

جائحة كورونا ووسائل الإعلام: قراءة في آليات التأثير

Corona Pandemic and the Media: A Reading in The Mechanisms of Impact

د/ منير طبي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة العربي التبسي تبسة
mounir.tabbi@univ-tebessa.dz

تاريخ الإرسال: 2021/01/01 تاريخ القبول: 2021/05/31

الملخص:

عالج هذا المقال كيفية تأثير جائحة كورونا في الإعلام بشقيه التقليدي والميديا الجديدة، من خلال التعرض لكيفية تأثير الجائحة إيجابيا على العمل الصحفي، وتغير خارطة غرف الأخبار في مختلف المؤسسات الإعلامية السمعية والبصرية والمكتوبة وحتى الإلكترونية، إلى جانب مختلف التأثيرات السلبية على هذه المؤسسات سواء تعلق الأمر بطبيعة الإنتاج الإعلامي أو عوائد الإعلان أو التعامل مع الصحفيين وتعامل هؤلاء مع طبيعة العمل الصحفي، إضافة إلى تناول بعض الدراسات التي وضحت جانب آخر لتأثير الجائحة على الإعلام، من خلال دراسة وتحليل المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار المتعلقة بالجائحة، أو المصادر التي يتقون بمعلوماتها، إلى جانب المنصات الرقمية التي يعتمدون عليها لمتابعة الأخبار.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا؛ الإعلام التقليدي؛ الميديا الجديدة؛ المؤسسات الإعلامية.

Abstract:

This article deals with how the Corona pandemic affects the media, both traditional and new, by examining how the pandemic affects positively on journalistic work, and changing the map of newsrooms in various audio-visual, written and even electronic media institutions, in addition to the various negative effects on these institutions, regardless of the matter. The nature of media production, advertising revenues, or dealing with journalists and their treatment of the nature of journalistic work, in addition to dealing with some studies that clarified another aspect of the impact of the pandemic on the media, by studying and analyzing the sources that the public relies on to obtain news related to the pandemic, or the sources they trust With their information, as well as the digital platforms they depend on to follow the news.

Key words: Corona pandemic; Traditional media; New media; Media institutions.

مقدمة:

المعروف أن الإعلام بأشكاله المختلفة؛ السمعية والبصرية والمكتوبة وحتى الإلكترونية يقوم بدور مهم تجاه مجتمعاته، وهذا الدور يظهر في حالة السلم كما في حالة الأزمات، وعندما تحدث هذه الأخيرة يزيد في الغالب الاهتمام بالأحداث، ويزيد معها دور الإعلام في تغطية ومعالجة تلك الأحداث، تماشيا مع اهتمام الناس بها على اختلاف مشاربهم الفكرية والثقافية والاجتماعية، وهذا ما يسميه المختصون في علوم الإعلام والاتصال بإعلام الأزمات، أي الإعلام الذي يهتم بالأزمة من خلال التعرض لأسبابها ومسبباتها وحيثياتها ونتائجها والحلول الممكنة، لكن أن يقع الإعلام في حد ذاته في أزمة نتيجة وجود أزمة، فهذا الذي يتعرض

له المقال من خلال دراسة جوانب تأثر الإعلام التقليدي والميديا الجديدة بأزمة جائحة كورونا من خلال عدة مستويات، والتي أظهرت جوانب سلبية عديدة على غرار الإيجابية منها على المؤسسات الإعلامية.

رؤية جديدة للعمل الصحفي وغرف الأخبار

كانت وسائل الإعلام ومازالت في الوقت الراهن قوة هائلة لما تمارسه من هيمنة ثقافية واقتصادية وسياسية وأيديولوجية ودينية، تفرض نفسها ومكانتها في حياتنا اليومية، وخاصة منها الإعلام الجديد الذي تغلغل إلى منازلنا دون سابق إنذار، وأصبح لا يمكن الاستغناء عنها، حيث اخترقت الحدود الزمنية والمكانية، وأصبحت حتمية تكنولوجية تفرض نفسها في حياتنا اليومية وخاصة في ظل إدارة أزمة فيروس كورونا، ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام سواء التقليدية (التلفزيون، الراديو، الصحف والمجلات...) أو الحديثة (مواقع الأنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات والوسائط، تكنولوجيا الإعلام والاتصال...) لها العديد من التوجهات القيمية والأخلاقية والثقافية والدينية والسياسية والفكرية، التي يصبح لها تأثير كبير (إيجابي/سلبى) في مواجهة الأزمات ومنها أزمة جائحة كورونا¹.

غير أن طبيعة وخصائص الأزمات في حد ذاتها تجعل الكثير من وسائل الإعلام تضع تلك التوجهات جانبا، وتسعى إلى مجابهة تلك الأزمة بكل موضوعية وحيادية ومهنية، لأن الطلب على المعلومة التي تحمل تلك المعايير مطلوب من قبل الجماهير في مثل هذه الأوقات (حدوث الأزمات).

فلم تترك وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية والإلكترونية شاردة أو واردة متعلقة بفيروس كورونا، منذ الإفصاح عن اكتشافه وانتشاره إلا وأنت عليها بحثا وتفصيلا وتحليلا وتدقيقا، وقد شكل هذا الجهد الاستثنائي غير المسبوق في تاريخ الإعلام، من حيث وحدة موضوعه ومن حيث الاهتمام به، قاسما مشتركا التقت عنده وسائل الإعلام كلها على اختلاف صنوفها ولغاتها ومشاربها ومواقعها الجغرافية واستراتيجياتها، فصدمة جائحة كورونا وتهديدها للإنسان ولمفردات ومقومات وجوده بلا تمييز، بدت كصرخة مدوية في عمق الوعي البشري عموما، وتجلت صداها في المنابر الإعلامية كأحد أهم أذرع المواجهة مع كورونا بشكل خاص، حيث جندت إمكاناتها وعقول القائمين عليها ومهاراتهم بمختلف مواقعهم الجغرافية والمهنية، مذيعين، مراسلين، محاورين، كتاب... الخ، لتحفيز وعي الرأي العام وتنوير العقول وتغذيتها بما ينفع ويساهم في تطوير مهارات الإنسان، ومنحه وسائل مواجهة تحديات الطبيعة والتحديات التي تفرضها سيرورة وتطور الوباء².

وهذه هي الرسالة المنوطة بالإعلام وأشكاله المختلفة، فكما ذكرنا سابقا عادة ما يزيد الاهتمام بوسائل الإعلام أثناء حدوث الأزمات في المستوى العادي، أما أن تكون الأزمة في اتصال مباشر مع الجمهور وإمكانية تأثره بها هو كذلك، فهذا يجعل مستوى الاهتمام في أعلى درجاته، فالحاجة للأمن والسلامة الجسدية تجعل الجمهور يبحث عن الحقيقة والمعلومة الأكيدة عبر مختلف وسائل الإعلام.

فقد قالت مديرة الإعلام في BBC التي تشهد مستويات حضور قياسية: "في إطار الوضع الصحي الطارئ، توفير أنباء جديرة بالثقة ودقيقة أمر حيوي"، مؤكدة أن هذه المؤسسة الإعلامية البريطانية العامة "لديها دور أساسي لتلعبه"، أما "ريكاردو كيرشوم" الذي يعمل في صحيفة "كلارين" اليومية الأرجنتينية الأوسع انتشارا في البلاد، فقال إن "القراء يبحثون عن تحليلات إضافية وخدمات إخبارية وشهادات"، وقالت "مارينا ووكر" من "مركز بوليتزر" المنظمة غير الحكومية الأميركية التي تدعم الصحافة، إنها "ليست مرحلة ملائمة للسبق الصحفي والعمل كالعادة"، وأضافت: "نحن جميعا نواجه العدو نفسه، إنها فترة

تضامن والعمل في العمق، والبرهنة على أننا نكتب لقراء وليس لأجندات سياسية أو لمصالح اقتصادية³. وهذه الشهادات من أهل الاختصاص ما هي إلا دليل على أن كبر حجم وتأثير أي أزمة وخاصة الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا، لها التأثير البالغ في تغيير أنماط العمل الصحفي وأساسياته نحو طبيعة جديدة، تتلاءم والظرف الذي يمر به الإعلام والجمهور على حد سواء. ووفق هذا الأساس تحاول وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها؛ السمعية والبصرية والمكتوبة وحتى الإلكترونية التكيف مع أزمة جائحة كورونا، من خلال جعل منتوجها الإعلامي يناسب تطلعات الجمهور الذي أصبح متلهفا على المعلومة الصحية الأكيدة والحقيقية، وفي هذا الصدد يحاول الباحث ياسر عبد العزيز شرح أهم خمسة تأثيرات لجائحة كورونا على الإعلام من خلال⁴:

- شجعت جائحة كورونا الصناعة على إجراء تغيير جذري في آليات عملها، وصولا إلى ما يمكن وصفه بأنه "نموذج أعمال جديد"؛ حيث سيتم تخفيف أعداد العاملين، والاعتماد على منابوات لبعض الوقت، والسماح لأعداد كبيرة من الكوادر بالعمل من المنزل، والقيام بتغطيات "ميدانية" عن بعد، وتصميم دورة عمل (Workflow) أكثر ذكاء واعتمادية تقنية؛
- إعادة صياغة أولويات الجمهور وصناع الأجندات الإعلامية، فقد أمكن اختبار قدرة الجمهور على الإخلاص لأولويات جادة، صحيح أن ذلك حدث في أجواء الغموض والخطر، التي تأخذ الجمهور حتما إلى البحث عن البدائل ضمن التغطيات الموثوقة، لكنه كان تمرينا صحيا على أجندة أولويات لا تنصدرها المعالجات الترفيهية والأخبار الخاطفة للاهتمام والخالية من المعنى؛
- إعادة الاعتبار لوسائل الإعلام الموصوفة بـ"التقليدية" في مواجهة تلك المعروفة بـ"الجديدة"، هنا سيعود الفضل مجددا لأجواء الغموض والخطر التي يزيد فيها ميل الجمهور بحسب خبراء الإعلام، إلى البحث عن المصادر الأكثر صدقا والتي تخضع لنمط من المحاسبة والمساءلة بطبيعتها؛
- يبدو أن قطاعات غالبية من الجمهور انخرطت طوعا في ورشة "تربية إعلامية" (Media Literacy) كبرى، فباتت تلك القطاعات أكثر وعيا واهتماما بطبيعة الوسائل التي تحصل منها على المعلومات وبسمعتها المهنية، وأكثر تدقيقا في صحة المصادر، وأكثر رغبة في الاعتماد على مصادر متنوعة موثوقة، وأقل قابلية للتلاعب؛ وهي كلها من نتائج "التربية الإعلامية" الفعالة، التي تستهدف إجمالا تعزيز قدرات الجمهور على التعامل مع وسائل الإعلام؛
- يبدو أن وسائل الإعلام ستمنى بخسائر اقتصادية كبيرة نتيجة لتراجع عوائد الإعلان وصعوبات عمليات الإنتاج، فقد تتوقف بعض الصحف المطبوعة عن الصدور تحت وطأة الأزمة المستجدة التي تضافرت مع المشكلات المزمنة، وستقلص بيوت إنتاج كبرى عملياتها، وسيتم صرف بعض العاملين.

هل من آثار جانبية للكورونا على الإعلام؟

في هذه النقطة تشير تقارير مكاتب متخصصة في الإعلان إلى أن مداخيل القنوات التلفزيونية الأميركية الكبرى، ستخضع بنسبة 13% حسب تقرير أصدره مكتب الدراسات Magna، وفي 2021 تتوقع الدراسات ارتفاعا بنسبة 0.8% للمؤسسات التلفزيونية، وانخفاضا كبيرا في مستوى إيرادات القنوات المحلية، ولكن في المقابل فإن الإعلان السياسي (المقدر بـ 5 مليارات دولار) يمكن أن يعوض جزئيا هذه الخسائر، ويبدو جليا أن التأثيرات الأكثر حدة ستشمل الميديا غير الربحية حتى إن بعض التوقعات المستقبلية تتحدث عن اندثار البعض منها، وفي تقرير عن تأثيرات الأزمة صادر عن معهد Poynter، فإن تراجع

الإيرادات الإعلانية أدى إلى تأثيرات خطيرة، خاصة على المجلات الأسبوعية التي تمثل صحافة بديلة عن الصحافة السائدة الإخبارية، مما سيدفع بجزء من المجلات الإخبارية للتوقف عن الصدور، وترى بعض التحليلات أيضا أن الأزمة ستقتل لا محالة الصحافة المكتوبة المحلية، التي كانت تعتمد على قطاعات مثل توزيع السيارات والتجارة بالتفصيل والسينما⁵. وهذه القطاعات متصلة بشكل كبير بالصحافة المكتوبة المحلية، من خلال تعاقدات الإعلان والدعاية، والتي هي بدورها تأثرت بجائحة كورونا التي استدعت في كثير من المرات الإغلاق الجزئي والتام لبعض الولايات الأمريكية، مما أثر على جمهورها ومبيعاتها وأسواقها التجارية وحركة إعلاناتها ودعايتها.

وفي فرنسا تقيّد معطيات نشرتها صحيفة "لوموند" عن ميزانياتها أن إيراداتها من الصحافة الورقية تمثل 79%، أما على مستوى مؤسسة "لوموند" التي تتكون من عدة صحف ومواقع، فإن التوزيع يمثل 68% من إيرادات المؤسسة، و20% من الإعلان، و12% من مصادر أخرى، ويمكن أن تكون الأزمة مسرعة للتحويلات التي يشهدها قطاع الصحافة والميديا، في مستوى التخلي تدريجيا عن التوزيع الورقي لصالح التوزيع الرقمي من جهة أولى، وتطوير مصادر الدخل القائمة على الاشتراك والتخلي تدريجيا عن الإشهار أو الإعلان كمصدر من مصادر دخل الصحافة، لكن هذا المسار نحو الرقمي يرتبط بعدة متغيرات، منها حسب Jean Marie Charon متغيران أساسيان: يتصل المتغير الأول بالموارد الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسات، وبطبيعة المجموعات الاقتصادية التي تكون مرتبطة بها، والتي يمكن أن توفر لها الموارد الضرورية للابتكار والاستمرار، أما المتغير الثاني فيرتبط بطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه الصحافة؛ فكلما كان الجمهور متعلما ومترفا ماديا كان لمؤسسة الميديا إمكانات لتطوير مضامين تحريرية رقمية، بمقابل على عكس الصحافة التي تتوجه إلى جمهور شعبي محدود الموارد الاقتصادية⁶.

فالمتمغير الأول (المؤسسات الإعلامية) متأثر أصلا بالجائحة وتراجع عائدات الإعلان، إلى جانب المجموعات الاقتصادية المرتبطة بها والتي تأثرت عائداتها المالية هي الأخرى نتيجة الإغلاق الجزئي أو التام في فرنسا، أما المتغير الثاني فهو متأرجح تأرجح القدرة الشرائية والمستوى الاقتصادي العام للجمهور نتيجة الأزمة على المستوى المحلي والأوروبي والدولي، ومن هنا تظهر نسبة الانتقال من الورقي إلى الرقمي في فرنسا جراء هذه الأزمة.

كما حفلت وسائل التواصل الاجتماعي بقصص عن فقدان عدد كبير من الصحفيين لوظائفهم، وإعلان مؤسسات تلفزيونية عربية وأجنبية، عن تسريح عدد كبير من موظفيها، فvim وجد بعض الصحفيين في الولايات المتحدة طرقا لمساعدة زملائهم على دفع الإيجار أو شراء البقالة لأنهم فقدوا (أو خفضت) رواتبهم، بسبب حالات التسريح من العمل والإجازات غير المدفوعة، بحسب وكالة "أسوشيتد برس"، كما أفادت دراسة نشرها الاتحاد الدولي للصحفيين، بأن ظروف عمل الصحفيين والمراسلين حول العالم تدهورت خلال جائحة كورونا، وبحسب تلك الدراسة فإن الاتحاد تواصل مع 1308 صحافيين في 77 دولة، وقال إن 3 من كل 4 صحافيين واجهوا قيودا أو عرقلة أو تخويفا أثناء تغطيتهم لأزمة الفيروس، وقال أن ما يقرب من 1 من كل 4 صحافيين يكافحون من أجل الوصول إلى المعلومات، واشتكى كثيرون من القيود المفروضة على حرية الحركة أو طرح الأسئلة خلال المؤتمرات الصحفية خصوصا الافتراضية، كما أثر العمل وسط أزمة الفيروس على الصحة العقلية للصحفيين، حيث بات أكثر من نصفهم يعانون من التوتر والقلق، وفي هذا الصدد قال الاتحاد إن أكثر من ربع المراسلين قالوا إنهم يفتقرون إلى المعدات المناسبة للعمل من المنزل

في ظروف آمنة، وسط إجراءات الإغلاق التي طبقت على نطاق واسع لإبطاء انتشار الفيروس⁷. ما يشير إلى تأثير الصحفيين والإعلاميين بالجائحة على كل المستويات (تحريرية، عملية، وظيفية، نفسية...). وحفلت الأنباء التي تداولتها وسائل الإعلام بالرقابة المشددة التي فرضتها بعض الدول على أخبار الجائحة، في روسيا وتركيا وإيران، غير أن الصين وققت على رأس اللائحة بعدما باشرت فرض تعميم على نقشي المرض، وحتى في الولايات المتحدة لم يسلم الصحفيون من المساءلة التي كانت في معظمها من مؤسسات خاصة، ومع أنها لا تشير إلى نهج سلطوي ترعاه الحكومة الأميركية، فإنها كشفت عن مدى تأثير الهجوم المتواصل الذي يشنه الرئيس "دونالد ترامب" على الإعلام، واصفا إياه بـ"الإعلام الكاذب"، فقد رفعت جامعة "ليبرتي" دعوى على اثنين من الصحفيين يعملان بالقطعة مع صحيفتي "بروبابليكا" و"نيويورك تايمز"، وطالبت بحبسهم لما يصل إلى عام بتهمة التعدي الإجرامي، والدخول من دون تصريح، والقيام بمقابلة شهود، لإجراء تحقيق في أواخر شهر مارس الماضي عن أسباب إبقاء فرع الكلية الإنجيلية في ولاية "فيرجينيا" أبوابه مفتوحة جزئيا، رغم أوامر الإغلاق بسبب تفشي فيروس كورونا⁸.

وفي إفريقيا تتراجع الإيرادات وتزداد حالات التسريح من العمل، بعدما كانت تكافح لتوفير التمويل وسط معاناة معتادة، وشكل الاستغناء الأخير عن الموظفين أنباء مفاجئة ومؤلمة للصحفيين في اثنتين من أكثر الصحف المستقلة شعبية في نيجيريا، عندما أعلنت صحيفتا "ذا بنش" و"فانغارد" قرارتهما الفترة الماضية، وهذه القرارات هي الأخيرة التي تهز الصحافة النيجيرية التي تعد واحدة من الأكثر حيوية في القارة، بعدما تسببت التداعيات الاقتصادية للوباء في انخفاض عوائد المبيعات والإعلانات، وقال رئيس اتحاد الصحفيين في "لاغوس" العاصمة النيجيرية "قاسم أكينيتي": "ما يحدث في نيجيريا ليس غريبا بالنسبة لنا، العالم كله يشعر بالتأثير"، وتابع: "بالنسبة لنا في وسائل الإعلام النيجيرية القصة هي نفسها، فقدنا مئات الوظائف في الأشهر الماضية"، وفي كينيا، خفّضت بعض شركات الإعلام الأجور بما يصل إلى النصف، وفي أوغندا توقفت مطبوعة أسبوعية رائدة عن طباعة أعدادها، وفي ناميبيا تم تخفيض ساعات العمل وتسريح الموظفين الزائدين عن حاجة العمل، وأثارت سرعة وشدة الأزمة الحالية دعوات لخطة إنقاذ حكومية، وخصصت الصحف الخاصة في الكاميرون يوما "للصحافة الميتة"، للتنديد بعدم اتخاذ إجراءات من قبل الحكومة⁹. الشيء الذي يزيد من متاعب الصحافة والإعلام في إفريقيا والتي كانت موجودة أصلا قبل الجائحة، من حيث قلة الإمكانيات وضعف التمويل وصعوبة ظروف العمل وضعف المستوى الاقتصادي للأفارقة بشكل عام، وهو ما من شأنه التأثير بشكل مباشر في الأسواق التجارية وحركة البيع والشراء، ومن ثم ضعف التعاقدات الإعلانية والتي تعتبر العصب الأساسي للمؤسسات الإعلامية بشكل عام.

جائحة كورونا تُصالح الجمهور مع الإعلام التقليدي

أعاد فيروس "كورونا" المستجد الاعتبار لوسائل الإعلام التقليدية، بعدما باتت منابرها المتميزة مصدرا معتبرا للمعلومة، ومرفدا مهما للتغطية الأشمل منسوبا وتنوعا للأزمة، غداة "هجرة" الجمهور "الجزئية" منها إلى منصات الشبكة العنكبوتية، ولكنه شكل أيضا موضع تحد وازن بالنسبة لها، مما انعكس في خطاب التعاطي الإعلامي مع الجائحة، التي لا يزال العالم يُقارع تبعات تفشيها المتسارعة حتى الآن¹⁰. فقد أشار استطلاع أجراه معهد "إيبسوس" لموقع "أكسيوس" الإخباري إلى أنه للاطلاع على التطورات المرتبطة بالفيروس، ما زال نصف الأميركيين يثقون بوسائل الإعلام التقليدية، بينما تثق نسبة أقل بكثير

شبكات التواصل الاجتماعي.¹¹ وهذا قد يرجع بالأساس إلى سببين أساسيين؛ أولهما أن الجمهور لا يزال لا يثق كثيرا بالأخبار المتداولة عبر مختلف المنصات الإلكترونية إلا الرصين والمعروف منها، وثانيهما أن الجمهور ذو الأعمار فوق الأربعين أي بعد مرحلة الشباب مازالوا متعلقين بوسائل الإعلام التقليدية، والتي يكاد يتابعها الشباب في أغلبهم مقارنة بالفئات السنية الأخرى.

وفضلا عن الحسنات العديدة التي حملها معه فيروس كورونا إلى العالم، ولعل أهمها يكمن في تسريع وتيرة رقمنة مختلف مناحي الحياة والخدمات الاجتماعية، فقد أعاد "ثقة" اعتُبرت إلى زمن قريب "مفقودة" أو "هشة"، بين وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية وفئات واسعة من مستهلكي الأخبار عبر العالم، لا سيما الشباب أقل من 35 عاما، إنه معطى واقعي يجد تفسيره التجريبي فيما توصل إليه "معهد رويترز لدراسة الصحافة" التابع لجامعة "أكسفورد" البريطانية، من نتائج وخلصات في تقريره السنوي لعام 2020 حول الأخبار الرقمية، أكدت تحقيق القنوات التلفزيونية في 6 دول من مختلف القارات، شملها استبيان أجري مطلع أبريل 2020، قفزة -يمكن اعتبارها كبيرة- في نسب اعتمادها كمصدر للأخبار، مقارنة بشهور قليلة قبلها¹². وهنا وجب التنويه على أهمية هذه الدراسات أو التقارير التي تجرى قبل وبعد الأزمات والأحداث، والتي تعطي مؤشرات جد قريبة من الواقع، ويمكن على أساسها قراءة الواقع واستشراف المستقبل.

ويستند التقرير في جانب منه على استبيان أجري مطلع شهر أبريل في 6 دول حول العالم وهي المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأميركية، ألمانيا، إسبانيا، كوريا الجنوبية والأرجنتين، بمقارنة مع استبيان سابق أجري في شهر جانفي مطلع العام، أي قبل بدء جائحة كورونا، وأبرز ما أظهره التقرير هو تغير سلوكيات الجمهور في الحصول على الأخبار بشكل كبير وفي كافة المجالات، سواء في المصادر التي يعتمدها الجمهور للحصول على الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا، أو الجهات التي يتفون بمعلوماتها، وكذلك المنصات الرقمية التي يعتمدونها لمتابعة الأخبار، وحسب أرقام التقرير فإن الاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار، ارتفع بما نسبته 5٪ في الدول الست، خلال شهر أبريل، مقارنة بالأرقام في شهر جانفي مطلع العام الجاري، أي أن جائحة فيروس كورونا قد أعادت جزءا من اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار، وبنسبة قربتها جدا من مصادر الأخبار الرقمية التي بقيت المصدر الأكثر اعتمادا¹³.

PROPORTION THAT USED EACH AS A SOURCE OF NEWS
IN THE LAST WEEK (APRIL 2020) - SELECTED COUNTRIES

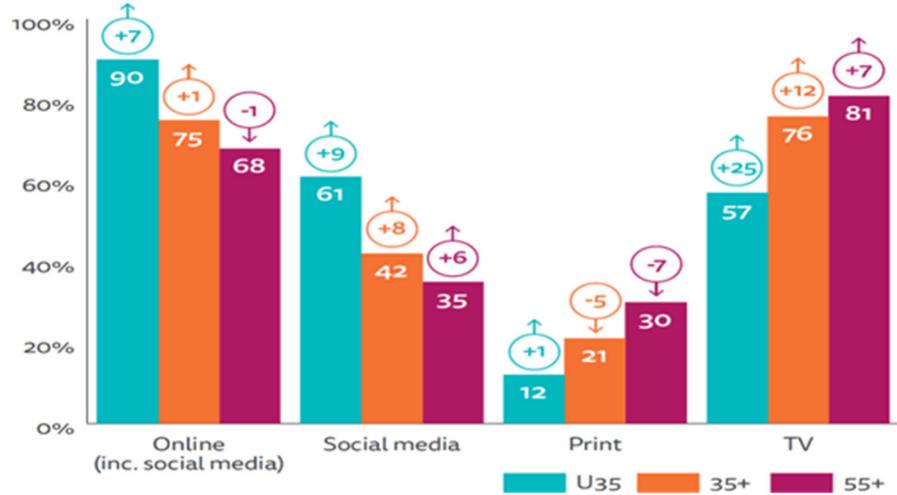
	Online (incl. social media)	TV	Social media	Radio	Print (incl. mags)
 UK	79%	71%	47%	35%	18%
 USA	73%	60%	47%	21%	16%
 Germany	69%	72%	39%	41%	26%
 Spain	83%	71%	63%	24%	28%
 South Korea	85%	65%	51%	14%	19%
 Argentina	90%	77%	78%	24%	30%
Average change from January	+2	+5	+5	+2	-2

بالنسبة لنسب اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة (الأنترنت، التلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي، الإذاعة، الصحافة المطبوعة)، كمصدر للأخبار في زمن جائحة كورونا بالدول الستة مكان الدراسة (المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، إسبانيا، كوريا الجنوبية، الأرجنتين)، يلاحظ بشكل واضح معدل الزيادة في الاعتماد على التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار (+5%) لكل منهما، مقارنة بالإذاعة وشبكة الأنترنت (+2%)، فيم نلاحظ تراجع الاعتماد على الصحافة المكتوبة كمصدر للأخبار (-2%)، وهذا مقارنة قبل ظهور الجائحة، أي أن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة باستثناء الصحافة المطبوعة، زاد كمصدر للمعلومة خلال جائحة كورونا مقارنة بما قبلها، وبالنسبة للفتاوت بين الدول في حد ذاتها فيلاحظ زيادة الاعتماد على التلفزيون وشبكة الأنترنت في كل الدول محل الدراسة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي والإذاعة والصحف المطبوعة بشكل عام، وهذا يرجع بشكل أساسي لخصائص تلك الوسائل (التلفزيون وشبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي) الاتصالية (صورة، فيديو، صوت، تفاعل)، مقارنة بالإذاعة والصحف المطبوعة التي تقل فيها التفاعلية والخصائص الاتصالية، التي يمكن أن يتفاعل ويستفيد منها الجمهور في موضوع يحتاج إلى كثير من التفاصيل مثل موضوع جائحة كورونا.

رسم بياني يوضح سلوك الفئات السنية للجمهور تجاه مصدر الأخبار المعتمد لديهم في شهر أبريل مقارنة مع شهر يناير

15 مطلع العام Reuters Institute Digital News Report

PROPORTION THAT USED EACH AS A SOURCE OF NEWS IN THE LAST WEEK (APRIL 2020) – UK



بالنسبة لسلوك الجمهور تجاه مصدر الأخبار المعتمد لديهم في المملكة المتحدة خلا جائحة كورونا، نجد أن الفئة السنية الأقل من 35 سنة لها اتجاه إيجابي بنسبة كبيرة (+25%) نحو التلفزيون ثم مواقع التواصل الاجتماعي (+9%) ثم شبكة الأنترنت (+7%) ثم الصحف المطبوعة (+1%)، أما بالنسبة للفئة السنية الأكثر من 35 سنة فنجد أن لها اتجاه إيجابي نحو التلفزيون أولاً (+12%) ثم مواقع التواصل الاجتماعي (+8%) ثم شبكة الأنترنت (+1%)، فيم لديها اتجاه سلبي نحو الصحف المطبوعة (-5%)، أما بالنسبة للفئة السنية أكثر من 55 سنة فاتهم إيجابي أولاً نحو التلفزيون (+7%) ثم مواقع التواصل الاجتماعي (+6%)، فيم لديهم اتجاه سلبي نحو الصحف المطبوعة على حد سواء (-7%) ثم شبكة الأنترنت (-1%)، والملاحظ بشكل عام على هذا الرسم البياني هو اتفاق جميع الفئات السنية على الاتجاه الإيجابي نحو التلفزيون بدرجة أولى ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسب مختلفة، أما الاتجاه السلبي فكان للصحف المطبوعة لجميع الفئات عد الأقل من 35 سنة، وهذا يؤكد نتائج الجدول السابق الذي أكدنا فيه أهمية التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي وخصائصهما الاتصالية زمن جائحة كورونا، مقارنة بالصحف المطبوعة التي تفتقر إلى مثل هذه الخصائص والتي تجعل الاتجاهات سلبية نحوها أكثر من غيرها.

وللميديا الجديدة نصيب أيضا

لقد صاحب تفشي جائحة كورونا زيادة ملحوظة في استهلاك الأخبار والإقبال على المصادر الرقمية، للاطلاع على معلومات حول الوباء المستجد والتعرف على الوضع الصحي، وكيفية التعامل مع الوباء في ظل حالة الخوف والقلق من الإصابة، فقد اختلفت توجهات القراء في زمن الحجر الصحي كما وكيفا، وصاحب تضاعف الزيارات تغير في طريقة متابعتهم ولوجهم للمواقع الإخبارية المختلفة، فصيغة التلقي حسب المتخصصين تراوحت بين الترقب والأمل؛ فالمتابعة كثيفة للمواد المتعلقة بتطورات الوباء وعداد ضحاياه وطرق الوقاية منه، فيما تراجعت محتويات كانت تصدر قائمة اهتمامات القراء مثل الرياضة؛ وذلك بسبب توقف أنشطتها، فضلا على متابعة أخبار تطوير لقاحات وعلاجات الفيروس بشغف في بداية

الأزمة، لكن تراجع الاهتمام مع الوقت بسبب تكرار الحديث عن اللقاحات والأدوية دون أن يرى الناس إنتاج لقاح فعليا، فباتوا متشككين، لكنهم ما زالوا يتصفحون أخبارها.¹⁶ أي أن التعرض للمصادر الرقمية مازال يحافظ على صدارته حتى أنه ينافس في بعض الأحيان المصادر التقليدية، وهذا ما قد يحتاج مستقبلا لدراسات وأبحاث تقيس الأسباب والمسببات لهذا التعرض الكثيف خاصة أثناء الأحداث والأزمات، بالرغم من أن المصادر الرقمية كثيرا ما تنتقد في ضعف مصداقيتها وموثوقيتها أثناء الأحداث والأزمات، ومع ذلك وأثناء جائحة كورونا زاد التعرض لها بشكل كثيف!!!، والرسم البياني أدناه يوضح هذه المفارقة.

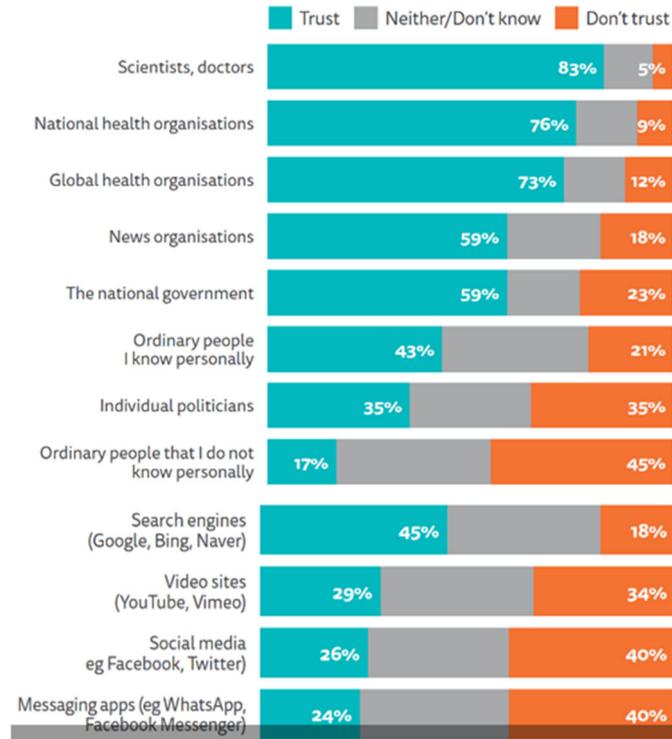
وبالحديث عن محتويات وأشكال الميديا الجديدة التي حظيت باستهلاك كبير في ظل الأزمة، نجد محتوى الفيديو سواء كانت مقاطع أو بثا مباشرا، المنصات المتخصصة ولا سيما الطبية، والمحتوى التفسيري الشارح المرتبط بتحليل أداء الحكومات في مكافحة الوباء، القصص الإنسانية في ظلال الجائحة، استخدام الأدوات التفاعلية لتحليل الأرقام وشرح تطور منحنى الوباء، وعقد المقارنات بين دولة وأخرى أو تطور الإصابات بين فترة زمنية وأخرى، كذا الخدمات المتعلقة بالمحتوى الترفيهي والعروض على تطبيقات المشاهدة، وكيفية قضاء وقت الحجر، علما بأن نسبة كبيرة من زوار المواقع الإلكترونية مؤخرا جاءت عبر الزيارات المباشرة عبر محرك البحث، دون أن تقتصر فقط على الدخول عبر صفحات المواقع ومنشوراتها على منصات التواصل الاجتماعي¹⁷.

والملاحظ على طبيعة وأشكال هذه المحتويات أنها تقدم معلومات وبيانات تزيد من درجة اهتمام وتعرض الجمهور للمصادر الرقمية، تبعا للخصوصية التي تتميز بها جائحة كورونا كأزمة صحية، لكن رغم ذلك مازالت ثقة الجمهور في هذه المصادر ضعيفة إلى حد ما مقارنة بباقي المصادر الأخرى، وهذا ما يوضحه الرسم البياني أدناه الذي كان نتيجة الدراسة التي أجراها "معهد رويترز لدراسة الصحافة"، حيث أن المصادر الرقمية جاءت في مؤخرة ترتيب المصادر في درجة الموثوقية، فمركبات البحث جاءت بنسبة موثوقية (45%)، ثم مواقع الفيديو (29%)، ثم مواقع التواصل الاجتماعي (26%)، ثم مواقع النتراسل (24%)، مقارنة بالمصادر الأخرى مثل العلماء والأطباء (83%)، ثم المنظمات الصحية الوطنية (76%)، ثم المنظمات الصحية العالمية (73%)، ثم المؤسسات الإعلامية والحكومات الوطنية (59%) لكل منهما، ثم المعارف الشخصية (43%)، ثم السياسيين (35%)، وأخيرا الأشخاص غير المعروفين (17%).

رسم بياني يوضح نسبة ثقة الجمهور بمصادر المعلومات فيما يتعلق بالمعلومات حول فيروس كورونا Reuters

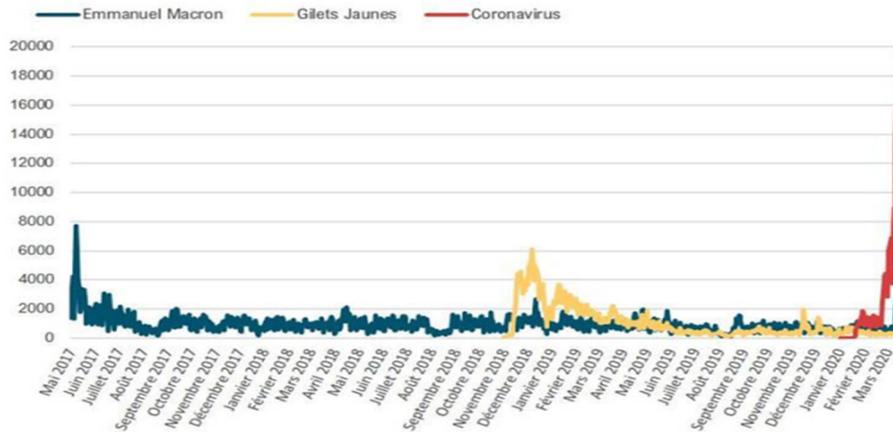
18 Institute Digital News Report

TRUST IN DIFFERENT SOURCES OF NEWS AND INFORMATION ABOUT CORONAVIRUS (APRIL 2020) - AVERAGE OF SIX COUNTRIES



رسم بياني يبرز حضور كلمة "فيروس كورونا" في الميديا الفرنسية¹⁹

Evolution en nombre de citations dans la presse écrite et le web éditorial



وفي فرنسا مثلا ومن خلال الرسم البياني أعلاه، نلاحظ كيف أن كلمة "فيروس كورونا" ظهرت وتوسعت بشكل كبير في وسائل الإعلام الفرنسية التقليدية والحديثة، مقارنة بنشاطات الرئيس الفرنسي "إيمانويل ماكرون" واحتجاجات "السترات الصفراء"، حيث أن أهمية الجائحة من جهة وأجندة وسائل الإعلام من جهة أخرى غطت

على الموضوعين الآخرين ابتداء من شهر جانفي إلى شهر مارس من عام 2020، فكان الاهتمام بالجائحة كبير جدا في وسائل الإعلام، رغم أن موضوع احتجاجات "السترات الصفراء كان الطاغي على وسائل الإعلام ابتداء من شهر نوفمبر 2018، ونشاطات الرئيس الفرنسي ابتداء من منتصف عام 2017.

خاتمة

أخيرا وليس آخرا، نخلص إلى أن الإعلام كأحد القطاعات المهمة في أي مجتمع، هو قطاع يؤثر ويتأثر بما حوله، والأزمات واحدة منهم وبالتالي ظهر من خلال عدة دراسات منها ما قدم في هذا المقال، أن الإعلام التقليدي والميديا الجديدة كلاهما تأثر بالجائحة، سواء على مستوى صناعة الأخبار أو من حيث علاقته بالجمهور أو من حيث سلوك واتجاه الجمهور نحو هذا الإعلام، ومهما كان حجم هذا التأثير وجب التنويه على ضرورة البحث في هذا المجال "إعلام الأزمات"، من حيث المفهوم والأبعاد والأسباب والنتائج والتقييم والتقويم، لأنه تخصص مهم ومؤثر مع أنه مناسباتي ولا يحدث دائما مثله مثل الأحداث المهمة والأزمات.

قائمة المصادر والمراجع:

- أحمد شعبان، إعلام ما بعد "كورونا"... أي مستقبل يفرضه الوباء؟ موقع مصرأوي، 2020، استخرج في 2020/11/16، على الرابط https://www.masrawy.com/news/news_various/details/2020/6/23/1815956 /إعلام-ما-بعد-كورونا-أي-مستقبل-يفرضه-الوباء-تقرير-
- الصادق الحمامي، الصادق، كيف غيرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 2020.
- العربي الجديد، وسائل الإعلام في أفريقيا تعاني جراء تداعيات كورونا، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://www.alaraby.co.uk> /وسائل-الإعلام-في-أفريقيا-تعاني-جراء-تداعيات-كورونا
- إيلي يوسف، «كورونا» يضاعف أعباء مؤسسات الإعلام والصحافيين، جريدة الشرق الأوسط، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://aawsat.com/home/article/2277521> /«كورونا»-يضاعف-أعباء-مؤسسات-الإعلام-والصحافيين
- دويتشه فيله، التلفزيون الألماني الناطق بالعربية، جائحة كورونا تشكل تحدياً لوسائل الإعلام في العالم، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://www.dw.com/ar> /جائحة-كورونا-تشكل-تحدياً-لوسائل-الإعلام-في-العالم-a-52948459
- عبد الحميد توفيق، الإعلام وكورونا... تحفيز الوعي سبيل النجاة، موقع العين الإخبارية، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://al-ain.com/article/media-and-corona-stimulating-awareness-escape>
- مجموعة دار الشرق، أزمة كورونا تشكل اختباراً لوسائل الإعلام، 2020، استخرج في 2020/12/15، على الرابط <https://al-sharq.com/article/29/03/2020> /أزمة-كورونا-تشكل-اختبار-لوسائل-الإعلام
- محمد خميسة، في زمن كورونا الصوت الأعلى للتلفزيون... قراءة في تقرير معهد روبرتز، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1114>
- نادية سعد الدين، الإعلام في ظل متطلبات مواجهة وباء "كورونا"، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة، جامعة الدول العربية، 2020، استخرج في 2020/11/16، على الرابط <https://arabaffairsonline.com> /الإعلام-في-ظل-متطلبات-مواجهة-وباء-كورو/
- وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا COVID-19 دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2020.
- ياسر عبد العزيز، أثر «كورونا» في الإعلام جوهرى، جريدة الشرق الأوسط، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://aawsat.com/home/article/2206291> /أثر-«كورونا»-في-الإعلام-جوهرى

- يوسف يعكوبي، وسائل الإعلام ما بعد أزمة "كوفيد 19" ... المستقبل يبدأ الآن! مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1213>

الهوامش:

1- وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا COVID-19 دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2020، ص535.
2- عبد الحميد توفيق، الإعلام وكورونا... تحفيز الوعي سبيل النجاة، موقع العين الإخبارية، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط:

<https://al-ain.com/article/media-and-corona-stimulating-awareness-escape>
3- دويتشه فيله، التلفزيون الألماني الناطق بالعربية، جائحة كورونا تشكل تحدياً لوسائل الإعلام في العالم، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://www.dw.com/ar> /جائحة-كورونا-تشكل-تحدياً-لوسائل-الإعلام-في-العالم-a-52948459

4- ياسر عبد العزيز، أثر «كورونا» في الإعلام جوهري، جريدة الشرق الأوسط، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://aawsat.com/home/article/2206291> /أثر-«كورونا»-في-الإعلام-جوهري
5- الصادق الحمامي، كيف غيرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 2020، ص10-11.

6- المرجع السابق، ص11-12.
7- إيلي يوسف، «كورونا» يضاعف أعباء مؤسسات الإعلام والصحافيين، جريدة الشرق الأوسط، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://aawsat.com/home/article/2277521> /«كورونا»-يضاعف-أعباء-مؤسسات-الإعلام-والصحافيين
8- المرجع السابق.

9- العربي الجديد، وسائل الإعلام في أفريقيا تعاني جراء تداعيات كورونا، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://www.alaraby.co.uk> /وسائل-الإعلام-في-أفريقيا-تعاني-جاء-تداعيات-كورونا

10- نادية سعد الدين، الإعلام في ظل متطلبات مواجهة وباء "كورونا"، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة، جامعة الدول العربية، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://arabaffairsonline.com> /الإعلام-في-ظل-متطلبات-مواجهة-وباء-كورونا

11- مجموعة دار الشرق، أزمة كورونا تشكل اختباراً لوسائل الإعلام، 2020، استخرج في 2020/12/15، على الرابط <https://al-sharq.com/article/29/03/2020> /أزمة-كورونا-تشكل-اختباراً-لوسائل-الإعلام

12- يوسف يعكوبي، وسائل الإعلام ما بعد أزمة "كوفيد 19" ... المستقبل يبدأ الآن! مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1213>

13- محمد خميسة، في زمن كورونا الصوت الأعلى للتلفزيون... قراءة في تقرير معهد رويترز، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط:

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1114>

14- المرجع السابق.

15- المرجع السابق.

16- أحمد شعبان، إعلام ما بعد "كورونا" ... أي مستقبل يفرضه الوباء؟ موقع مصر اوي، 2020، استخرج في 2020/11/15، على الرابط https://www.masrawy.com/news/news_various/details/2020/6/23/1815956 /إعلام-ما-

بعد-كورونا-أي-مستقبل-يفرضه-الوباء-تقرير

17- المرجع السابق.

18- محمد خميسة، مرجع سابق.

19- الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص8.