظمة الصحة العالمية اللقاح الصيني المسمى بـ " سينوفارم "، وفي 2021/4/4 أدرجت اللقاح الأمريكي الألماني المسمى بـ " فايزر بيونتك " المضاد لفيروس كورونا، وبعدها بدأ توزيع اللقاحات تدريجياً لبقية الدول العالم، الذي تتطلب هذه اللقاحات لكل شخص أخذ جرعتين يتم إعطاء الجرعة الثانية بعد عدة أسابيع من فترة أخذ الجرعة الأولى لمنع تفشي فيروس كورونا (21).

ثانياً: تمييز مفهوم جائحة كورونا عن بعض المفاهيم المقاربة لها

يتم في العديد من الحالات ربط مفهوم جائحة كورونا بعدة مفاهيم أخرى، ولعل من أبرزها، تفشي المرض، والوباء، والجائحة.

* تفشي المرض outbreak

تفشي المرض هو ارتفاع مفاجئ في عدد حالات المرض، وقد يحدث تفشي المرض في مجتمع أو منطقة جغرافية، أو قد يؤثر على العديد من البلدان، ويستمر لبضعة أيام أو أسابيع، أو حتى لعدة سنوات مثل الأنفلونزا. في بعض الأحيان، يمكن اعتبار حالة واحدة من الأمراض المعدية تفشياً، إذا كان المرض نادراً مثل (التسمم الغذائي المنقولة بالغذاء) أو له آثار خطيرة على الصحة العامة على سبيل المثال (عامل الإرهاب البيولوجي مثل الجمرة الخبيثة) (22).

* الوباء Epidemic

الوباء هو تفشي على مساحة جغرافية أكبر، ففي حالة انتشار فيروس كورونا بدأ الأشخاص الموجودون في أماكن خارج ووهان في إجراء اختبارات إيجابية للإصابة بالعدوى، مما يعني أن حالات انتشار (COVID-19) في جميع أنحاء الصين تعني أنه قد تطور إلى وباء (23).

* الجائحة Pandemic

الجائحة هو مصطلح يستخدم عادة على نطاق واسع لوصف أي مشكلة خرجت عن نطاق السيطرة، ويعرف بأنه تفشي مرض يحدث في منطقة جغرافية واسعة ويؤثر على نسبة عالية بشكل استثنائي من السكان:-

١- يصيب عدد أكبر من الناس من الوباء، وغالباً ما يكون ناتجاً عن فيروس جديد أو سلالة من الفيروس لم يتم تداولها بين الأشخاص لفترة طويلة.

٢- يكون لدى البشر حصانة ضعيفة أو معدومة ضدها، وينتشر الفيروس بسرعة من شخص لآخر في جميع أنحاء العالم.

٣- تسبب أعداداً أكبر بكثير من الوفيات من الأمراض المعدية، وغالباً ما يخلق اضطراباً اجتماعياً وخسارة اقتصادية ومصاعب عامة (24).

* دور الإعلام والاتصال في مواجهة جائحة كورونا

للإعلام أهمية كبيرة في تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات والمهارات والقدرات التي تمكنهم وتساعدتهم على تفسير وتحليل ما يجري ويحدث حولهم من ظواهر صحية، والتوصل لأسبابها، لذا سنتطرق إلى دور الإعلام والاتصال في كيفية مواجهة جائحة كورونا وتوجهاتها.

* دور الإعلام في مواجهة جائحة كورونا

أصبحت جائحة كورونا المادة الرئيسة لعناوين الصحف ووسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية منها، وأحتلت اخبارها موقع الصدارة، باعتبارها حدثاً عالمياً واسع الانتشار، ومرتفع الاخطار والآثار، وسريع التوسع على نحو لم تعهده البشرية على الأقل في العقود القليلة الأخيرة، لذا كان لابد لنا من البحث عن جائحة كورونا وحرية الإعلام، ووسائل التواصل الاجتماعي ونشر الوعي بطرق الوقاية من جائحة كورونا، والتأثيرات السياسية للإعلام في أوقات جائحة كورونا، موضحين ذلك على النحو الآتي:-

أولاً: جائحة كورونا وحرية الإعلام

إن من اخطر المسارات التي يخشاها الكثيرون والتي من المحتمل أن تنتجها جائحة كورونا هي قيام الحكومات بتوظيف الجائحة لغايات فرض السيطرة والنفوذ، والتضييق على الحريات، والمزيد من الضبط والضغط بحجة أن الفرصة باتت سانحة لتعزيز هيبة الحكومات والدول، وإعادة ما فقد منها بفعل سيادة أجواء الحرية والديمقراطية التي كانت نتيجة كفاح الشعوب عبر عقود من الزمن (25). وفي هذا السياق فقد أعلن المعهد الدولي للصحافة أن الحكومات في الدول العالم استغلت جائحة كورونا لزيادة القيود المفروضة على حرية الإعلام، وقال المعهد في تقرير بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة، إن الازمة الصحية التي يواجهها العالم أتاحت الفرصة للدول الديمقراطية والاستبدادية، بزيادة سيطرتها على وسائل الإعلام، تحت ذريعة محاربة نشر معلومات مظللة ومغلوبة، وجاء في التقرير أن الدول الاستبدادية لطالما استغلت قوانين الطوارئ لخنق وسائل الإعلام المستقلة وتجرم

الصحافة، أما في فترة الجائحة، فإن الدول الديمقراطية أيضاً باتت تبذل جهوداً أكبر للسيطرة على الإعلام وتقييد إمكانية الوصول إلى المعلومات حول تفشي الوباء (26). ومع ظهور جائحة كورونا تعاملت وسائل الإعلام العالمية والمحلية وفق عدة مسارات، هي:-

المسار الأول: نقل الحقائق عن الجائحة من مصادرها الفعلية، مثل المستشفيات والمؤسسات المختصة، ومنظمة الصحة العالمية، فضلاً عن نشر الابحاث العلمية السابقة عن الفيروسات وطبيعة حياتها وسبل انتقالها إلى الإنسان، وما يجب أن يقوم به الإنسان من إجراءات وقائية لحماية نفسه والآخرين من تلك الفيروسات غير القابلة للعلاج.

المسار الثاني: الاعتماد على التقارير المنحازة، بمعنى التوظيف السياسي للجائحة، بعض القنوات الفضائية تتعامل مع انتشار الجائحة وفق طبيعة الدولة التي تستهدفها (27).

ثانياً: وسائل التواصل الاجتماعي ونشر الوعي بطرق الوقاية من جائحة كورونا

تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة وسريعة لتداول ونقل الأخبار، وعند انتشار جائحة كورونا الكثير من الناس باتوا يتجهون ويسارعون إلى وسائل الإعلام التقليدية، وخاصة التي تتسم منها بالمصداقية بحثاً عن الحقائق، إذ تمثل مصدر المعلومة للكثيرين ومنهم الصحفيون، وانتشرت فيها اخبار الجائحة في ظرف قياسي (28).

وقد تقوم شبكات التواصل الاجتماعية بدورها الايجابي من خلال إنشاء أدوات جديدة للتعامل مع الأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة في هذه المرحلة، فهي تفعل الخير أكثر من السوء لمساعدة الأشخاص المصابين بالفيروس، وتغذي

التعاون العلمي، وتخلق فرصاً لجمع الأموال، وربما الأهم من ذلك، تساعد الأشخاص المعزولين على التغلب على عزلتهم (29). ومن جانب آخر إن وسائل الإعلام عموماً، ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص استطاعت في العديد من دول العالم، وفي جانب من مضامينها الإعلامية أن تمارس دورها في الرقابة على إجراءات الحكومات في كيفية التعامل مع الجائحة، وكشف زيف وكذب بعضها، وضعف إجراءاتها في التعامل مع هذا الوباء واحذت هذه الوسائل موقعها وهي تقدم الجائحة، إلا أن ما يؤخذ على تعاطي هذه الوسائل في تقديمها لهذه الجائحة وغيرها من الجائحات والقضايا والأحداث، تلك المزاجية والسطحية الكبيرة في تناول وتداول وانتقاء الأخبار والمعلومات (30).

وإن قنوات التواصل الإعلامي قد قربت المسافات بين البشر، وجعلت الجميع على اطلاع لحظي بجميع المستجدات بما في ذلك طبيعة الجائحة وماهية الفيروس، وجميع المعلومات الطبية المعروفة عنه، فضلاً عن تبادل المعلومات حول أفضل طرق الوقاية، وفتحت وسائل الإعلام الأجواء الواسعة لتبادل الآراء بين المتخصصين حول أفضل الطرق للوقاية من هذا الخطر الداهم، وهذا الأمر لم يكن قائماً قبل مائة عام على سبيل المثال حين ضرب وباء الكوليرا العالم، أو قبل أربعمئة عام حين أباد الطاعون عشرات الآلاف من الفرنسيين في باريس وضواحيها (31).

كما إن مواقع التواصل الاجتماعي وبحكم تحولها إلى مكان تواجد الأشخاص بعد أن تعذر عليهم الخروج إلى العالم المادي، أسهمت في نشر الوعي والثقافة الصحية، والاطلاع على طرق واساليب الوقاية من الجائحة، فكم من

الأشخاص ليس لديه وقت لمشاهدة المحطات التلفزيونية، لكنه في ذات الوقت وبشكل دائم في الشبكات الاجتماعية بحكم عمله الذي أجبر على نقله نتيجة المكوث في البيت إلزاماً بقرار الحظر الذي يأتي ضمن الإجراءات الاحترازية، فلا يمكن أن نهمش أو نقل من دور هذه الشبكات وما عملته خلال الأزمات المختلفة (32).

ثالثاً: التأثيرات السياسية للإعلام في أوقات جائحة كورونا
تتم في أوقات الجوائح إعادة تشكيل العلاقات بين الأمم والدول والشعوب والحكومات والمواطنين، وقد أفرز ذلك ما يعرف بالتأثير السياسي لوسائل الإعلام والذي لخصته كثير من الدراسات فيما يأتي (33):-

١- سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب الجمهور وزيادة أعدادهم، من خلال تقديم أشكال متنوعة من القوالب الإعلامية، كبرامج الحوارية وبرامج السخرية، التي قد يبدو بعضها دون مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات وإسقاطات سياسية.

٢- ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات (مصادقية الوسيلة، مدى توافق ما تقدمه مع ميول المتلقى واتجاهاته السياسية).

٣- الكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام يومياً يجعل العامة منهم (البسطاء) غير قادرين على إدراك حقيقة الموقف، إلا من خلال ما تطرحه تلك الوسائل باستثناء الأشخاص ذوي المعرفة والوعي السياسي المرتفع، الذين يكونون أكثر قدرة على فهم وتحليل ونقد ما تقدمه لهم تلك الوسائل (34).

٤- فعلى سبيل المثال التأثيرات السياسية للإعلام التقليدي (التلفزيون نموذجاً) في التأثير المدروس على العملية السياسية وفي صنع القرار السياسي واللامبالاة السياسية، والتأثيرات السياسية للإعلام الجديد (الفيديو نموذجاً) في إثارة الرأي العام والتشويه السياسي الإلكتروني والتسويق السياسي (35).

*** دور الاتصالات في مواجهة شائعات جائحة كورونا**

ومخاطرها

يفتح الإعلام الآفاق العلمية والمعرفية وينمي مداركات الأفراد، ويرتقي بسلوكياتهم في المجالات الصحية وغيرها، لتصبح متوافقة مع حجم الأخطار المحيطة بهم، وينمي القدرة على التوقع والتنبؤ بما قد يحدث، والاستعداد للمواجهة والتصدي لأي أخطار محتملة، لذا سنتطرق للآتي:-

أولاً: الاتصالات وإعلام جائحة كورونا

تبرز أهمية الاتصالات وإعلام جائحة كورونا من اللحظة الأولى لوقوع الجائحة، ويجب أن تعطي المنظمة اهتماماً كبيراً وأولوية للتأكيد من أن لكادرها الإعلامي دوراً واضحاً وفاعلاً في إيصال أخبار الجائحة إلى الفئات المستهدفة المختلفة (36)، ووفقاً للآتي:-

*** مفهوم اتصالات الجائحة**

يقصد باتصالات الجائحة جميع أنشطة وجهود الاتصال التي تجريها العلاقات العامة (أو أي جهة في المنظمة) عند وقوع الجائحة، وتجري اتصالات الجائحة في ظل ظروف غير عادية، وفي ظل أجواء سلبية، وتهدف اتصالات الجائحة إلى المحافظة على سمعة حسنة للمنظمة في ظل آثار الجائحة وانعكاساتها (37).

* أهمية اتصالات الجائحة

لاتصالات الجائحة أهمية كبيرة في اثناء وقوع الجائحة، وتبرز هذه الأهمية من خلال مجالات ومحاور متعددة أهمها:-

١- الانعكاسات النفسية (السيكولوجية) للجائحة: إذا أن الجائحة تترك آثار نفسية تتطلب معالجة ومواجهة من خلال اتصالات الجائحة (الخطة الإعلامية للجائحة)، إذ أن هذه الاتصالات تركز على إزالة هذه الآثار والانعكاسات (38).

٢- تعدد وتنوع وسائل الإعلام في ظل ثورة الاتصالات: تأتي أهمية إعلام الجائحة في ظل التعدد والتنوع الكبير لوسائل الإعلام على الصعيد المحلي وعلى الصعيد العالمي.

٣- الدور المتزايد لوسائل الإعلام في تكوين الآراء والمواقف والاتجاهات: أصبح الإعلام يلعب دوراً متزايداً في تكوين آراء الأفراد ومواقفهم واتجاهاتهم (39).

* المتحدث الرسمي

أن انتشار فيروس كورونا يؤكد على ضرورة وجود متحدث رسمي واحد يتحدث باسم المنظمة عن الجائحة وأحداثها وتطوراتها وأسبابها ونتائجها وانعكاساتها، وهو المسؤول عن جميع العلاقات والتفاعلات مع وسائل الإعلام، وهذا المتحدث الرسمي يجب أن يكون أحد أعضاء الإدارة العليا بحيث يمتلك صلاحيات اتخاذ القرار، ويفضل أن يكون لهذا المتحدث الرسمي خبرة سابقة في التعامل مع وسائل الإعلام (40).

* الأنشطة والمهام الرئيسة لاتصالات الجائحة

هناك مجموعة من الأنشطة والمهام الرئيسة لاتصالات الجائحة أهمها:-

١- رقابة وضع وتنفيذ خطة إعلامية تعمل على إيصال الرسالة الإعلامية إلى الفئات المستهدفة المختلفة وضمان تحقيق هذه الرسالة لأهدافها.

٢- بناء احتياطي من السمعة الحسنة للمنظمة، وهذا الأمر يتطلب أن لا تبدأ اتصالات الجائحة عند وقوع الجائحة وأنتشارها، بل أن هذه الاتصالات يجب أن تكون قد بدأت مع بداية الجائحة، ومن الضروري أن يكون هناك نشاط مستمر لاتصالات الجائحة.

٣- المحافظة باستمرار على العلاقات الحسنة مع وسائل الإعلام، وتحقيق درجة عالية من الثقة والمصداقية (41).

ثانياً: الشائعات في ظل جائحة كورونا

يرافق الجائحة أنتشار الشائعات، وهذه الأخيرة تؤدي إلى تفاقم الأوضاع، وهنا يبرز دور اتصالات الجائحة في مواجهة هذه الشائعات والتصدي لها ولأخطارها. والشائعة سلوك اجتماعي، ولا يمكن أن يخلو مجتمع من هذا السلوك. وتجد الشائعات طريقها إلى الانتشار في ظل الجائحات، إذ أن ظروف الجائحات تشكل أرضية خصبة لنشو الشائعات وانتشارها (42)، لذا سنتطرق إلى مفهومها وكيفية تأثيرها في ظل أنتشار جائحة كورونا، ووفقاً لآتي:

* مفهوم الشائعة

الشائعة هي ترويح لخير مصطنع من أساسه، وهذا الخير يوحى بالتصديق، والشائعة قد تكون مبالغ بها في سرد خير ما، وهذا السرد قد يتضمن جانباً محدوداً من الصدق والحقيقة. أي أنها اصطلاح يجري إطلاقه على رأي محدد يجري طرحه حتى يؤمن به من يسمعه، والشائعة تنتقل من شخص

إلى آخره بواسطة الكلمة الشفهية وهي لا تتطلب دليلاً أو برهاناً (43).

* أساليب انتشار الشائعات في ظل جائحة كورونا

فيما يتعلق بكيفية انتشار الشائعات في ظل جائحة كورونا، وفي ظل ثورة التكنولوجيا والاتصالات، فإنه يمكن القول أن هناك أسلوبيين رئيسين لنقل الشائعات وانتشارها هما:-

١- انتشار الشائعات بأسلوب الاتصال المباشر (الاتصالات الشفهية بين الأفراد).

٢- انتشار الشائعات من خلال وسائل الإعلام الجماهيري مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفاز والانترنت، وقد باتت الانترنت أكبر وسيلة لنشر الشائعات (44).

* تعامل فريق الجائحة مع الشائعات

إن مواجهة الشائعات والتصدي لها تعد من الأسس التي ينبغي أن يعتمد عليها هذا الفريق في التعامل مع الجائحات كافة، وأهم هذه الأسس هي:-

١- الاستعانة بأهل العلم والخبرة لصياغة الخطط المدروسة التي تكافح الشائعات من جذورها.

٢- كسب ثقة أصحاب المصالح (داخل المنظمة وخارجها).

٣- الالتزام بالشفافية العالية في عرض الحقائق، إذ أن هذه الشفافية سوف تقطع الطريق أمام مروجي الشائعات (45).

* الخاتمة

بعد أن انتهينا من بحث موضوع (دور الإعلام التوعوي للحد من انتشار جائحة كورونا)، الذي حاولنا فيه جاهدين الأحاطة بكافة جوانب الموضوع، وأستعرضنا

القضايا ذات العلاقة وتوصلنا إلى الاستنتاجات والمقترحات الآتية:-

أولاً: الاستنتاجات

١- الأخطار الناتجة عن جائحة كورونا تشكل ظروفاً استثنائية صحية.

٢- احترام الحكومات حق وسائل الإعلام في حرية التعبير، والوصول إلى المعلومات دون إبطاء أو تأخير، وضبط هذه الحرية في إطار القوانين والمعايير الدولية، والمصالح العليا للأوطان، دون شطط أو تعسف، لما لذلك من آثار إيجابية كثيرة، في مقدمتها الحد من الشائعات التي تترافق وتزداد مع الجائحات.

٣- أهمية المعايير وأخلاقيات النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف الارتقاء بمضامينها بعيداً عن كل أشكال الإساءة والتطرف أو التحريض. وقيام الجهات الإعلامية باستحداث منصات إعلامية اجتماعية قوية، وتفعيل ما هو موجود منها بشكل أفضل لتشكيل عاملاً من عوامل التوازن الإعلامي في تبادل المعلومات، وللحد من الشائعات والأخبار المضللة التي يتم تناقلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- أهمية التزام وسائل الإعلام بالبيانات الرسمية الصادرة عن الجهات المعنية وقت الجائحات، دون تحويلها لأدوات ضغط سياسية، والترويج لأجندات الحكومات، مخالفة بذلك القواعد الأخلاقية والمهنية في ممارسة العمل الإعلامي.

ثانياً: المقترحات

١- ضرورة قيام وسائل الإعلام بتقديم معالجة شاملة وعميقة للأمراض المعدية، وذات طابع تحليلي وتفسيري واستقصائي.

academic leadership style and support for strategic planning, social and Behavioral Sciences, 897 – 901, Lefkosa, North Cyprus, 2014, pp. 99.

(8) د. سالم محمد عبود واحمد فهمي، المرجع نفسه، ص 57.

(9) د. محمد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، الطبعة

1، دار الساعة، بيروت، 2009، ص 78.

(10) د. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، الطبعة 1، دار

الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة، 2015،

ص 81.

(11) د. تيسير ابو عرجة، الإعلام العربي (تحديات الحاضر

والمستقبل في عصر المعلومات)، الطبعة 1، مكتبة مجدلاوي،

القاهرة، 2000، ص 52.

(12) حيدر حميد رشيد، الأوضاع الصحية في العراق 1932

– 1945، رسالة ماجستير مقدمة لمجلس كلية التربية ابن

الرشد جامعة بغداد، 2000، ص 73.

(13) دور الإعلام والتثقيف الصحي، المتاح على الموقع

الالكتروني التالي:

[www.almajd.ps/?ac=showdetail&did=](http://www.almajd.ps/?ac=showdetail&did=5552)

[5552](http://www.almajd.ps/?ac=showdetail&did=5552)، تاريخ الزيارة 2021/8/15.

(14) د. حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص 93.

(15) د. محمد الهاشمي، مرجع سابق، ص 112.

(16) د. رائد بيان، جريمة نقل العدوى بفيروس كورونا

المستجد (COVID-19)، وزارة الصحة الأردنية، المكتب

القانوني لمستشفى الأمير حمزة، 2020، ص 29.

(17) منظمة الصحة العالمية، فيروس كورونا المستجد

2019، المتاح على الموقع الالكتروني التالي:

٢- ضرورة العمل على زيادة توعية المواطنين بخطورة جائحة

كورونا ومخاطرها على الصحة العامة، وإعلام المواطنين بمدف

كل إجراء وقائي والزامية تطبيقه للحد من انتشار الجائحة.

٣- ضرورة التكامل والتعاون بين وسائل الإعلام والجهات

الصحية المعنية، وضرورة تشكيل فرق عمل تضم خبراء إعلام

وأخصائيين من القطاع الصحي لإعداد وإنتاج المواد والبرامج

الإعلامية في المجالات الصحية.

٤- قيام وسائل الإعلام بوضع خطط استباقية يشترك فيها

مختصون وخبراء ومعينون للتعامل مع جائحة كورونا وما

يصاحبها من كوارث، وترتكز على أهداف واضحة ومحددة،

وترسم معالم الطريق الصحيح لجميع وسائل الإعلام.

* الهوامش

(1) د. سامية ابو النصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل

الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، دار النشر

للجامعات، القاهرة، 2010، ص 53.

(2) د. عبير الرحباني، الإعلام رسالة ومهنة، دار اسامة للنشر،

الطبعة 2، الاردن، 2015، ص 34.

(3) د. عبير الرحباني، المرجع نفسه، ص 34.

(4) د. فهمي العدوي، إدارة الإعلام، الطبعة 1، دار اسامة

للنشر، عمان، 2010، ص 25.

(5) د. بسام عبد الرحمن الشافية، نظريات الإعلام، الطبعة

1، دار اسامة للنشر، الاردن، 2014، ص 79.

(6) د. سالم محمد عبود واحمد فهمي، مدخل إلى التسوق

الإعلامي، دار الدكتور، العراق، 2015، ص 56.

(7) Akilli, H. Serkan, et.al, The

relationship between perceived

على الموقع الإلكتروني التالي: <https://arabic.eu-ronews.com/2020/05/03/press-institute-says-democrat-ic-states-use-coronavirus-pandemic-to-control-press-free-dom>، تاريخ الزيارة 2021/8/17م.

(26) عباس مسلم، رصد أساليب التغطية الإعلامية لفيروس كورونا 2020، شبكة النبا المعلوماتية، المتاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://annabaa.org/arabic/mediareport/s/22552>، تاريخ الزيارة 2021/8/17م.

(27) مصطفى هويدا، الإعلام وأزمة كورونا (الدور المطلوب صدى البلد)، المتاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<https://www.elbalad.news/4250488>،

تاريخ الزيارة 2021/8/18.

(28) عبد الحفيظ المنور، الحاجة إلى إعلام قوي في زمن كورونا 2020، المتاح على الموقع الإلكتروني التالي:

[https://www.hes-](https://www.hes-press.com/writers/462362)

[press.com/writers/462362](https://www.hes-press.com/writers/462362)، تاريخ

الزيارة 2021/8/18.

(29) de la Garza, How Social Media Is Shaping Our Fears of and Response to the Coronavirus Time, 2020, pp. 110.

(30) Sokolov, The pandemic infodemic, how social media helbs and hurts during the coro - navirus outbreak, 2020, pp. 31.

(31) فيروس كورونا ودور وسائل الإعلام، المتاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://www.skynewsarabia.com/world>، تاريخ الزيارة 2021/8/16.

(18) محمد عزيز، جائحة كورونا (دروس وعبر)، مقال متاح على الموقع الإلكتروني التالي: <https://www.hespress.com/writers/465107.html>، تاريخ الزيارة 2021/8/17.

(19) د. سعيد سالم بن محسن الأسمرى، مهددات الصحة النفسية المرتبطة بالحجر المتزلي أثر فيروس كورونا المستجد (COVID-19)، المجلة العربية للدراسات الأمنية، الرياض، 2020، ص 265.

(20) د. سعيد سالم بن محسن الأسمرى، المرجع نفسه، ص 266.

(21) د. صقر حمد الجيباني، تأثير تفشي وباء الفيروس التاجي المستجد (COVID-19) على الاقتصاد العالمي، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 32، ليبيا، 2020، ص 110.

(22) د. رائد بيان، مرجع سابق، ص 44.

(23) رودولفر ساراتشي، الترجمة: اسامة فاروق حسن، علم الأوبئة، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2015، ص 19.

(24) د. حربوش سمية، الصحة والمرض من منظور علم النفس الصحة، مقال منشور بمجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي عين تيموشنت، العدد 2، 2017، ص 251.

(25) المعهد الدولي للصحافة، دول ديمقراطية استغلت أزمة كورونا لتقييد حرية الإعلام، يورونيوز 2020/5/3، المتاح

(45) د. أحمد يوسف القرعي، الإعلام وإدارة الأزمات ف
عالم متغير، 2004، ص 65 – 66

<https://www.omandaily.om/?p=77223>
4، تاريخ الزيارة 2021/8/18م.

(32) مصطفى هذال، في زمن كورونا العالم الافتراضي
يزحزح العالم الواقعي لسنة 2020، شبكة النبا المعلوماتية،
المتاح على الموقع الإلكتروني التالي:
<https://annabaa.org/arabic/informatics>
/22683، تاريخ الزيارة 2021/8/18م.

(33) د. فهمي العدوي، مرجع سابق، ص 60.

(34) د. بسام عبد الرحمن الشافية، مرجع سابق، ص 88.

(35) د. محمد الهاشمي، مرجع سابق، ص 47.

(36) يسرى خالد أبراهيم وفاطمة عبد الكاظم حمد، نظريات
الاتصال، دار النهرين، بغداد، 2010، ص 15.

(37) د. أبراهيم امام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة
الانجلو المصرية، القاهرة، 1981، ص 243.

(38) د. سامية ابو النصر، مرجع سابق، ص 75.

(39) عبد العزيز بن سلطان، التخطيط الإعلامي ودوره في
مواجهة الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة،
جامعة نايف العربية، 2004، ص 110.

(40) د. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات،
دار المسيرة، الطبعة 1، عمان، 2012، ص 304.

(41) يسرى خالد أبراهيم وفاطمة عبد الكاظم حمد، مرجع
سابق، ص 38.

(42) Bouygues, Going Viral, How
Social Media Is Making The Spread Of
Coro – navirus Worse, 2020, pp. 222.

(43) د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 310.

(44) د. أبراهيم امام، مرجع سابق، ص 246.