

مصداقية وسائل الاعلام في التعامل مع فيروس كورونا- بين التأثير والتوظيف

The credibility of the media in dealing with the Corona virus - between influence and employment



أمال غنو

جامعة وهران 2، الجزائر، Ghennou.amel@univ-oran2.dz

تاريخ الإرسال: 2021/09/15 تاريخ القبول: 2021/12/06 تاريخ النشر: 2022/01/01

ملخص:

تناولت الدراسة دور الاعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجًا، وهدفت إلى بيان أهمية الإعلام ودوره في نشر الوعي بطرق الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية، والتعرف على الشائعات التي رافقت ظهور وباء فيروس كورونا ومعرفة توجهاتها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لإجراء الدراسة. وتم التوصل إلى عدد من النتائج، أهمها أن وسائل الاعلام التقليدية تتمتع بثقة أكبر لدى الجمهور من وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة خلال الأزمات.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام؛ تأثير نظريات الاعلام؛ فيروس كورونا؛ الوعي الصحي

Abstract:

The study dealt with the role of the media in facing epidemics and infectious diseases: the Corona virus epidemic as a model, and it aimed to demonstrate the importance of the media and its role in spreading awareness of ways to prevent epidemics and infectious diseases, and to identify the rumors that accompanied the emergence of the Corona virus epidemic and to know its trends, and the study used the descriptive approach to conduct the study. A number of results were reached, the most important of which is that traditional media enjoy greater public confidence than social media created during crises.

Keywords: The media; influence of media theories; Corona Virus; Health awareness

* أمال غنو، Ghennou.amel@univ-oran2.dz

مقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف والإعلام والتعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية، وما تتميز به من زخم في البث الإذاعي والتلفزيوني، واستعمال واسع للأنترنت ... وهو ما ساهم في انهيار البعد الزمني والمكاني بين الحضارات والثقافات والأمم بحيث صار العالم وكأنه قرية صغيرة إن لم نقل بيت صغير، إذ ازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع، فصار الكل يعرف ما يدور لدى الآخرين مهما كانت المسافات، والأصقاع والأزمنة.

إننا "الآن- على حد تعبير بول فيريلو- نشهد نهاية الجغرافية، وذلك من حيث لا مكان منعزل ولا وطن مستقل، ولا ثقافة محصنة"، لكن السرعة والسهولة الانتشارية للأنماط الثقافية المختلفة تكون لصالح الأقوى، ذلك الذي يمتلك الوسائل، ولديه الإمكانيات، إلا إذا كيفنا الإعلام بمختلف وسائله لصالحنا، ذلك أن الإعلام يلعب دورا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أو المحلي، إذ يمكن أن يعبر عن الهيمنة الكونية للغرب، ويمكن أن يكون وسيلة لإحياء وإنعاش الثقافات القومية والمساهمة في رقي وتطور المجتمعات النامية، وأداة من أدوات التحديث في الوقت ذاته.

وتزامنت الدراسة الحالية في ذروة انتشار الوباء الذي سببه هذا الفيروس، محاولة للوقوف على أهمية وحقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة) في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية والتصدي لها، والحد من تداعياتها، ومعرفة جوانب الضعف والقوة في أداء وسائل الإعلام.

-الإشكالية: تأسيسا على ما جاء سلفا، فإن الدراسة تنطلق من مضمون إشكالي أساسي يتمثل في الصيغة التالية:

- كيف تناول الاعلام جائحة كورونا -كوفيد 19 في ظل تداول الاخبار الزائفة ؟ وهل استطاع احتواؤها لغرض توظيفها سياسيا؟

-وما هو دور وسائل الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية بشكل عام، وفي التصدي لوباء فيروس كورونا بشكل خاص؟، وهو تساؤل يملك الكثير من الملامح العامة للإجابة عنه في ظل الاستخدام الواسع لهذه الوسائل، ولكن لا نعرف يقيناً الإجابة عنه بشكل دقيق. وتمتاز هذه الدراسة بكونها تعالج مشكلة، وموضوعاً من أكثر الموضوعات أهمية بالنظر إلى اتصاله بصحة وسلامة وحياة الأفراد في المجتمع.

الفرضية: للإجابة على الإشكالية والتعمق في دراستها وفق منهج واضح وسليم، تمت صياغة الفرضية الرئيسية بهدف اختبار صحتها على النحو الآتي:

- استطاع الاعلام بمختلف أشكاله التقليدي والجديد في نشر الوعي الصحي لدى الشعوب، واستقطاب الجمهور لاستقاء المعلومات الخاصة بالوباء رغم الشائعات التي أطلقت عليه.

منهجية الدراسة:

قليلاً ما تم تناول هذا الموضوع على الأقل عربياً في دراسات وأبحاث، خاصة وأن وباء فيروس كورونا وباء مستجد، كما أن موضوع الدراسة متشعب، وله جوانب كثيرة، لهذا تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج المناسب لإجراء الدراسة. فالمنهج الوصفي التحليلي يركز على وصف الظاهرة للوصول الى مسبباتها وكذا

العوامل التي تتحكم فيها ومن ثم استخلاص النتائج لتعميمها. وفي هذا الإطار تم تقسيم الدراسة على النحو التالي:

1. وسائل الاعلام، الكورونا: دراسة مفاهيمية:

في هذا العنوان نركز على تحديد أهم المفاهيم الدراسية التي اعتمدنا عليها في دراستنا هذه ومنها:

أ-تعريف وسيلة الإعلام:

إن وسيلة الاتصال أو الإعلام هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة، من المرسل إلى المستقبل، ففي أية عملية اتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته، إما شفويا أو بواسطة الاتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية -بصرية)، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست هي الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط، ولكنها، تتشخصن في هيكل التواصل كله...بمعنى أن الجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة اتصال. (دليو 1998، ص49).

ب- تأثير وسائل الإعلام وأهم النظريات

- **معنى التأثير:** يقصد به ذلك التغيير الذي يطرأ على سلوك المستقبل الرسالة الإعلامية، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد يتعلم منها شيئا، أو أنه قد يغير من اتجاهه النفسي، ويكون اتجاهها جديدا، وقد يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل من سلوكه القديم. (إمام 1985، ص.128).

وقد قسم بعض الباحثين التأثيرات إلى تأثيرات ظاهرة، وأخرى كامنة، وتحدث آخرون عن التأثيرات التي يهدف القائمون بالاتصال إلى تحقيقها كارتفاع مستوى المعلومات لدى المستقبل، وأخرى لا يهدف إلى تحقيقها كالأثار السلبية غير المقصودة، وقد تكون لنفس الرسالة الإعلامية أهدافا مباشرة أو عاجلة، وأهداف آجلة وفقا لخطة المسؤولين عن تنفيذها وتمويلها وفقا لمستقبلها. (بوجلان 1994، ص.128).

- نظريات تأثير وسائل الاعلام

وقد قدم علماء الاتصال والاجتماع والسياسة العديد من النظريات التي تشرح تأثير وسائل الإعلام منها: منها تصنيف عاطف عدلي العبد:

-نظرية الرصاصة الإعلامية أو الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد:

ظهرت نظرية الرصاص الإعلامية أو الحقنة تحت الجلد تأثرا بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة المتعلقة بالمنبه والاستجابة التي تفترض أن لكل فعل رد فعل، وإن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، واعتبرت هذه النظرية وسائل الإعلام منها تتعرض له الجماهير وتستجيب له بشكل أو بآخر وتقوم هذه النظرية على اعتقاد ملخصه أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها، وأن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام تجربة فردية أكثر من تجربة جمعية ويمكن استنتاج افتراضين من هذه النظرية هما:

-يتلقى الأفراد المعلومات من وسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء.

-إن رد فعل الفرد، رد فردي لا يعتمد على تأثره بالآخرين.

ويعكس ذلك وجهة النظر التي كانت سائدة آنذاك والتي تنظر إلى جماهير وسائل الإعلام على أنهم مكونون من كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الإعلام، فالجماهير هي مجرد ذرات منفصلة من كتلة ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين، مهينون دائما لاستقبال الرسائل التي تشكل كل منها منها قويا ومباشرا يدفع المتلقي إلى القيام بشيء معين يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه.

- نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام:

لقد بدأت تظهر تدريجيا فكرة المجموعات الفرعية التي تقوم على جمهور داخل جمهور حيث قدمت رؤية أشمل وأدق لكيفية استقبال المعلومات من وسائل الإعلام والاستجابة لها، فلم تعد المعلومات التي يستقبلها الفرد مقصورة على ما تمده به وسائل الإعلام مباشرة، وإنما تأتي بعض المعلومات من أفراد آخرين سبق لهم التعرض لهذه الوسائل.

وتتلخص هذه النظرية في أن المعلومات تنتقل على مرحلتين: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي، ومن قادة الرأي إلى أفراد آخرين، حيث تبين أن عددا كبيرا من الأفراد غيروا من آرائهم نتيجة لتأثير الأشخاص عليهم، وليس لتأثير وسائل الإعلام عليهم.

- نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات:

جاءت هذه النظرية لتؤكد دور الجمهور في اختيار الوسائل الإعلامية التي يستعملها عن طواعية من غير إكراه. وباختصار تؤكد هذه النظرية فاعلية الجمهور المتلقي، إذ أنه دائم التقرير لما يريد أن يأخذ من الإعلام، بدل السماح للإعلام بتوجيهه الوجهة التي يريدتها، فالجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليلبي حاجاته، ويحصل على ما يحتاج إليه، وتصبح استعمالات الإنسان للإعلام المحك الرئيسي الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائله عليه. (عدي العبد 1993، ص.ص. 197-198).

- نظرية حارس البوابة الإعلامية:

وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة، سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومنها إلى الجمهور. بمعنى آخر، هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلّقوها أمام أي رسالة، تأتي إليهم، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر. (مختار 1993، ص. 193).

ج- فيروس كورونا المستجد COVID-19

يعد فيروس كورونا، ويسمى كورونا المستجد و COVID-19 أيضا، فصيلة كبيرة من الفيروسات المعدية، التي تصيب الجهاز التنفسي لدى الإنسان، ويعد فيروس كورونا COVID-19، الذي اكتشف في ديسمبر 2019، من عائلة فيروسات كورونا، ويصاب الأشخاص بعدوى مرض COVID-19 عن طريق الأشخاص الآخرين المصابين به، ويمكن للمرض أن ينتقل من شخص إلى آخر عن طريق القطرات الصغيرة التي تنتشر من الأنف أو الفم عند السعال والعطاس. (<https://www.unrwa.org>).

ويمثل تعريف منظمة الصحة العالمية موجزا يؤكد علاقة النظافة الشخصية وسلامة الممارسات الصحية في الحياة اليومية بصحة البيئة والصحة العامة، التي تنعكس بشكل مباشر على أمن الإنسان، المتمثل في تجنب مهددات حياته.

وتفيد المؤتمرات الصحفية اليومية لوزارة الصحة وتغريدها في حسابها الرسمي على منصة التواصل الاجتماعي توتير بأن بداية الإجراءات الاحترازية كانت في بداية فبراير، وفي ضوء ذلك زادت التدابير الاحترازية، وشملت التوسع في إغلاق الحدود، وتعليق العمرة وزيارة المسجد النبوي للمواطنين وغيرهم، وتعليق العمل في الدوائر الحكومية مارس 2020، وإغلاق بعض المناطق، ثم حظر تجول جزئيا، وفرضت تدابير وقائية من وزارة الصحة والداخلية المتضمنة أساليب التعامل الجديدة في بروتوكول تنظيمات المحلات التجارية وعدد التجمع المسموح به و إلزامية لبس الكمامة في جميع أماكن التجمّع وداخل المحلات، وبروتوكول الممارسات الصحية.. (بن عبد الله الشقير 2020، ص. 147).

2. الاعلام ودوره في التوعية والتثقيف الصحي:

إن الاعلام يصبح عند انتشار الأوبئة والأمراض المعدية مقصدا للجمهور عن الحقيقة والمعلومة، وفي أحيان كثيرة يتصدر المشهد، ويصبح النافذة الرئيسية التي يطل الجمهور من خلالها على ما يجري، وفي عملية بحثه عن المعلومة الصادقة والدقيقة والمفيدة غالبا ما يجد الفرد نفسه أمام وسائل إعلامية مختلفة، وكم هائل من المعلومات، وتبدأ عملية التقصي والتنقيب لإشباع غرآته وفضوله والوصول إلى حاجاته واهتماماته، وفي المقابل تدخل وسائل الاعلام في سباق متسارع لنيل رضاه وإشباع رغباته، وكل وسيلة فرض نفسها على أنها الأقوى والأسرع والأكثر مصداقية ومهنية، وهنا تتداخل أجندات الوسائل وأهدافها، حيث نجد مخرجات إعلامية ومحتويات ذات ألوان مختلفة، لتترك هذه الوسائل المتلقي ينتقي منها ما يناسبه، ومن هنا نلاحظ اختلاف وسائل الاعلام في أساليبها وطرقها في التعامل مع الأوبئة والأمراض المعدية، وما يتزامن معها من أزمات وتحديات أمنية وصحية واقتصادية وسياسية وغيرها.

أ- أهمية الاعلام الصحي في الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية:

إن أهمية الاعلام الصحي تنبع من كونه وسيلة مهمة لإبراز جهود العاملين في الحقل الصحي، وإبراز إنجازاتهم، وما حققوه من تقدم وتطور في مختلف مجالات العمل، والاعلام الصحي يسهم في لفت انتباه صناع القرار والمعنيين الى مكان الخطر والخلل، والنقص الحاصل في الإمكانيات المادية والبشرية والمعدات اللازمة لإنجاح العمل وإنجاز المطلوب، كما ان له دورا مهما في اقتراح الحلول لكثير من المشكلات التي يعاني منها القطاع الصحي.. (الشرفان 2020، ص. 192).

وأظهرت دراسة التي أجريت على عينة من طلبة جامعة البلقان التطبيقية في الأردن إن وسائل الاعلام جاءت بالمركز الأول من بين عشرة مصادر يعتمد عليها الطلبة في الحصول على المعلومات الصحيحة. ومن وجهة نظر أخرى فان الناس يؤمنون بما يقال عبر الوسائل الإعلامية، ويثقون فيما يقوله الطبيب أو العامل الصحي خاصة إذا استعمل هذه الوسائل، كما انها تعمل على تدعيم الأفكار المراد ترويجها عن طريق التكرار والاستمرار، فوسائل الاعلام لديها القدرة الكبيرة في تضخيم الحدث والتأثير على الجمهور. وعليه لا بد من استعمالها في البرامج التثقيفية الصحية بعدما تبين لنا أن وسائل الاعلام قادرة على حشد الدعم الجماهيري،

ووضع الصحة في موضوع مهم في الأجندة السياسية للدولة، ولكل وسيلة ميزتها، وخاصيتها التي تميزها من غيرها.. (شعباني 2005، ص.241).

ويستطيع الاعلام أيضا نقل رسائل أقوى وأكثر اقناعا حول العديد من القضايا المرتبطة بحياة الانسان بما فيها القضايا الصحية التي تشمل من ضمن ما تشمل قضايا التغذية والحمية والتمارين الرياضية، وأضرار المخدرات والمسكرات والأمراض والكوارث والأوبئة، والأخطار الصحية المختلفة ومسبباتها وطرق الوقاية والعلاج منها، وإن قدرة وسائل الإعلام على صناعة النموذج السلوكي سواء في السلب أو في الايجاب يجعل من الأهمية بمكان مراجعة العلاقة الوطيدة التي تربط بين الاعلام والمؤسسات الصحية من أجل تمتين هذه العلاقة وتوجيهها السليمة. (<https://www.okaz.com>)

ب- أسلوب التعاطي الإعلامي للأوبئة والأمراض المعدية (فيروس كورونا):

إن انتشار الأوبئة والأمراض المعدية على نحو يهدد سلامة الأفراد وحياتهم وصحتهم، يتطلب تضافر جهود وسائل الاعلام، بحيث تصبح مساحاتها الإعلامية الزمنية والمكانية مفتوحة على نحو غير محدود، وتستنفذ طاقاتها وإمكاناتها للتصدي للأوبئة والأمراض المعدية ومواجهتها، وتدخل هذه الوسائل حالة طارئة تستدعي منها القيام بمسؤولياتها، أو إجراء تعديلات على خرائطها الإعلامية وخططها وبرامجها؛ حيث لا يقتصر الدور هنا على برامج الإعلام الصحي المتخصصة لغايات التصدي والمواجهة، وإنما تصبح عملية المواجهة هي دور وواجب وسائل الإعلام بشكل عام. (الشرمان 2020، ص.193).

ما يستدعي من الإعلام الصحي الالتزام المتخصص بشروط أساليب المعالجة المستخدمة في الاعلام، وذكر منها الحرص على تقديم معالجة إعلامية شاملة وعميقة تستجيب لطبيعة الموضوع الصحي المعقد والمتشابك، ولخصوصية الحدث الصحي. واستخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي قادرة على تقديم رؤية متكاملة للحدث والظاهرة الصحية. كذلك استخدام الاستمالات الذهنية والمنطقية والعقلانية في مخاطبة معظم فئات جمهور الإعلام الصحي. والعمل الدؤوب لجذب الخبراء والمختصين للإسهام في معالجة الأحداث والظواهر والأزمات الصحية بشكل أكثر عمقاً وشمولية. (أحمد حسين 2018، ص.ص.43-44).

-أسلوب الاعلام في مواجهة الوباء:

من المؤكد أن تصبح أزمة فيروس (كورونا) المادة الرئيسية لعناوين الصحف ووسائل الاعلام التقليدية والاجتماعية منها، وأن تحتل اخبارها موقع الصدارة، باعتبارها حدثا عالميا واسع الانتشار، ومرتفع الاخطار والاثار، وسريع التوسع على نحو لم تعهده البشرية على الأقل في العقود القليلة الأخيرة؛ ما دفع منظمة الصحة العالمية لإعلانه وباء عالميا، في حين وجدت وسائل الاعلام نفسها أمام هذا الوباء في امتحان صعب واختبار حقيقي لقدراتها في إثبات وجودها، وتحقيق ذاتها، وكسب أكبر عدد ممكن من جمهور المتلقين والمتابعين والمتعرضين لمضامينها. (الشرمان 2020، ص. 194).

ومن وجهة نظر أخرى فإن كل وسائل الاعلام العالمية تجندت على مدار الساعة لتمارس دورها كسلطة أولى لا رابعة في الحرب العالمية على وباء كورونا الخطير جدا، لتتحول الى قواعد حربية، وغرف عمليات تساند مجهودات الجيش الأبيض والقوى العسكرية والأمنية بنقل الحقيقة كما هي دون تزييف او توظيف. (<https://www.bab-net>)

-مهمة الاعلام في صراعه مع الوباء:

هناك مهمتين أمام الصحفيين والإعلاميين والمنابر الإعلامية في صراع المواجهة مع وباء كورونا، الأولى، في نشر الأخبار وأعداد المصابين استنادا إلى مصادرها الرسمية بعيدا عن الإشاعات والأقويل، والثانية، في الحديث والتحليل لطبيعة فيروس كورونا وتحليل أخطاره ومصادره وتركيباته من خلال مقالات وتحليلات وتقارير علمية مسنودة وموثقة، إلى جانب استضافة الأطباء والمتخصصين وإجراء الحوارات والنقاشات معهم للبحث في كل ما يدور حول كورونا. (<https://pulpit.alwatanvoice.com>)

ومع ظهور الفيروس الجديد تعاملت وسائل الاعلام العالمية والمحلية وفق عدة مسارات سنحدها كالآتي: (<https://annabaa.org>)

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

- المسار الثاني: الاعتماد على التقارير المنحازة، بمعنى التوظيف السياسي للفيروس، بعض القنوات الفضائية تتعامل مع انتشار الفيروس وفق طبيعة الدولة التي يستهدفها.

ومنه فالإعلام وقت الأزمات يقوم بوظيفتين، الوظيفة الأولى: أن يكون الاعلام انعكاسا لمجتمع الأزمة بمعنى أن يكون كما يرغب الأفراد معبرا عن احتياجاتهم؛ فيحقق بذلك عنصر المصدقية: مما يزيد من الاهتمام به والانجذاب إليه. الوظيفة الثانية: أن يكون الإعلام موجها لمجتمع الأزمة، بمعنى أن يكون كما يريد قادة المجتمع. (<https://www.elbalad.news>).

ج- وسائل التواصل الاجتماعي والوباء

إن وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الأزمة تعرضت أكثر من غيرها إلى اختبار حقيقي في المصدقية، فبالرغم من أنها كانت على مدى السنين الماضية نافذة الكثيرين، ووسيلة سهلة وسريعة لتداول ونقل الأخبار، فإن أزمة وباء (كورونا) غيرت المعادلة ولو مؤقتا، فالكثير من الناس باتوا يتجهون ويسارعون إلى وسائل الإعلام التقليدية، وخاصة التي تنسم منها بالمصدقية بحثاً عن الحقائق، وهو ما يؤشر إلى تراجع شعبية الإعلام الاجتماعي في هذه الفترة، تلك الشعبية الكبيرة التي بنيت على سلع جلهما رخيص الثمن، ويعكس أزمة فقدان ثقة في هذا الإعلام المستحدث، وخاصة في أوقات الأزمات.

ولأن وسائل التواصل الاجتماعي تلقى الإقبال الكبير من حيث اعتبارها مصدر المعلومة للكثيرين ومنهم الصحفيون، انتشرت فيها أخبار الفيروس في ظرف قياسي، فيما باتت تغزو الواتساب وما شابهه فيديوهات عن الانتشار السريع للوباء وكلها كانت تزيد من تعميق الإحساس بالخوف لدى الكثيرين. (<https://www.hespress.com>)

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 الأزمة، وكشف زيف وكذب بعضها، وضعف إجراءاتها في التعامل مع هذا الوباء وأخذت هذه الوسائل موقعها وهي تقدم الأزمة، إلا أن ما يؤخذ على تعاطي هذه الوسائل في تقديمها لهذه الأزمة وغيرها من الأزمات والقضايا والأحداث، تلك المزاجية والسطحية الكبيرة في تناول وتداول وانتقاء الأخبار والمعلومات، وهنا يثور التساؤل حول انتقائية المضامين، وتجزئة واقتطاع ما يتوافق مع أهداف الوسيلة، ورغبات الفرد من هذه الأخبار والصور والفيديوهات، ومن ثم نشرها، وهذا يعني تجزئة الحقيقة وربما قلبها وتشويهها على نحو يلحق ضرراً بأمن المجتمع، وبسمعة بعض الحكومات والأشخاص.

3. المشهد الطبي يضيق مصداقية وحرية الاعلام في ظل أزمة كورونا

إن من أخطر المسارات التي يخشاها الكثيرون والتي من المحتمل أن تنتجها أزمة كورونا هي قيام الحكومات بتوظيف الوباء لغايات فرض السيطرة والنفوذ، والتضييق على الحريات، ومزيد من الضبط 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.

وفي هذا السياق فقد أعلن المعهد الدولي للصحافة أن الحكومات في دول العالم استغلت جائحة كورونا لزيادة القيود المفروضة على حرية الاعلام، وقال المعهد في تقرير بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة، إن الأزمة الصحية التي يواجهها العالم أتاحت الفرصة للدول الديمقراطية والاستبدادية، بزيادة سيطرتها على وسائل الاعلام، تحت ذريعة محاربة نشر معلومات مضللة ومغلوبة، وجاء في التقرير أن الدول الاستبدادية لطالما استغلت قوانين الطوارئ لخنق وسائل الاعلام المستقلة وتجرم الصحافة، أما في فترة الجائحة، فإن الدول الديمقراطية أيضاً باتت تبذل جهوداً أكبر للسيطرة على الاعلام وتقيد إمكانية الوصول إلى المعلومات حول تفشي الوباء (<https://arabic.euronews.com>)).

أ- الاعلام والوعي بطرق الوقاية من الوباء

الكثير من وسائل الاعلام كانت ضحية للمعلومات الطبية الخاطئة والمتضاربة التي يصرح بها الأطباء والمختصون، ووقعت هذه الوسائل في حرج مع جماهيرها، فكثيراً ما سمعنا معلومات متعارضة، تناقضها وسائل الاعلام، وما إن نعتقد بصحة معلومة حتى يتم نفيها أو تصحيحها.

وفي ذات السياق قامت منظمة الصحة العالمية بتقديم النصائح، والإجابة عن كثير من التساؤلات المتعلقة بالوباء وطرق الوقاية منه، وأسهمت عبر تقاريرها وارشاداتها بتصحيح كثير من المفاهيم المغلوطة والمرتبطة بالمرض.. (<https://www.who.int>). . وصف مراقبون برامج التوعية التي اتبعتها الدول والمنظمات العالمية وغيرها من منظمات المجتمع والأفراد للوقاية من هذا الفيروس بأنها كانت أهم سلاح في مواجهته والحد من انتشاره، انطلاقاً من أنه لا جدوى من وجود علاج طبي إن لم يواكبه تفاعل مجتمعي. بيد أن تلك البرامج عبت عن المسؤولية التضامنية في تعميق المشاركة المجتمعية ونشر الوعي الصحي والتأكيد على أهمية تلاحم الجميع، حكومات وأفراداً للحفاظ على الأوطان، وصحة المواطنين ومواجهة هذا الوباء العالمي.) (<https://www.independentarabia.com>)

وهناك من أكد على ضرورة نشر الرسائل الموجبة المتعلقة بالتوعية الصحية من الفيروس وسبل الوقاية منه بالاعتماد على مصادر موثقة ورسمية وبعيداً عن أي عمل حزبي أو تغليفه بالبعد السياسي، والتشديد

على أهمية الالتزام التام فقط بالبيانات الرسمية من المخولين بالتحدث في هذا الملف الحساس، وبما تتطلبه أقصى درجات المسؤولية الوطنية والمهنية من الجميع. (<https://www.addustour.com>)

إن نقص وتضارب المعلومات الطبية عن المرض، وعدم التوصل لحقائق ثابتة ومؤكدّة حول أسبابه وطريقة انتشاره، وكيف ينتقل، صعب من مهمة وسائل الإعلام، وجعلها تعيش حالة من الإرباك والتردد، ولم يعد بوسع معدي الرسائل الاعلامية التحرك بحرية في ظل ضبابية المشهد الطبي الذي أحاط بالفيروس المسبب للمرض، وهذا أضعف من دور الإعلام المهم والحيوي في عملية التوعية والتثقيف، كما أن الكثير من وسائل الإعلام وتحت هاجس السبق الإعلامي انشغلت بالبحث عن عقار أو علاج للمرض، وبالاكتشافات العلمية المتعلقة فيه، وأشغلت الكثير من مساحاتها الإعلامية الزمنية بهذا الموضوع.

ب- الشائعات حول فيروس كورونا بين الترويج والتشهير: ونقسمها الى:

-الترويج لحالة من الخوف

إن وسائل الإعلام استطاعت من خلال الإشاعات الترويج لحالة غير مسبوقّة من الخوف والذعر والهلع، من خلال محتويات ومضامين شكلت لهذه الوسائل مادة دسمة لحشو مساحاتها المكانية والزمانية، واعتبرتها ميداناً للتنافس والتسابق والذيوغ والانتشار، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مبالغة في التهويل والتضليل إذ انتشر الكذب والتدليس، وأصبحنا نسمع عن خبراء في التغذية، يقدمون النصائح التي لا تستند إلى أسس طبية.

-نقص المعلومات وانتشار الشائعات

بالرغم أن أزمة فيروس كورونا تعد من أخطر الأزمات الصحية التي واجهت العالم في العقود الماضية، فإن طريقة تناول الاعلام في بعض الدول لم تكن على مستوى الأزمة، بل إنه أسهم في إذكاء الشائعات المثارة حولها. وهذا يرجع في جانب منه إلى نقص المعلومات والبيانات التي توفرها الجهات الرسمية حول الفيروس، الأمر الذي جعل العديد من وسائل الاعلام في بعض الدول تقع في فخ الإثارة والتهويل، وتعيد نشر المعلومات المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي دون التأكد من مصداقيتها، ومعرفة مصدرها. (<http://na/tionshield>)

وأكد مدير عام منظمة الصحة العالمية تيدروس أدهانوم أهمية دور الاعلام في التصدي للشائعات والمعلومات المضللة المحيطة بفيروس كورونا المستجد COVID-19 ، وقال غير ييسوس في مؤتمر صحفي: "إن التصدي لتلك الشائعات جزء حيوي من المعركة ضد هذا الفيروس "مؤكدًا أهمية دور وسائل الاعلام للتأكد من حصول الناس على معلومات دقيقة حول التهديدات التي يواجهونها وكيفية حماية أنفسهم والآخرين.

ج- منصات التواصل الاجتماعي والتصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة (الإشارة الى بعض الدول)

ومع انتشار المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي، أو منصات إدارة الفيسبوك واليوتيوب والانسغرام، وهي من أكثر المنصات تأثيرًا في العالم التواصلي الافتراضي، باتخاذ إجراءات أكثر وضوحًا وحرزًا لمكافحة المعلومات الخاطئة. وفي منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط أعلنت إدارة فيسبوك شراكها مع منصة (فتينونا) لتدقيق المحتوى في 19 دولة عربية للتدقيق في صحة الأخبار المضمنة في صور وفيديوهات حول

فيروس كورونا؛ حيث تأكد بمجال لا يدعو للشك أن "الحجر الافتراضي" للأخبار الخاطئة والصور والفيديوهات الزائفة جزء من المعركة؛ حيث الأسوأ لم يأت بعد في عدد من الدول (/ <http://news.tunisiatv.tn>). كما أن سيل الأخبار الكاذبة هذا دفع منصة (فتبينوا) وهي مؤسسة عربية لتدقيق المحتوى العربي على الإنترنت للعمل على مدار الساعة، للتحقق من الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (<https://ijnet.org>)

واتخذ موقع (جوجل) العالمي الشهير إجراءات تمنع الإعلانات التي تستفيد من الوباء، بما يتماشى مع سياسة الأحداث الحساسة، وفرض حظر مؤقت على جميع إعلانات الأقنعة الطبية وأجهزة التنفس، كما عطلت شركة التكنولوجيا العملاقة عمليات البحث في التطبيقات عن (فيروس كورونا) في متجر Google Play، وقامت بإزالة المعلومات المضللة والمراجعات المزيفة حول مواقع الرعاية الصحية من خرائط Google باستخدام مجموعة من أنظمة المراجعة الآلية واليدوية، وأطلق Google (موقعًا إلكترونيًا تم تطويره بالشراكة مع حكومة الولايات المتحدة، لتوفير المعلومات والموارد حول هذا الوباء، ويغطي نصائح الوقاية، وخريطة للمناطق المتضررة من تفشي المرض، والروابط مع وكالات الصحة المحلية، ويتم توفيره بلغات مختلفة. (<https://firstdraftnews.org>))

وفي مصر طالبت لجنة أزمة فيروس (كورونا) المستجد على لسان وزير الدولة للإعلام جميع وسائل الاعلام ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الالتزام بالبيانات الرسمية الصادرة عن الجهات المعنية بالتعامل مع فيروس كورونا، وعلى رأسها وزارة الصحة، وعدم ذكر أسماء المصابين أو تفاصيل بشأنهم، طبقًا للبروتوكولات الصحية الدولية التي تؤكد ضرورة عدم ذكر أسماء المرضى أو أي تفاصيل بشأنهم. (<https://www.almasryalyoum.com>)

ووسط الكم الهائل من المعلومات والشائعات، صدرت وزارة الداخلية المغربية بلاغًا صحفيًا تحذيريًا للعموم من مغية ترويج أنباء غير صحيحة منسوبة إلى جهات رسمية، بشأن الإجراءات المتخذة للتصدي لانتشار فيروس كورونا، كما توعدت مروجي تلك الأخبار بالمتابعة بعد تحديد هوياتهم، (<https://www.hespress.com>) كما وجهت "الهيئة العليا المغربية للاتصال المسموع والمرئي" بضرورة تفادي التشهير، والحط بالكرامة واحترام المعطيات الشخصية للأشخاص المصابين بفيروس كورونا في تغطيات وبرامج القنوات التلفزيونية والإذاعية بالبلاد. (<https://aawsat.com>)

د- توظيف الشائعات المتعلقة بالوباء وتوجهاتها

إن الإشاعات التي رافقت انتشار وباء كورونا حملت توجهات وأسبابًا كثيرة اقتصادية وسياسية وغيرها، ويمكن إجمال هذه التوجهات والأسباب فيما يلي:

-التوجهات السياسية:

من المرجح أن يشكّل الوباء نقطة تحول في شكل وطبيعة العلاقات بين بعض الدول، وخاصة الكبرى منها، وأن ترفع من مستوى الصراعات بينها؛ مما قد يؤدي إلى حالة من الانشقاق في العلاقات بين الدول، وتعمق الانقسامات في المواقف، وربما يقود إلى انفراج في العلاقات مع دول أخرى، وقد تتسبب في انهيار كتلتات وتحالفات، أو تشهد انسحابات، وعلى صعيد آخر فقد تشهد الأزمة زيادة في قوة وفاعلية التحالفات القائمة، وتعاونًا بين بعض الأطراف لمواجهة التهديدات والآثار المترتبة عليها.

وفي الحالة الأمريكية وصل التوظيف السياسي إلى أعلى مراحلها وأسوأ تجلياته، فكان (دونالد ترامب) وجد في أزمة كورونا فرصة انتخابية سانحة لحصد ولاية ثانية، فكان يتحدث طوال الوقت بعلم وبغير علم، فيما يعرف وما لا يعرف، ((<https://www.shorouknews.com>) وقد استثمرت هذه الأزمة من قبل العديد من أحزاب المعارضة للنيل من الحكومات الموجودة في السلطة والتركيز على إدارتهم السيئة للأزمة، وهو ما فعله مرشحو الحزب الديمقراطي في أمريكا للنيل من ترامب ممثل الحزب الجمهوري في السلطة، ولاستثمار سوء إدارة ترامب للوصول إلى السلطة في أمريكا. (<https://marsad.ecsstudies.com>)

كما انتشرت على وسائل التواصل الاجتماعي تقارير ومعلومات كان مصدرها الإعلام التقليدي، كخبير الصحفية الألمانية التي روجت أن إدارة الرئيس ترامب عرضت على إحدى الشركات الألمانية شراء امتياز إنتاج لقاح لفيروس كورونا، الأمر الذي نفته الشركة الألمانية نفسها بعد الجدل والتصريحات الغاضبة التي أشعلت وسائل الإعلام في الأيام الماضية، كما أن محطات التلفزة الأمريكية قدّمت سيل لا ينتهي ومتضاربًا من الأنباء والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، ناهيك بالتحريض السياسي في خضم معركة الانتخابات الرئاسية التي تضررت من جراء انتشار الوباء، ما فرض تعديلات دراماتيكية على الإطلاقات الإعلامية للمتنافسين فيها. (<https://aawsat.com>)

ومن مظاهر التوظيف السياسي للأزمة أن بعض الدول الأوروبية بدأت تجاهر بعدم جدوى الاتحاد الأوروبي بعد فشله الذريع في مساعدة دوله، ولعل الحالة الصارخة تتمثل في إيطاليا، وكيف بدت بمفردها في التعامل مع كارثة إعصار كورونا، وكأن الاتحاد الأوروبي منظمة شكلية لا وجود لها على أرض الواقع، على الرغم من تخصيص الدعم المادي الكبير، وهو ما سيعمق بقوة فكرة تفككه لاحقًا، وسيرسل للرأي العام الأوروبي رسائل بليغة ويضع بريطانيا في موقعها بعد خروجها من الاتحاد الأوروبي. (<https://al-ain.com>)

- التوظيف الاقتصادي للوباء

لا يجد المتابع لوسائل الإعلام صعوبة في الوقوف على الطريقة التي تمت فيها عملية التوظيف الاقتصادي لأزمة الوباء؛ حيث الترويج للأدوية واللقاحات، والحديث عن مواد التعقيم، وأهمية الكمادات، وأجهزة التنفس، وغيرها من المعدات الطبية، فضلًا عن الترويج للأعشاب وبعض الخلطات السحرية في الحد من الوباء، وما رافق ذلك من عمليات استحواذ واحتكار، وارتفاع في الأسعار، وظهور طبقة من التجار المستغلين، وأشخاص صاروا أثرياء بين عشية وضحاها، وتبين أن قسمًا كبيرًا مما تم الترويج له ما هو إلا إشاعات كاذبة وتحمل توجهات اقتصادية خالصة.

وقال تقرير لموقع (بوليتيكو) عن مسؤولين أوروبيين: إن الصين وروسيا تستمران في نشر أخبار كاذبة بشأن كورونا بهدف زعزعة اقتصادات الاتحاد الأوروبي والدول الشريكة، وبحسب التقرير الذي نشر الأربعاء فإن فريق خدمة العمل الخارجي الأوروبي المكرس لتسليط الضوء على هذه الأساليب، رصد أكثر من 150 حالة تضليل من الكرملين مرتبطة بوباء كورونا منذ أواخر يناير، ويشمل ذلك الادعاء أن الاتحاد الأوروبي كان على وشك الانهيار بسبب ردود الحكومات الوطنية المتعثرة على وباء كورونا المعروف باسم COVID-19 (<https://www.alhur/ra.com>).

الخاتمة

يتبين من الدراسة أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية، والجديدة على وجه الخصوص وقعت في فخ الإثارة والتحويل، وعملت على إثارة الرعب لدى الناس، ونشرت الشائعات والمعلومات المتعلقة بوباء كورونا دون التحقق من صحتها، وكان الخوف هو السمة الأبرز في معظم وسائل الاعلام الأجنبية . واتضح من الدراسة أن وسائل الإعلام العالمية والعربية بدأت في حالة من التخبط والتشتت في بداية الأزمة المرتبطة بوباء فيروس كورونا، بسبب ندرة المعلومات وضبابية الموقف، وعدم وضوح الرؤية حول الفيروس، ودخلت في سباق محموم بحثاً عن السبق والإثارة.

-التوصيات : في ضوء ما تقدم من نتائج توصي الدراسة بما يلي:

- ضرورة قيام وسائل الإعلام بتقديم معالجة شاملة وعميقة للأوبئة والأمراض المعدية، وذات طابع تحليلي وتفسيري واستقصائي.
- ضرورة التكامل والتعاون بين وسائل للإعلام والجهات الصحية المعنية، وضرورة تشكيل فرق عمل تضم خبراء إعلام وأخصائيين من القطاع الصحي لإعداد وإنتاج المواد والبرامج الإعلامية في المجالات الصحية.
- 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 تعسف، لما لذلك من آثار إيجابية كثيرة، في مقدمتها الحد من الشائعات التي تترافق وتزداد مع الأزمات.
- ضرورة العمل على زيادة وعي الجمهور بكيفية التعااطي السليم مع المحتويات الإعلامية التي يجري تداولها بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
- التأكيد على معايير وأخلاقيات النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف الارتقاء بمضامينها، بعيداً عن كل أشكال الإساءة، والتطرف، أو التحريض.
- التأكيد على أهمية التزام وسائل الإعلام بالبيانات الرسمية الصادرة عن الجهات المعنية وقت الأزمات، دون تحويلها لأدوات ضغط سياسية، والترويج لأجندات الحكومات، مخالفة بذلك القواعد الأخلاقية والمهنية في ممارسة العمل الاعلامي.
- قيام وسائل الاعلام بوضع خطط استباقية يشترك فيها مختصون وخبراء ومعنيون للتعامل مع الأوبئة والأمراض المعدية وما يصاحبها من أزمات، وترتكز إلى أهداف واضحة ومحددة، وترسم معالم الطريق الصحيح لجميع وسائل الإعلام.

قائمة المراجع

1. دليو، فضيل.(1998). مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
2. إمام، إبراهيم.(1985).الإعلام الإذاعي. القاهرة: دار الفكر العربي.
3. وجلال، عبد الله.(1994). " آثار التلفزيون على المشاهدين". مجلة بحوث، جامعة الجزائر، العدد، 02.
4. عدلي العبد، عاطف.(1993).الاتصال والرأي العام:الأسس النظرية والإسهامات العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
5. مختار، مي الدين.(1993). دراسات في الإعلام والاتصال. الجزائر: دار المعرفة للطباعة والنشر.

6. الأوتروا. (2020). فيروس كورونا المستجد COVID-19: دليل توعوي صحي شامل. على الرابط: <https://www.unrwa.org> تاريخ الدخول: 2021/09/09
7. بن عبد الله الشقير، عبد الرحمن. (2020). "الأمن البيئي الصحي في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد: دراسة وصفية تحليلية لبعض الممارسات الصحية في المملكة العربية السعودية". المجلة العربية للدراسات الأمنية، المجلد 36، العدد 2.
8. الشرماني، عدیل أحمد. (2020). " دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجًا". المجلة العربية للدراسات الأمنية، المجلد 36، العدد 02.
9. شعباني، مالك. (2005). " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية لجامعي قسنطينة ويسكرة في الجزائر". أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا.
10. فوزان، عبد الله محمد. (14 ماي 2006). "الإعلام والصحة ... نقاط الالتقاء والافتراق". صحيفة عكاظ، على الرابط: <https://www.okaz.com> تاريخ الدخول: 2021/08/07 على الساعة 13:24.
11. أحمد حسين، رؤوف سالم. (2018). الإعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبية. القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
12. الهرماسي، خالد. (2020). " أي دور للإعلام الديني في زمن كورونا". على الرابط: <https://www.bab-net> تاريخ الدخول: 2021/07/31 على الساعة 01:02
13. معروف، عبد. (26 مارس 2020). " دور الإعلام في مواجهة فيروس كورونا. دنيا الوطن"، على الرابط: <https://pulpit.alwatanvoice.com> تاريخ الدخول: 22/03/2021 على الساعة 14:45
14. عباس، مسلم. (17 مارس 2020). "رصد أساليب التغطية الإعلامية لفيروس كورونا" شبكة النبا المعلوماتية، على الرابط: <https://annabaa.org> تاريخ الدخول: 2021/01/21 على الساعة 20:21
15. مصطفى، هويدا. (31 مارس 2020). "الإعلام وأزمة كورونا.. الدور المطلوب". صدى البلد، على الرابط: <https://www.elbalad.news>
16. عبد الحفيظ، المنور. (08 مارس 2020). "الحاجة إلى إعلام قوي في زمن كورونا. جريدة هيسبريس الإلكترونية"، على الرابط: <https://www.hespress.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة 22:06
17. هنال، مصطفى. (29 مارس 2020). " في زمن كورونا: العالم الافتراضي يزحزح العالم الواقعي". شبكة النبا المعلوماتية، على الرابط: <https://annabaa.org> تاريخ الدخول: 2021/07/31 على الساعة 02:45
18. يورو، نيوز. (03 ماي 2020). " المعهد الدولي للصحافة: دول ديمقراطية استغلت أزمة كورونا لتقييد حرية الإعلام". على الرابط: <https://arabic.euronews.com> تاريخ الدخول: 2021/08/04 على الساعة 12:11
19. منظمة الصحة العالمية. (23 نوفمبر 2020). "نصائح للعامّة بشأن فيروس كورونا المستجد-2019 nCoV: تصحيح المفاهيم المغلوطة، على الرابط: <https://www.who.int> تاريخ الدخول: 2021/08/04 على الساعة 12:33
20. علي، إسماعيل. (21 مارس 2020). "كورونا يؤسس لتوعية مجتمعية صحية مستدامة. صحيفة الإندبندنت العربية"، 21 مارس 2020، على الرابط: <https://www.independentarabia.com> تاريخ الدخول: 2021/08/04 على الساعة 13:02
21. القدوة، سري. (08 مارس 2020). "المسؤولية الإعلامية والأخلاقية لمواجهة وباء كورونا". صحيفة الدستور الأردنية، على الرابط: <https://www.addustour.com> تاريخ الدخول: 2021/05/15 على الساعة 14:23
22. الحداد، يوسف. (02 أبريل 2020). " دور الإعلام في مواجهة الأزمات: فيروس كورونا نموذجًا". مجلة درع الوطن، على الرابط: <http://na/tionshield> تاريخ الدخول: 2020/05/22 على الساعة 22:47
23. فطين، حفصية. (29 مارس 2020). "الإعلام طيبب ثانٍ في خندق مواجهة كورونا". التلفزة التونسية، على الرابط:

24. عوير، عبد الكريم. "تأرجح وسائل الإعلام بين النقل الموضوعي أو إثارة البلع بشأن كورونا"، على الرابط: <http://news.tunisiatv.tn> تاريخ الدخول: 2021/08/05 على الساعة: 16:47
25. Skopeliti, C. (2020, March 19). Coronavirus: How are the social media platforms responding to the 'infodemic?', First Draft. <https://firstdraftnews.org> at:11/08/2021 تاريخ الدخول: 2021/08/10 على الساعة: 14:55
26. هيكل، أسامة . (07 أبريل 2020). " لجنة إدارة أزمة كورونا تناشد وسائل الإعلام عدم نشر أسماء المصابين بالفيروس". موقع المصري اليوم الإخباري، على الرابط: <https://www.almasryalyoum.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 21:30
27. مقتع، لحسن . (11 أبريل 2020). "خريطة طريق مغربية للإعلام في زمن (كورونا) أوصت باحترام المعطيات الخاصة وتفادي الأخبار الزائفة". جريدة الشرق الأوسط، العدد 15110، على الرابط: <https://aawsat.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 21:35
28. السناوي، عبد الله. (14 افريل 2020). المسؤولية السياسية في أزمة كورونا. الشروق نيوز، على الرابط: <https://www.shorouknews.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 22:22
29. سليمان، سماء. (12 أبريل 2020). " التوظيف السياسي لفيروس كورونا في مصر والعالم، المركز المصري للفكر والدراسات الإستراتيجية . إستراتيجية"، على الرابط: <https://marsad.ecsstudies.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 22:05
30. إيلي، يوسف. (6 أبريل 2021). "كوفيد ... 19 فيروس ضرب الإعلام التقليدي والافتراضي". جريدة الشرق الأوسط الإلكترونية، العدد 15105، على الرابط: <https://aawsat.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 16:45
31. فهي، طارق. (26 مارس 2020). " التوظيف السياسي الدولي لأزمة كورونا". العين الإخبارية، على الرابط: <https://al-ain.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 16:58
32. "الاتحاد الأوروبي على وشك الانهيار. (1 أبريل 2020). كيف تستغل روسيا والصين أزمة كورونا؟"، على الرابط: <https://www.alhur/ra.com> تاريخ الدخول: 2021/08/11 على الساعة: 22:18