

## مقالة بحثية

### تناول المؤسسات الصحية والوسائل الإعلامية الحكومية والخاصة اللبنانية لأزمة كورونا على صفحاتها في الفيسبوك

أحمد مسعد أحمد الجحدري<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> قسم الإعلام "علاقات عامة"، كلية العلوم الإنسانية، جامعة بيروت العربية، لبنان

\*الباحث الممثل: أحمد مسعد أحمد الجحدري؛ البريد الإلكتروني: [ahmedmalgahdari@gmail.com](mailto:ahmedmalgahdari@gmail.com)

استلم في: 11 أغسطس 2020 / قبل في: 12 سبتمبر 2020 / نشر في: 07 أكتوبر 2020

## المخلص

يسعى هذه البحث إلى إظهار دور المؤسسات الصحية إعلامياً، والإعلام اللبناني الحكومي والخاص كنموذج للإعلام العربي، في التعاطي مع الأزمات الصحية (كورونا)، واستعداده في مواجهة هذه الأزمات ومحاربة الشائعات التي تثير الخوف والذعر لدى أفراد المجتمع، في ظل انتشار حوامل تنقل هذه الشائعات عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي وتدني مستوى الوعي الثقافي لدي المتعاطين مع شبكات الإعلام الحديث.

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومن أجل الوصول إلى النتائج المطلوبة تم اعتماد استمارة تحليل المضمون باعتبارها أداة لجمع البيانات التي تضمنت أخبار وتقارير عدد من المؤسسات الصحية والإعلامية اللبنانية عن تفشي وباء كوفيد 19.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أهمها:

1. أظهرت الدراسة تمايزاً في تعاطي المؤسسات الإعلامية الخاصة مع أخبار وتقارير كوفيد 19 كماً ونوعاً، حيث تفرد موقع "لبنان 24" بمستوى تغطية أفضل من المؤسسات الحكومية الصحية والإعلامية، بـ (1134) منشوراً خلال فترة الدراسة أي ما يمثل (62.3%)، بينما جاءت عدد منشورات المؤسسات الحكومية الثلاث (وزارة الصحة، مستشفى الحريري، الوكالة الوطنية للإعلام) (686) منشوراً أي بنسبة (37.7%)، من إجمالي منشورات فترة الدراسة.
2. المؤسسات الحكومية موضوع الدراسة تناولت الأزمة بشكل إيجابي في بدايتها ومن ثم شابها الإهمال حتى إن بعض المؤسسات لم تقدم أي منشور عن تطورات الوباء لعدد من الأيام.
3. من خلال مقارنة منشورات في صفحات المؤسسات الحكومية الثلاث احتلت وزارة الصحة المرتبة الأولى من إجمالي المنشورات بالمؤسسات الحكومية.
4. الوكالة الوطنية لإعلام لبنان غطت الأزمة بشكل سلبي ولم تواكب تناولها في أيام الإجازات.

وقد قدمت الدراسة العديد من التوصيات كان أهمها:

1. ينبغي على وزارة الإعلام وغير موقعها وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تكثيف التغطية الإعلامية والنصح والإرشاد للمجتمع اللبناني بشكل أكبر مما هي عليه، كونها المصدر الحكومي الأول إعلامياً.
2. على مستشفى الحريري أن يكتف من تغطيته الإرشادية والتعليمات الوقائية وأن يطمئن المجتمع أكثر من غيره من المؤسسات كونه المستشفى الأكبر من حيث التجهيزات ومركز العزل.

**الكلمات الرئيسية:** الأزمة - فيروس كورونا، المؤسسات الحكومية، الموقع الإلكتروني - الفيسبوك.

## المقدمة

يتنامى القلق الدولي مع تسارع تفشي فيروس كورونا المسبب لمرض "كوفيد-19" والذي ينحدر من سلالة فيروسات حيوانية تُسمى الكورونا، أو الفيروسات التاجية، ويسبب هذا الفيروس للمصاب أمراض تنفسية تتراوح حدتها حسب مناعة الأشخاص، كما أدى هذا الوباء معاناة وتعطيل لمجرى حياة الملايين من الناس، امتدت هذه المعاناة إلى تهديد مباشر للاقتصاد العالمي.

ظهر هذا الفيروس في 31 ديسمبر 2019. حسب منظمة الصحة العالمية التي كشفت عن ظهور عدد من حالات الالتهاب الرئوي الحاد مجهول السبب في مدينة ووهان شرق الصين، ورغم تسجيل الصين بلد الظهور الأول للفيروس انحساراً في حصيلة الإصابات الجديدة بكورونا، فقد اتسعت دائرة تفشي فيروس كورونا المستجد خارج الصين، عن طريق المسافرين المصابين واختلاطهم مع غير المصابين في بلد الوصول.

ولا سيما بعد أن ازدادت عدد الإصابات في كوريا الجنوبية وأمريكا وأستراليا، ليحولها إلى بؤر وباء، في الوقت الذي ساء فيه الوضع بأوروبا كإيطاليا وإسبانيا وفرنسا، والتزايد في عدد حالات الوفيات فيها، برغم إمكاناتهم الصحية العالية.

وكان من الطبيعي أن ينتقل الوباء إلى الوطن العربي ولبنان أيضاً، بالطريقة نفسها وعبر المسافرين القادمين من البلدان الموبوءة، وتهاون الحكومات والجهات الصحية وعدم الحزم في عمل إجراءات وقائية وفحص القادمين لتأكد من سلامتهم، وإنشاء مراكز عزل للمصابين.

ناهيك عن إهمال الإعلام عن القيام بدورة التوعوي والتثقيفي للمجتمع بخطورة الفيروس، والتوجيه والإرشاد بضرورة الالتزام بشروط السلامة العامة، من خلال ما يصرح به الأطباء والمختصون في الأوبئة، وعمل حملة إعلامية صحية عبر جميع الوسائل الإعلامية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي والفيديوك أهمها، بهدف توعية المجتمع بطرق الوقاية من الفيروس، وحث الناس بما فيهم المسافرين أو المخالطون بالالتزام في الحجر المنزلي للفترة التي يتم ظهور أعراض الإصابة من عدمه .

ومن خلال ما تقدم من خطورة الوضع الصحي العالمي والعربي نتيجة تفشي فيروس كورونا في العالم عامة ولبنان خاصة، فإنّ بحثنا هذا سوف يركز على:-

أولاً: الإطار النظري ويحتوي على: إشكالية البحث وأهميته وأهدافه، والمنهج المستخدم فيه، وعيّنته .

ثانياً: الإطار النظري ويحتوي على: تعريف الأزمة، وأبعادها الإعلامية، وأهمية الإعلام أثناء الأزمات، والتخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات، وكيف تعالج وسائل الإعلام الأزمات إعلامياً .

ثالثاً: الإطار الميداني ويحتوي على: جداول المقارنة في التكرارات للتناول الإعلامي خلال فترة الدراسة، جداول المقارنة لتحليل مضمون تناول الإعلام لأزمة كورونا، المقارنة بين المؤسسات الصحية والوسائل الإعلامية "الحكومية والخاصة" في تعاطيها مع الأزمة، المقارنة بين المؤسسات الحكومية في تناولها لأزمة كورونا، الاستنتاجات، والتوصيات، ثم الخاتمة.

### أسباب اختيار البحث:

لقد جاء اختيار الموضوع نتيجة للاهتمام الشعبي لمعرفة حقيقة جائحة كورونا ومدى خطرها على الأسرة الدولية جمعاء، وكونها جائحة حديثة، وأن لاجال للناس ولا منبر لهم في الحصول على ما يشبع رغبتهم من معلومات سوى الإعلام، فهو من يوفر لهم المعلومات وينقل إليهم الإرشادات والتوجيهات الصادرة من الجهات ذات العلاقة للحد من انتشار الفيروس والوقاية منه، وقد جاء اختياري لبنان كوني أحد الطلاب الدارسين المقيمين فيها.

### أولاً: الإطار المنهجي:

#### 1- إشكالية البحث:

يزداد قلق الدول والشعوب جراء ما يحدث من انتشار وتفشي لفيروس كورونا المستجد القادم من الصين، والذي انتشر في بلدان أخرى نتيجة لسفر مصابين ونشر العدوى، ما استدعانا إلى الوقوف أمام هذه المشكلة والتحقق من دور واستعداد الحكومة اللبنانية والإعلام اللبناني لمواجهة جائحة كورونا، من خلال الجهات المختصة، والتوعية والتثقيف للمجتمع اللبناني عبر المؤسسات الصحية الحكومية، وقنوات الإعلام الحكومي والخاص.

#### 2- أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من خلال النقاط التالية:

- أ- تأتي أهمية البحث من خطورة موضوعه على البشرية "فيروس كورونا" وانتشاره وتوسعه على المستوى الدولي بشكل عام وخطره على المنطقة العربية ولبنان خاصة.
- ب- كما تأتي الأهمية لهذا البحث في توضيح الأداء الإعلامي اللبناني خلال تغطية أزمة كورونا ونقاط القوة والضعف في دورها الإعلامي والإرشادي ومحاربة الشائعات.
- ج- يسهم هذا البحث في فتح نافذة لبحوث أخرى في هذا المجال.

#### 3- أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- أ- إيضاح مدى اهتمام وزارة الصحة اللبنانية إعلامياً بالفيروس.
- ب- كشف اهتمام مستشفى الحريري بإرشاد اللبنانيين وطمأنتهم حول الحالات المرضية.
- ج- معرفة آلية تغطية الإعلام اللبناني الرسمي والخاص بأزمة كورونا في لبنان.

#### 4- مصطلحات البحث:

هناك عدد من المصطلحات تم استخدامها في البحث وتحتاج إلى تعريف وهي:

- أ- **فيروس كورونا covid-19**: عرّفت منظمة الصحة العالمية الفيروس بأنه "فيروس حيواني المصدر ينتقل للإنسان عند المخالطة للصيغة لحيوانات المزرعة أو الحيوانات البرية المصابة بالفيروس، كما ينتقل عند التعامل مع فضلات هذه الحيوانات".
- ب- **الأزمة**: وهي "حدث خطير يؤثر في أمن الناس والبيئة ويؤدي إلى تهديد سمعة المنظمة كلما اتسع انتشاره" [3].
- ج- **الموقع الإلكتروني**: هو "موقع إلكتروني يتم إطلاق محتواه من قبل فريق التحرير الخاص بالموقع، و يمكن للمستخدمين متابعة آخر الأخبار، والأخبار العاجلة بمجرد نشرها من قبل فريق التحرير" [14].

د- **الفيسبوك:** وهو "أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط (Facebook) وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية" [12].

#### 5- دراسات سابقة:

##### أ- الدراسات العربية:

■ دراسة محمد الأمين موسى (2020) "محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات الفضائيات الإخبارية وأساليب تغطية الأزمات في سياق جائحة كورونا، واحتوى مجتمع البحث على عينة قصدية من القنوات الفضائية الإخبارية التي تغطي جائحة كورونا وهي قناة "سي إن إن (CNN)"، و "فوكس نيوز" الأمريكيتين، قناة "العربية"، وقناة "سكاي نيوز عربية".

واعتمدت الدراسة منهجاً نوعياً استكشافياً ينظر في واقع التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا، والتي تقوم بها بعض القنوات الفضائية الإخبارية ويحلل هذا الواقع انطلاقاً من المداخل النظرية التي تُؤسس للإعلام الصحي.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من التوصيات أهمها:

- يجب ألا تكون تغطية الجوائح والأوبئة الصحية تغطية أزمة، أي تغطية لاحقة بل تغطية مستدامة لتجنب حدوث أي جائح أو وباء، وهذا يقتضي أن ينهض الإعلام بدور رئيس وفعال في المجال الصحي.
- تمضي شبكات التواصل الاجتماعي نحو الهيمنة على اهتمام المتواصلين من حيث النشر والتلقي والتفاعل، ولذا على وسائل الإعلام التقليدية -وفي مقدمتها القنوات الفضائية- أن تستغل هذه الشبكات في نشر محتوى إعلامي صحي محترف يتلاءم مع الخصائص التواصلية لهذه الشبكات.
- ضرورة إنفاق المؤسسات الإعلامية - وفي مقدمتها الفضائيات الإخبارية- على التكوين المستمر للإعلاميين المنتمين إليها في مجال الإعلام الصحي، بل وإنشاء أقسام الإعلام الصحي وتأهيلهم.

##### ب- الدراسات الأجنبية:

■ دراسة ليندا جان كينكس (2011). تقرير عن دور وسائل الإعلام البديلة في مخاطر الكوارث "بتمويل من الاتحاد الأوروبي".

"Culture and risk management in man- made and natural disasters"

يسعى التقرير إلى كشف الطريقة التي يمكن أن تساهم بها وسائل الإعلام الرئيسية والحديثة المختلفة إلى تعزيز أو إضعاف قدرة المواطنين والمجتمعات على الاستعداد لحالات الكوارث والأزمات والاستجابة بكفاءة وتسريع عمليات الاسترداد، معتمداً على عدد من الاستطلاعات الأوروبية والوطنية التي تسعى إلى تحقيق ثقافة وأهداف السكان عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.

يتضمن التقرير توصيات مدراء الكوارث في المؤسسات العامة والمنظمات غير الحكومية، ومنظمات المجتمع المدني، حول كيفية إمكان استخدام أدوات الاتصال للتفاعل مع وسائل الإعلام، لتمكين المواطنين من المرونة أثناء الأزمات والكوارث، ومنها ما يلي:

- يجب التعامل مع وسائل الإعلام الاجتماعية السائدة اليوم على أنها التفاعل المستمر مع جميع الجهات الفاعلة ذات الصلة في الساحة الخطابية.
- وسائل الإعلام بما فيها الإعلام البديل تمثل العامل الحافز لتوليد مجتمعات مرنة، من خلال المساعدة الذاتية والمتبادلة والعمل التطوعي.
- كما أنّ لوسائل الإعلام الاجتماعي دوراً أثناء إدارة الأزمات ولها علاقة بإخبار الناس بما ينبغي القيام به لإثبات تضامنهم ومساعدتهم في مرحلة الإغاثة.

#### التعقيب على الدراسة السابقة:

يتضح من عرض الدراسة السابقة ما يلي: أن دراسة الأمين سعت إلى التعرف على استراتيجية الفضائيات الإخبارية وأساليب تغطيتها للأزمات في سياق جائحة كورونا، واحتوى مجتمع البحث على عينة قصدية من القنوات الفضائية، واستخدام منهج نوعي استكشافي كونها من أول الدراسات التي تناولت موضوع أزمة كورونا إعلامياً.

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في تناولها نفس الموضوع وهو أزمة كورونا، والسعي إلى معرفة كيف تتناول المؤسسات الصحية والإعلامية اللبنانية أزمة كورونا إعلامياً، واستخدام العينة القصدية، في حين تختلف هذه الدراسة عن الدراسة السابقة في منهج البحث، واستخدام الدراسة السابقة وسائل إعلام فضائية بينما الدراسة الحالية استخدمت مؤسسات صحية ووسائل إعلام بما تنشره عبر صفحاتها على الفيسبوك فقط، كما تتفق مع تقرير ليندا جان كينكس في تناولها دور وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات والكوارث.

#### 6- تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة على التساؤلات التالية.

- أ- ما مدى اهتمام وزارة الصحة اللبنانية إعلامياً تجاه أزمة فيروس كورونا؟  
ب- ما مدى اهتمام مستشفى الحريري بإرشاد اللبنانيين وطمأننتهم حول الحالات المرضية؟  
ت- كيف يغطي الإعلام اللبناني الرسمي والخاص أزمة كورونا في لبنان؟

#### 7- المنهج المستخدم:

يندرج هذا البحث تحت البحوث الوصفية التحليلية التي تسعى إلى اكتشاف الأسباب وراء سلوك معين، ودراسة الظاهرة كما هي في الواقع، وتصور وتحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الحادثة، أو موقف أو مجموعة من الأوضاع أو الأحداث وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة [9]. إذ إن بحثنا يسعى إلى معرفة كيف تناولت المؤسسات الصحية والإعلامية اللبنانية أزمة كورونا من خلال صفحاتها على الفيسبوك.

كما اعتمد الباحث على منهج تحليل المضمون، والذي يسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى، باستخدام الأرقام والإحصاءات في تسليط الضوء على قضية معينة وتحليلها، وعلى المنهج الكيفي في تحليل نتائج الدراسة الكمية لمعرفة مدى إيلاء الإعلام اللبناني للأزمة من خلال تناول المؤسسات الحكومية والموقع الإخباري الخاص "لبنان 24" أزمة كورونا، وكيف تناولها إيجابياً أو سلبياً، وقد تم تحليل مضمون الدراسة للأيام العشرة الأخيرة من 21 إلى 30 أبريل.

#### 8- العينة:

تم إجراء الدراسة على عينة عمدية وهي ممثلة في "وزارة الصحة، ومستشفى الحريري، والوكالة الوطنية لإعلام لبنان"، وموقع "لبنان 24" الإخباري.

#### 9- حدود الدراسة:

- أ- الحدود المكانية: تمت هذه الدراسة على الجمهورية اللبنانية.  
ب- الحدود الإعلامية: تمت الدراسة على الجهات الحكومية المختصة المتمثلة في: وزارة الصحة، ومستشفى الحريري، والإعلامية المتمثلة في: الوكالة الوطنية لإعلام لبنان، وموقع "لبنان 24" الخاص.  
ت- الحدود الزمنية: تمت هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية 20 فبراير 2020 إلى 30 أبريل.

#### 10- أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون، وقد تم الاعتماد على استمارة تحليل مضمون مقننة، وذلك لتحليل محتوى ما نشر على صفحات الفيسبوك للمؤسسات عينة الدراسة.

#### 11- وحدة التحليل:

استخدم الباحث في دراسته وحدة الموضوع ووحدة التحليل، وهي "المنشور على صفحة الفيسبوك" والذي يدور حول قضية البحث، وسيتم استخدام أي منشور يتناول أزمة كورونا بأي شكل، وقد تم تحديد التصنيفات للفئات بناءً على ما جاء في تساؤلات الدراسة وتنقسم إلى:

#### أ- نوع التغطية، وتشمل:

- **الخبر:** وهو "تقرير عن حدث أو وضع أو حال أو تفكير، وهذا التقرير يكتسب صفاته الأخرى تبعاً لنوعية الوسيلة وتوجيهها العام في صناعة الإعلام، وإن صفات الجدة والأنية وإثارة الفضول والإنسانية والبساطة مرغوبة في أي خبر" [2].
- **تقرير مؤسسات:** تفسير وتوضيح لحقائق موضوع يتصل بأحداث قائمة بالاعتماد على أرشيف المؤسسات "مستشفى رفيق الحريري، ووزارة الصحة، وغرفة العمليات المشكلة لمتابعة أزمة كورونا" ونتائج العمليات اليومية دون إبراز وجهة نظر.
- **تصريح صحفي:** عبارة عن رسالة مكتوبة أو مسجلة موجهة لأعضاء وسائل الإعلام بغرض الإعلان عن شيء ما بدعوى أنه ذو أهمية إخبارية.
- **مقال رأي:** هو "عرض لفكرة أو مجموعة من الأفكار ومناقشتها في صورة تعبير كتابي، وتناول حدث من الأحداث الجارية التي أدت إلى هذا البحث والنتائج المترتبة عليه" [10].
- **رأي شخصي:** أي أنها تعبير عن رأي شخصي، وهذا غالباً ما يأتي في شكل فيديوهات أو تغريدات على صفحات ومنصات التواصل الاجتماعي للمشاهير من ممثلين وفنانين.
- **إرشادات:** كل ما ينشر بهدف التخويف والوقاية من الأخطار سواء أكانت كتابية أو بصور أو كاريكاتور.

#### ب- اتجاه التغطية، وتشمل:

- **اتجاه إيجابي:** تم تحديده في حالة المنشور بعدم وجود إصابات جديدة.

- اتجاه متوازن: المنشورات ذات الإرشادات والتوصيات للوقاية من الإصابة بكورونا.
- اتجاه سلبي: في حال المنشورات التي تنشر بوجود حالات وفاة.

#### ت- توازن التغطية، وتشمل:

- عرض جانب واحد.
- عرض جانبيين.
- عرض أكثر من جانبيين.

#### 12- الإحصاء المستخدم:

تم استخدام الإحصاء البسيط أي التكرار والنسبة المئوية في استعراض نتائج هذا البحث.

#### ثانياً: الإطار النظري: الأزمة والتخطيط الإعلامي لمواجهتها.

##### 1- تعريف الأزمة من المنظور الإعلامي:

تُعرف الأزمة على أنها: "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين" [19].

##### 2- خصائص الأزمة:

تتميز الأزمة بالعديد من الخصائص والتي تتمثل في:

- أ- نقص المعلومات للأزمة أثناء وقوعها.
- ب- إحداه مفاجأة كبيرة حال وقوعها.
- ت- الدرجة العالية من التعقيد والتداخل [10].
- ث- وجود حالة من الرعب والخوف.
- ج- ضيق الوقت، وتعدد الأطراف والقوى المؤثرة فيها [5].
- ح- تداخل الأسباب بالأعراض والنتائج، فقدان السيطرة على مجريات الأمور [3].

##### 3- أسباب الأزمات:

تتشترك جميع الأزمات بأسباب عدّة من أهمها:

- أ- عدم وجود نظام اتصالي جيد.
- ب- سوء استيعاب المعلومات.
- ت- العمل بموجب قرارات إدارية عشوائية.
- ث- القيادات الإدارية ومستوى كفاءتها.
- ج- الإشاعات [1].
- ح- مستوى أداء العاملين.
- خ- عدم وجود الترابط والتكامل بين مراكز القرارات الإدارية، فضلاً عن عدم وعي المواطن بكيفية التعامل مع الأزمات [6].

##### 4- أبعاد الأزمة إعلامياً:

تأتي أهمية البعد الإعلامي للأزمة في وقتنا الحاضر لعدة أسباب:

- أ- تساعد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تقديم المعلومات وشرح الأحداث وبناء التوافق المجتمعي، والتخفيف من حدة التوتر المجتمعي، ويعتمد ذلك على الإدارة الناجحة للأزمة إعلامياً [21].
- ب- اندفاع الجمهور نحو وسائل الإعلام وخاصة الإعلام الاجتماعي لتروي عطشه في البحث عن المعلومات ومعرفة التطورات والوقوف على الأحداث [6].

##### 5- أهمية الإعلام أثناء الأزمات:

أصبح الإعلام من أهم الركائز التي تعتمد عليه الدول في مواجهة الأزمات كونه يمتلك العديد من الأسس التي تؤهله للقيام بذلك، منها:

- أ- يعتبر الإعلام بكل وسائله التقليدية والحديثة أداة التفاعل بين الأزمة وأطرافها والمهتمين فيها.
- ب- الإعداد الدقيق لمواجهة الأزمة، وذلك من خلال تقدير قوة وتأثير الإعلام المضاد المحلي والخارجي، ومشاركة جهات الاختصاص المسؤولة عن طبيعة الأزمة.
- ت- عدم إنكار الأزمة أو حجب المعلومات، وتوجيه الرسالة الإعلامية الصحيحة المتصلة بها، أي الاعتراف بوجود الأزمة [13].
- ث- رصد وأرشفة الدروس المستفادة من الأزمة قبل طي ملفها، حيث تشكل تراكمًا معرفياً لمواجهة أي أزمات محتملة [16].
- والإعلام الاجتماعي في وقتنا الحاضر أصبح من أهم المنابر الإعلامية وأكثرها تداولاً بين جميع أفراد وشرائح المجتمع، ومنصة للشائعات وتداول الأخبار دون التأكد من مصادرها، فإن وجود شفافية وسرعة للتعاطي مع الأخبار من قبل الجهات المختصة والرسمية حول الأزمات يمنع تلك الشائعات.

#### 6- التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات:

يشير التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات إلى العمليات المتخذة والتدابير العلمية والعملية للاستفادة المثلى من الإمكانيات المتاحة سواء المادية أو البشرية، من خلال إعداد برامج إعلامية متكاملة، وتنفيذها بشكل صحيح، كما يوضح الباحثان -مارتيلي ويرجس- أنّ على أي شركة أن تتوقع أزمات محتملة وأن تُعدّ خططاً وسيناريوهات لمواجهة هذه الأزمات، وبمجرد وضع الخطط وتنفيذ السيناريوهات ينبغي مناقشتها للتأكد من إمكانية التطبيق والاستجابة لها [20].

ويتم ذلك من خلال ما يلي:

- أ- التوظيف الأمثل للموارد والتقليل من الممارسات العشوائية.
- ب- عدم الاكتفاء بالإمكانيات المتوفرة حالياً، والتطلع والبحث والتخطيط لما هو متاح مستقبلاً.
- ت- الإشارة إلى الأهداف التي تسعى الخطط الإعلامية إلى تحقيقها [4].

#### 7- معالجة وسائل الإعلام للأزمات:

هناك ثلاث معالجات إعلامية للأزمات وهي:

- أ- المعالجة المثيرة: وتميل إلى التهويل في تغطيتها لأخبار الأزمة السطحية وينتهي اهتمامها بانتهاء الحدث [6].
- ب- المعالجة الناقصة: وهي تقوم على التهوين من حجم الحدث وبذلك تسعى إلى التقليل من المعلومات والأخبار ذات الأهمية القصوى بالنسبة للمجتمع.
- ت- المعالجة المتكاملة: وهي المعالجة التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق)، إذ تنسم هذه المعالجة بالشمولية والعمق والمتابعة الدقيقة، والتي تحترم موضوعها ومتلقيها [15].
- وتستخدم من خلال أحد النمطين الآتيين:

- النمط العقلي: وهو الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثوقة، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير ومصالحهم.
- النمط النقدي: وهو الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات مع محاولة إشراك الجمهور المتلقي، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجمهور، وإعطاء صورة كاملة تنسم بالوضوح والاتساق والشمولية لمختلف جوانب الأزمة [18].

ومن المعالجات الإعلامية لأزمة كورونا ما يكون عبر موقع المؤسسات الصحية والإعلامية على الفيسبوك من خلال توعية أفراد المجتمع وتثقيفهم بأساليب مواجهة الأزمة وكيفية احتوائها والتقليل من أثارها، وخطوات الوقاية منها، والتصدي للشائعات التي تصدر من هنا أو هناك والتي يكون مصدرها في العادة وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك.

#### ثالثاً: الإطار الميداني:

ويحتوى على....

- 1- جداول المقارنة في التكرارات للتناول الإعلامي خلال فترة الدراسة.
- 2- جداول المقارنة لتحليل مضمون التناول الإعلامي لأزمة كورونا.
- 3- المقارنة بين المؤسسات والوسائل الإعلامية في تعاطيها مع الأزمة.
- 4- المقارنة بين المؤسسات الرسمية في تناولها لأزمة كورونا.
- 5- الاستنتاجات.

## 6- الخاتمة.

## تداول المؤسسات الصحية والإعلام اللبناني الحكومي والخاص أزمة كورونا.

تناولت الدراسة أزمة كورونا في لبنان إعلامياً حسب ما تناولته العينة للأزمة على صفحاتها في الفيسبوك، وقد اخترت الفيسبوك لأنه من وجهة نظري أصبحت الوسيلة الأولى إعلامياً، وأصبح بيد الجميع وذلك لسهولة استعماله في كل وقت وفي أي مكان، ومن خلال متابعتي ومتابعة المعارف والأصدقاء كان اعتماد الجميع لتبادل المعلومات والبحث عن كل جديد حول فيروس كورونا على صفحات الفيسبوك للمؤسسات المسؤولة، والإعلامية، وهذا ما جعلني أختار منصة الفيسبوك، بعد أن تأكدت من أن المؤسسات لموضوع البحث والدراسة لديها صفحات رسمية نشطة تغطي الأزمة على الفيسبوك، وهي كالتالي:

## أولاً: المؤسسات الحكومية:

- مستشفى رفيق الحريري: وهو أكبر مستشفى حكومي لبناني يوفر الرعاية الصحية للمرضى، ويتوفر فيه مركز حجر للمصابين بمرض الكورونا، يقع في بير حسن جنوب بيروت، افتتح في 2 أغسطس 2004 بسعة 500 سرير.
- وزارة الصحة: إحدى المؤسسات الحكومية وتعنى بالحفاظ على الصحة العامة ورفع مستواها وذلك بتأمين الوقاية من الأمراض، ومعالجة المرضى والمحتاجين، والإشراف على المؤسسات الصحية الخاصة وفقاً لأحكام القوانين الخاصة بها.
- الوكالة الوطنية للإعلام: وهي مؤسسة حكومية لبنانية إخبارية تتبع وزارة الإعلام تأسست في 1961/8/7 (موقع وزارة الإعلام).

## ثانياً: المؤسسات الإعلامية الخاصة: موقع لبنان 24: وهو "موقع إعلامي خاص"

حيث استعملت الجداول التكرارية للمقارنة بين المؤسسات في عدد مرات النشر والتداول، ومن ثم تحليل مضمون الأيام العشرة الأخيرة من شهر أبريل لتحديد مضمون ما تم نشره، من نوع التغطية الإعلامية، واتجاهها، وتوازنها، ومن ثم أجريّت المقارنة بين المؤسسات بشكل عام، كيف كان مجمل مضمون المنشورات خلال الفترة كاملة، وكانت المقارنة أولاً: بين المؤسسات الرسمية الثلاث، مع المؤسسة الإعلامية الخاصة، ومن ثم قارنت عدد مرات التداول بين المؤسسات الحكومية مع بعضها.

وقد اخترت ثلاث مؤسسات حكومية سعياً مني للتكافؤ بعدد المنشورات مع موقع "لبنان 24" حيث كان الفارق بين ما ينشره الموقع وغيره من المؤسسات الحكومية كبيراً في اليوم الواحد.

## 1- جداول المقارنة التكرارية لعدد مرات التداول الإعلامي لموضوع البحث خلال فترة الدراسة

## جدول (1): يوضح عدد مرات النشر على صفحات المؤسسات في فيسبوك لأزمة كورونا خلال شهر فبراير.

عدد النشر والتداول الإعلامي للمؤسسات التي تم تطبيق الدراسة عليها على صفحاتها "الفيسبوك" خلال شهر فبراير											
اليوم والتاريخ	مؤسسات رسمية وإعلامية حكومية										
	إعلامية خاصة		مؤسسات رسمية		الوكالة الوطنية للإعلام لبنان		وزارة الصحة		مستشفى الحريري		
	إجمالي النشر في المؤسسات الخاصة "موقع لبنان 24"	عدد النشر	نسبة	عدد	نسبة	عدد النشر	نسبة	عدد النشر	نسبة	عدد المنشورات	
الخميس 2/20	2	-		2		-		1		1	
الجمعة 2/21	14	7	%50	7	%21.4	3	%21.4	3	%7.2	1	
السبت 2/22	21	7	%33.3	14	%28.6	6	%28.6	6	%9.5	2	
الأحد 2/23	20	13	%65	7	%10	2	%20	4	%5	1	
الاثنين 2/24	17	11	%64.7	6	%11.8	2	%17.6	3	%5.9	1	
الثلاثاء 2/25	16	12	%75	4	%6.3	1	%12.4	2	%6.3	1	
الأربعاء 2/26	15	6	%40	9	%6.6	1	%26.7	4	%26.7	4	
الخميس 2/27	26	12	%46.2	14	%19.2	5	%23.1	6	11.5	3	
الجمعة 2/28	25	18	%72	7	%8	2	%16	4	%4	1	
السبت 2/29	29	22	%75.9	7	%0	-	%17.2	5	%6.9	2	
الإجمالي	185	108	%58.4	77	%28.6	22	%49.4	38	%22	17	

يوضح الجدول (1) عدد مرات النشر الذي تناولته المؤسسات المختارة للمتابعة خلال شهر فبراير من بداية الحديث والتداول لأزمة كورونا في لبنان.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أول تداول لدى المؤسسات الإعلامية والرسمية اللبنانية كان في يوم 20 فبراير حيث ظهر منشور واحد في مستشفى رفيق الحريري، ومنشور آخر في صفحة وزارة الصحة، تناول الإمكانات والاستعدادات لمواجهة فيروس كورونا.

ويظهر من خلال الجدول أعلاه ومنذ بدء الظهور الإعلامي لكورونا في لبنان أن إجمالي ما تناولته وسائل الإعلام الخاصة يفوق من ما تناولته المؤسسات الحكومية، حيث جاء بإجمالي (77) منشوراً في المؤسسات الحكومية الثلاث بنسبة 41.6%، وجاء بإجمالي (108) منشور على صفحة موقع "لبنان 24" الإخباري بنسبة 58.4%، من إجمالي منشورات أواخر شهر فبراير الـ (185) منشوراً، وهذا مع كون مستشفى الحريري يكتفي بنشر التقرير اليومي فقط، وفي بعض الأحيان يكتفي بـ منشور أو منشوري توعية وإرشادات صحية، ومع عدم التغطية أو التناول في أيام الإجازات في الوكالة الوطنية للإعلام.

وربما يأتي ذلك بسبب سعي المؤسسات الحكومية إلى طمأنة الجمهور وعدم التهويل في خطر الفيروس عليهم، كما يأتي ذلك بسبب أنه لم يتم اكتشاف سوى حالة واحدة مصابة بكورونا، وإنما هي توقعات واحتياطات تحسباً لوصول العدوى إلى أشخاص آخرين، ونشاط الإعلام الخاص إنما هو في نشر الإرشادات التوعوية والتحذيرات بصورة متكررة يومياً.

## جدول (2): يوضح عدد مرات النشر على صفحات المؤسسات موضوع الدراسة في الفيسبوك لأزمة كورونا خلال شهر مارس.

عدد النشر والتناول الإعلامي للمؤسسات التي تم تطبيق الدراسة عليها على صفحاتها في "الفيسبوك"											
الإجمالي اليومي	إعلامية خاصة		مؤسسات رسمية وإعلامية حكومية								اليوم والتاريخ
	إعلامية خاصة "موقع لبنان 24"		إجمالي المؤسسات الرسمية		الوكالة الوطنية للإعلام لبنان		وزارة الصحة		مستشفى الحريري		
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
26	73%	19	27%	7	0%	-	23%	6	4%	1	الأحد 3/1
31	42%	13	58%	18	16%	5	29%	9	13%	4	الاثنين 3/2
31	45%	14	55%	17	19%	6	26%	8	10%	3	الثلاثاء 3/3
47	47%	22	53%	25	4%	2	47%	22	2%	1	الأربعاء 3/4
32	31%	10	69%	22	0%	-	62%	20	7%	2	الخميس 3/5
38	44.7%	17	55.3%	21	14.3%	3	80.9%	17	4.8%	1	الجمعة 3/6
19	68.4%	13	31.6%	6	0%	-	83.4%	5	16.6%	1	السبت 3/7
22	59%	13	41%	9	0%	-	77.8%	7	22.2%	2	الأحد 3/8
27	70.4%	19	29.6%	8	25%	2	50%	4	25%	2	الاثنين 3/9
36	69.5%	25	30.5%	11	18.2%	2	63.6%	7	18.2%	2	الثلاثاء 3/10
<b>309</b>	<b>53.4%</b>	<b>165</b>	<b>46.6%</b>	<b>144</b>	<b>13.9%</b>	<b>20</b>	<b>72.9%</b>	<b>105</b>	<b>13.2%</b>	<b>19</b>	<b>الإجمالي 10 الأيام الأولى</b>
53	64.2%	34	35.8%	19	5.3%	1	78.9%	15	15.8%	3	الأربعاء 3/11
46	76.1%	35	23.9%	11	0%	-	91%	10	9%	1	الخميس 3/12
44	77.3%	34	22.7%	10	0%	-	90%	9	10%	1	الجمعة 3/13
30	73.3%	22	26.7%	8	0%	-	37.5%	3	62.5%	5	السبت 3/14
31	71%	22	29%	9	11%	1	44.5%	4	44.5%	4	الأحد 3/15
30	60%	18	40%	12	8.4%	1	58.3%	7	33.3%	4	الاثنين 3/16
28	75%	21	25%	7	0%	-	71.4%	5	28.6%	2	الثلاثاء 3/17
32	68.7%	22	31.3%	10	40%	4	50%	5	10%	1	الأربعاء 3/18
39	59%	23	41%	16	31.2%	5	50%	8	18.8%	3	الخميس 3/19
34	67.6%	23	32.4%	11	27.3%	3	63.6%	7	9.1%	1	الجمعة 30/20
<b>345</b>	<b>67.2%</b>	<b>232</b>	<b>32.8%</b>	<b>113</b>	<b>13.3%</b>	<b>15</b>	<b>64.6%</b>	<b>73</b>	<b>22.1%</b>	<b>25</b>	<b>إجمالي 10 الأيام الوسط</b>
21	62%	13	38%	8	0%	0	37.5%	3	62.5%	5	السبت 3/21
38	68.4%	26	31.6%	12	25%	3	25%	3	50%	6	الأحد 3/22
30	70%	21	30%	9	44.4%	4	44.4%	4	11.2%	1	الاثنين 3/23
43	83.7%	36	16.3%	7	0%	-	57.1%	4	42.9%	3	الثلاثاء 3/24
44	65.9%	29	34.1%	15	46.7%	7	46.7%	7	6.6%	1	الأربعاء 3/25
31	64.5%	20	35.5%	11	54.5%	6	36.4%	4	1.1%	1	الخميس 3/26
38	63.2%	24	36.8%	14	57.2%	8	35.7%	5	7.1%	1	الجمعة 3/27
25	60%	15	40%	10	40%	4	50%	5	10%	1	السبت 3/28
30	73.3%	22	26.7%	8	25%	2	50%	4	25%	2	الأحد 3/29
43	62.8%	27	37.2%	16	12.5%	2	56.3%	9	31.2%	5	الاثنين 3/30
33	60.6%	20	39.4%	13	30.8%	4	61.5%	8	7.7%	1	الثلاثاء 3/31
<b>376</b>	<b>67.3%</b>	<b>253</b>	<b>32.7%</b>	<b>123</b>	<b>32.5%</b>	<b>40</b>	<b>45.6%</b>	<b>56</b>	<b>21.9%</b>	<b>27</b>	<b>إجمالي الأيام الأخيرة</b>
<b>1030</b>	<b>63.1%</b>	<b>650</b>	<b>36.9%</b>	<b>380</b>	<b>إجمالي لـ إجمالي المنشورات خلال شهر مارس للمؤسسات الحكومية والإعلام الخاص.</b>						

يوضح الجدول (2) عدد مرات النشر والتناول الإعلامي لأزمة كورونا خلال شهر مارس في المؤسسات الرسمية والإعلامية المختارة كعينة للبحث والدراسة، حيث جاءت النتيجة لشهر مارس كما يلي:

■ من 1 إلى 10 مارس تناولت المؤسسات الرسمية الثلاث "مستشفى الحريري، وزارة الصحة، الوكالة الوطنية لإعلام لبنان" أزمة كورونا بـ (144) مرة بما يمثل نسبة 46.6% من إجمالي المنشورات البالغ عددها (309) منشور، بينما تناولها موقع "لبنان 24" بـ (165) منشور ما يمثل 53.4% من إجمالي النشر خلال فترة الأيام العشرة الأولى من شهر مارس.

ويعني ذلك اهتمام الإعلام الخاص بلبنان بأزمة كورونا بمستوى أعلى من اهتمام المؤسسات الحكومية والإعلام الرسمي المتمثل بـ "مستشفى الحريري، ووزارة الصحة، والوكالة الوطنية لإعلام لبنان" والتي تكثفت ببعض المنشورات والفيديوهات، ونقل البيانات الرسمية الصادرة من وزارة الصحة ومستشفى الحريري والمؤتمرات التي يقدمها الوزراء، وزير الصحة على وجه الخصوص.

ويظهر من الجدول عدد مرات التناول للمقارنة بين المؤسسات الرسمية وقد جاء التناول في صفحة مستشفى الحريري بنسبة 13.2%، وفي صفحة وزارة الصحة بنسبة 72.9%، أما في الوكالة الوطنية لإعلام لبنان فقد جاء بنسبة 13.9%، مع خلوها تماماً من التناول لمدة أربعة أيام خلال الفترة الأولى من شهر مارس.

وهذا يُظهرُ اهتمام وزارة الصحة بموضوع الدراسة على المؤسسات الأخرى المتمثلة بمستشفى الحريري والوكالة الوطنية لإعلام لبنان.

في حين تبدي الوكالة الوطنية للإعلام إهمالاً حيال الأزمة مع اعتبارها من أهم مصادر المعلومات للمواطن اللبناني حيث وانها في خلال 4 أيام لم تقدم أي منشور على صفحتها على الفيسبوك "لأن أزمة كورونا ولا موضوع غيره" ربما بسبب عطلة نهاية الأسبوع.

■ ومن يوم 11 إلى 20 مارس ظهرت نتائج التناول سلبية نحو المؤسسات الحكومية مقابل الإعلام الخاص، وقد جاء عدد مرات التناول في المؤسسات الحكومية بـ (113) منشوراً بنسبة 32.8%، بينما في صفحة موقع "لبنان 24" على الفيسبوك تناول الأزمة بـ (232) منشوراً بنسبة 67.2% من إجمالي منشورات تلك الفترة والبالغ عددها (345) منشوراً.

كما ظهر تفوق صفحة وزارة الصحة على باقي المؤسسات الحكومية، فقد تناولت الموضوع وزارة الصحة على صفحتها على الفيسبوك بنسبة 64.6%، يليها مستشفى الحريري بنسبة 22.1%، وفي المستوى الأخير جاءت الوكالة الوطنية لإعلام لبنان بعدد (15) منشوراً، ما يعني 13.3%، مع العلم بأنها لم تتناول أي منشوراً لأربعة أيام منها ثلاثة على التوالي.

وتفسر النتائج في الأيام العشرة الوسطى لشهر مارس تفوق الإعلام الخاص في التناول الإعلامي أزمة كورونا بما يزيد عن 67%، وتميز وزارة الصحة على باقي المؤسسات الحكومية عينة الدراسة بنسبة تصل إلى 65% تقريباً.

■ ومن 21 إلى 31 مارس أظهرت نتائج التناول بين المؤسسات الحكومية والخاصة موضوع البحث والدراسة كما يلي:

إجمالي المنشورات خلال الأيام الإحدى عشرة الأخيرة لشهر مارس (376) منشوراً، كان منها (253) منشوراً تناوله الإعلام الخاص المتمثل في موقع "لبنان 24" على صفحته في الفيسبوك، وهو ما يمثل 67.3% من إجمالي المنشورات، بينما جاء في المؤسسات الحكومية الثلاث موضوع البحث والدراسة بـ (123) منشوراً بما تبلغ نسبته 32.7% من إجمالي المنشورات.

وهذا يوضح أن التناول الإعلامي لأزمة كورونا في لبنان جاء بنسبة مرتفعة لدى الإعلام الخاص مقابل المؤسسات الحكومية ذات العلاقة.

ومن خلال إجمالي عدد المنشورات في المؤسسات الحكومية البالغة (123) جاءت في المرتبة الأولى وزارة الصحة وذلك بنسبة 45.6% من إجمالي ما نشرته المؤسسات الرسمية، يليها الوكالة الوطنية لإعلام لبنان وذلك بنسبة 32.5%، وفي المرتبة الأخيرة مستشفى الحريري بنسبة 21.9%.

ويأتي ذلك بسبب اكتفاء مستشفى الحريري في كثير من الأيام بنشر التقرير الختامي ليوم العمل المسمى "بالتقرير اليومي لآخر مستجدات فيروس كورونا" وبسبب اكتفائه في أيام قليلة بنشر الإرشادات الوقائية والنصائح سواء أكانت صوراً أو فيديوهات، كما أنه كان يتوقف عن النشر لعدة أيام في صفحة الوكالة الوطنية لإعلام لبنان (وهي أيام الإجازات الأسبوعية)، هذا ما جعل وزارة الصحة تتصدر عدد مرات التناول الإعلامي خلال الفترة المذكورة على حساب المؤسسات الأخرى.

**جدول (3): يوضح عدد مرات النشر والتناول الإعلامي على صفحات المؤسسات موضوع البحث في الفيسبوك لأزمة كورونا خلال شهر إبريل.**

اليوم والتاريخ	مؤسسات رسمية وإعلامية حكومية										
	إعلامية خاصة		إجمالي المؤسسات الرسمية		الوكالة الوطنية للإعلام لبنان		وزارة الصحة		مستشفى الحريري		
	إجمالي الإعلامية الخاصة "موقع لبنان 24"	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	
الأربعاء 4/1	13	54.2%	11	45.8%	5	45.5%	5	45.5%	1	9%	
الخميس 4/2	16	48.5%	17	51.5%	6	35.3%	10	58.8%	1	5.9%	
الجمعة 4/3	13	59.1%	9	40.9%	1	11.1%	7	77.8%	1	11.1%	
السبت 4/4	14	70%	6	30%	2	33.3%	3	50%	1	16.7%	
الأحد 4/5	20	83.3%	4	16.7%	-	0%	3	75%	1	25%	
الاثنين 4/6	17	63%	10	37%	2	20%	7	70%	1	10%	
الثلاثاء 4/7	11	50%	11	50%	-	0%	9	81.8%	2	18.2%	
الأربعاء 4/8	18	72%	7	28%	-	0%	6	85.7%	1	14.3%	
الخميس 4/9	14	73.7%	5	26.3%	-	0%	4	80%	1	20%	
الجمعة 4/10	17	74%	6	26%	2	33.3%	3	50%	1	16.7%	
<b>الإجمالي 10 الأيام الأولى</b>	<b>153</b>	<b>64%</b>	<b>86</b>	<b>36%</b>	<b>18</b>	<b>20.9%</b>	<b>57</b>	<b>66.3%</b>	<b>11</b>	<b>12.8%</b>	
السبت 4/11	12	63.2%	7	36.8%	-	0%	4	57.1%	3	42.9%	
الأحد 4/12	11	69%	5	31%	-	0%	4	80%	1	20%	
الاثنين 4/13	18	72%	7	28%	2	28.6%	4	57.1%	1	14.3%	
الثلاثاء 4/14	11	55%	9	45%	4	44.5%	4	44.5%	1	11%	
الأربعاء 4/15	16	69.6%	7	30.4%	2	28.6%	4	57.1%	1	14.3%	
الخميس 4/16	16	76.2%	5	23.8%	1	20%	3	60%	1	20%	
الجمعة 4/17	9	50%	9	50%	.	0%	6	66.7%	3	33.3%	
السبت 4/18	9	47.4%	10	52.6%	.	0%	7	70%	3	30%	
الأحد 4/19	13	72.2%	5	27.8%	.	0%	3	60%	2	40%	
الاثنين 4/20	15	75%	5	25%	0	0%	4	80%	1	20%	
<b>إجمالي 10 الأيام الوسطى</b>	<b>130</b>	<b>65.3%</b>	<b>69</b>	<b>34.7%</b>	<b>9</b>	<b>13%</b>	<b>43</b>	<b>62.3%</b>	<b>17</b>	<b>24.7%</b>	
الثلاثاء 4/21	8	57.1%	6	42.9%	2	33.3%	3	50%	1	16.7%	
الأربعاء 4/22	12	66.7%	6	33.3%	1	16.7%	2	33.3%	3	50%	
الخميس 4/23	5	38.5%	8	61.5%	2	25%	5	62.5%	1	12.5%	
الجمعة 4/24	8	44.4%	10	55.6%	1	10%	5	50%	4	40%	
السبت 4/25	5	38.5%	8	61.5%	2	25%	5	62.5%	1	12.5%	
الأحد 4/26	13	68.4%	6	31.6%	3	50%	2	33.3%	1	16.7%	
الاثنين 4/27	9	60%	6	40%	1	16.7%	3	50%	2	33.3%	
الثلاثاء 4/28	16	66.7%	8	33.3%	3	37.5%	3	37.5%	2	25%	
الأربعاء 4/29	8	53.3%	7	46.7%	1	14.3%	4	57.2%	2	28.5%	
الخميس 4/30	9	50%	9	50%	2	22.2%	6	66.7%	1	11.1%	
<b>إجمالي الأيام الأخيرة</b>	<b>93</b>	<b>55.7%</b>	<b>74</b>	<b>44.3%</b>	<b>18</b>	<b>24.3%</b>	<b>38</b>	<b>51.4%</b>	<b>18</b>	<b>24.3%</b>	
<b>إجمالي - إجمالي عدد التناول بين المؤسسات الحكومية الثلاث والخاصة</b>	<b>376</b>	<b>62.2%</b>	<b>229</b>	<b>37.8%</b>							

يوضح الجدول (3) عدد مرات النشر والتناول الإعلامي لأزمة كورونا من قبل المؤسسات الحكومية، والإعلامية "حكومية وخاصة" خلال شهر إبريل، على صفحاتها "على الفيسبوك" حيث تظهر النتائج كما يلي:

- من 1 إلى 10 إبريل تناولت المؤسسات الحكومية ذات العلاقة والمنتملة في "مستشفى الحريري، ووزارة الصحة، والوكالة الوطنية لإعلام لبنان" بـ 86 منشوراً على صفحاتها على الفيسبوك من أصل 239 منشوراً، وهذا يمثل 36% من إجمالي النشر للأيام العشرة الأولى من شهر إبريل، بينما جاء عدد منشورات موقع "لبنان 24" الخاص بـ (153) منشوراً، أي ما تمثل نسبته 64% من إجمالي منشورات المؤسسات المختارة للمقارنة.

ومن خلال ذلك يتبين أن اهتمام الإعلام الخاص تجاه أزمة كورونا في لبنان من خلال عدد مرات النشر والتوعية بالفيديوهات والإرشادات المصورة والمكتوبة، كانت أكثر من المؤسسات الحكومية المختارة للمقارنة.

ويوضح الجدول (3) لإجمالي منشورات الأيام الأولى من شهر إبريل بين "المؤسسات الحكومية" تفوق وزارة الصحة بعدد المنشورات الإيضاحية والتوعوية على المؤسستين الأخرين، وجاءت بـ 57 منشوراً من أصل 86، وهذا يمثل نسبة 66.3% من إجمالي منشورات المؤسسات الحكومية، تليها الوكالة الوطنية لإعلام لبنان حيث جاءت بنسبة 20.9%، وهذا بسبب عدم نشر أي منشور على صفحة الوكالة على الفيسبوك لأربعة أيام خلال الأيام العشرة الأولى، تليها في المرتبة الأخيرة مستشفى الحريري الذي اكتفى بنشر التقرير اليومي لمستجدات كورونا في المستشفى، وجاء ذلك بـ 11 منشوراً، أي ما يمثل 12.8% من إجمالي المنشورات.

كما يوضح الجدول في الأيام 11 إلى 20 من أبريل تناول الإعلامي لأزمة كورونا في لبنان كما يلي: جاءت عدد مرات تناول في المؤسسات الثلاث الحكومية خلال الأيام العشرة بـ 69 منشوراً من إجمالي المنشورات البالغة (199) منشوراً بما يمثل 34.7%، بينما كان عدد تناول في المؤسسة الإعلامية الخاصة الممثلة في موقع "لبنان24" بـ (130) منشوراً بما تمثل نسبته 65.3%، من إجمالي المنشورات للأيام العشرة الوسطى لشهر إبريل. ما يعني أنّ تناول الإعلامي الخاص بلبنان كان أكثر ممّا تناولته المؤسسات الإعلامية والرسمية الحكومية.

ومن خلال ذلك أيضاً: يمكن المقارنة بين المؤسسات الحكومية الثلاث بأنه تم تناول في صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك بـ 43 منشوراً بما يمثل 62.3% من إجمالي منشورات تناول في المؤسسات الحكومية، يليها 17 منشوراً لـ مستشفى الحريري وتمثل نسبة 24.7% من إجمالي المنشورات للمؤسسات الثلاث البالغة 69 منشوراً، وجاءت في المرتبة الأخيرة الوكالة الوطنية لإعلام لبنان بـ 9 منشورات بما يمثل 13%، وهذه نسبة قليلة ويأتي ذلك بسبب أنّ الوكالة الوطنية خلال 6 أيام لم تنشر أي منشور على صفحتها على فيسبوك.

كما يوضح الجدول أعلاه للأيام العشرة الأخيرة من شهر إبريل تناول الوسائل الإعلامية موضوع الدراسة بإجمالي (167) منشوراً، جاءت عدد مرات تناول في المؤسسات الحكومية الثلاث بـ (74) ما يمثل (44.3%)، بينما جاءت في موقع "لبنان24" بـ (93) أي ما يمثل نسبته (55.7%) من إجمالي المنشورات.

ويفسّر هذا على أن اهتمام الإعلام الخاص جاء أكثر تناولاً لموضوع كورونا في لبنان من المؤسسات الرسمية على الرغم من أنّ المؤسسات الثلاث ذات علاقة مباشرة، وربما يرجع السبب في ذلك إلى اعتماد المؤسسات الحكومية على نشر التقارير الرسمية، وبعض التصريحات والأنشطة الحكومية مع قليل من الإرشادات والتدابير الوقائية، إضافة إلى ذلك غياب تناول لبعض المؤسسات الرسمية ولو بمنشور واحد في أيام الإجازات الأسبوعية كما يحصل في الوكالة الوطنية لإعلام لبنان.

كما يوضح الجدول المقارنة بين المؤسسات الرسمية الثلاث، فإنّ تناول جاء في المرتبة الأولى لوزارة الصحة حيث جاء بـ (38) منشوراً وهو ما يمثل (51.4%) من إجمالي منشورات المؤسسات الرسمية البالغة (74) منشوراً، تليها الوكالة الوطنية لإعلام لبنان بالتساوي مع منشورات مستشفى الحريري وبعدد (18) منشوراً، أي ما يمثل نسبته (24.3%) لكل منهم.

ويفسّر ذلك باكتفاء مستشفى الحريري في أغلب الأيام بالتقرير اليومي لآخر المستجدات عن كورونا، والاكتفاء بمنشور واحد إلى 3 منشورات في أيام العمل للوكالة الوطنية لإعلام لبنان، بينما تتناول صفحة وزارة الصحة تقرير الوزارة والمستشفى وكلّ نشاطات الوزير والمكلفين بمتابعة أزمة كورونا مع عدد من النصائح والارشادات.

## 2- جداول المقارنة لتحليل مضمون تناول الإعلامي لأزمة كورونا في المؤسسات موضوع الدراسة في عشرة أيام من 21 إلى 30 أبريل.

الجدول (4): يوضح المقارنة بين المؤسسات الرسمية والإعلام الخاص في نوع التغطية الإعلامية

اليوم والتاريخ	خبر		تقارير المؤسسات			تصريح رسمي		مقال رأي	رأي شخصي	إرشادات		الإجمالي اليومي
	قبلي	بصورة	العمليات	وزارة الصحة	مستشفى الحريري	مدير م الحريري	وزير الإعلام			وزير الصحة	مصور	
الثلاثاء 4/21		3	1	1	1				1	1		8
		1	1	1	1	1						6
الأربعاء 4/22		7	1	1	1	1			1			12
		2	1	1	1	1				1		6
الخميس 4/23		1	1	1	1	1		1				5
		1	1	1	1	1			1	1		8
الجمعة 4/24		6	1	1	1	1						8
		2	1	2	1	1				1		10
السبت 4/25		1	1	1	1	1			1			5
		2	1	1	1	1				1		8
الأحد 4/26		4	1	1	1	1			1	1		13
		1	1	1	1	1				1		6
الاثنين 4/27		2	1	1	1	1				1		9

6	1					1	1	2	1	حكومية						
16			1			1	1	1	12	خاصة	الثلاثاء 4/28					
8	1				1	1	1	1	2	حكومية						
8	1	1		1		1	1	1	2	خاصة	الأربعاء 4/2					
7		1			1	1	1	1	1	حكومية						
9		2	1				1	1	4	خاصة	الخميس 4/30					
9	1	1				1	1	1	3	حكومية						
93	1	3	8	5	3	1	1	4	4	10	10	1	42	خاصة	الإجمالي	
74		4	9	0	0	0	2	6	8	11	10	8	16	حكومية		
93		12		5	3		6		24			43		ت	الإجمالي العام للفتات	
%100		%12.9		5.4	3.2		%6.5		%25.8			%46.2		%		خاصة
74		13					8		29			24		ت		حكومية
%100		%17.6					%10.8		%39.2			%32.4		%		

يظهر من الجدول (4) أن التناول الإعلامي لدى موقع "لبنان 24" على شكل خبر كان، أكثر من المؤسسات الحكومية وذلك بسبب أن الموقع كان يشمل ويغطي كل المجالات والجوانب حول أزمة كورونا بينما كانت تعتمد الوسائل الحكومية على التقارير، أو التصاريح الرسمية، كما تفوقت المؤسسات الحكومية في نوع التغطية كتقارير رسمية لذات السبب، بينما لم تتناول المؤسسات الرسمية في تغطيتها مقالات رأي ولا آراء شخصية كونها كانت محصورة في نطاقها الطبي والمهني، مع إهمال الوكالة الوطنية تغطيتها بشكل إعلامي وإنما اعتمدت كسابقاتها على تقارير المستشفى ووزارة الصحة وبعض من التصاريح الرسمية والإرشادات الوقائية.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه تقارب المؤسسات الحكومية، مع موقع لبنان 24 في عدد المنشورات خلال الأيام العشرة المتمثلة من 21 إلى 30 من أبريل وذلك بسبب توجه الموقع لتغطية الأحداث السياسية في الشارع اللبناني خلال هذه الفترة، فأهمل قليلاً الموضوع الصحي على غير الأيام السابقة.

#### الجدول (5): يوضح المقارنة بين المؤسسات الحكومية والإعلام الخاص في اتجاه التغطية

اليوم والتاريخ	إيجابي	اتجاه متوازن	سلبي	الإجمالي
الثلاثاء 4/21	4		4	8
		1	3	6
الأربعاء 4/22	5	2	5	12
		2	3	6
الخميس 4/23	3	1	1	5
		1	4	8
الجمعة 4/24	5	1	2	8
		2	5	10
السبت 4/25	3	1	1	5
		3	3	8
الأحد 4/26	4	3	6	13
		1	4	6
الاثنين 4/27	3	2	4	9
		1	4	6
الثلاثاء 4/28	5	3	8	16
		3	3	8
الأربعاء 4/29	3	1	4	8
		2	4	7
الخميس 4/30	2	2	5	9
		1	6	9
الإجمالي	ت	16	40	93
	%	17.2	%43	%100
	ت	18	39	74
	%	%24.4	%52.7	%100

تظهر نتائج الجدول (5) أن اتجاه التغطية والتناول الإعلامي بين المؤسسات الحكومية والخاصة كانت بغالبها تتجه إلى الاتجاه السلبي حيث جاءت بنسبة (43%) في الإعلام الخاص، و(53%) في المؤسسات الحكومية.

ويرجع ذلك إلى عودة انتشار الإصابات بفيروس كورونا وارتفاع عدد الإصابات، بعد أن كانت في انحسار، واعتماد المؤسسات الحكومية بشكل مستمر على التقارير التي تشير إلى عدد الإصابات المرتفع، وقلة حالات الشفاء.

## جدول (6): يوضح المقارنة بين المؤسسات الحكومية والإعلام الخاص في "توازن التغطية"

اليوم والتاريخ	عرض جانب واحد	عرض جانبان	أكثر من جانب	الإجمالي
الثلاثاء 4/21	2	3	3	8
	5	1		6
الأربعاء 4/22	3	2	7	12
	6			6
الخميس 4/23	1	1	3	5
	8			8
الجمعة 4/24	2	2	4	8
	7	2	1	10
السبت 4/25	1	3	1	5
	6	1		8
الأحد 4/26	3	4	6	13
	5	1		6
الاثنين 4/27	2	2	5	9
	6			6
الثلاثاء 4/28	3	10	3	16
	7	1		8
الأربعاء 4/29	3	4	1	8
	5	1		7
الخميس 4/30	3	5	1	9
	6	2	1	9
الإجمالي	ت	36	34	93
	%	%38.7	%36.6	%100
	ت	61	4	74
	%	%82.4	%5.4	%100

تُظهر نتائج الجدول (6) أن منشورات المؤسسات الحكومية كانت في الغالب تغطي جانباً واحداً حيث جاءت بـ (82.4%)، بينما كان الغالب في الإعلام الخاص هو جانبين حيث جاءت بـ (38.7%) فجاء تفسير ذلك بأن المؤسسات الحكومية (وخاصة مستشفى الحريري) كانت تعتمد على نشر التقرير اليومي وهو يناقش أزمة كورونا لا غير، وكذلك وزارة الصحة بكل منشوراتها تناقش أزمة كورونا، وهناك عدد قليل من منشورات الوكالة الوطنية لإعلام لبنان التي كانت تناقش أو تتناول موضوعين أو 3 في منشور واحد.

بينما كانت أغلب منشورات موقع "لبنان24" تتناول في المنشور الواحد جانبين إلى ثلاثة جوانب حيث كانت تربط الموضوع الاقتصادي والاجتماعي والنفسي والتعليمي (التعليم الإلكتروني، واختبارات الطلاب، ومصير العام الدراسي) وتدهور أسعار العملة المحلية في موضوع أزمة كورونا وتأثيره حيال ذلك.

## 3- جداول المقارنة بين المؤسسات الحكومية والإعلام الخاص في تناولها لأزمة كورونا.

من خلال المتابعة الحثيثة والحصص الشامل لكل ما نشر ومن خلال نتائج جدول التكرارات وجدول تحليل المضمون لصفحات المؤسسات "موضوع الدراسة" يمكننا إيجاد المقارنة بين الوسائل كما يلي:

## الجدول (7): يوضح المقارنة بين الوسائل الحكومية "الثلاث" في تناولها لأزمة كورونا، مع الإعلام الخاص ممثلاً في موقع "لبنان24".

الوسائل	الوسائل الحكومية الثلاث مستشفى الحريري، وزارة الصحة، الوكالة الوطنية	الإعلام الخاص موقع "لبنان24"
موضوع المقارنة	عدد تكرارات تناول	عدد تكرارات تناول
	جاءت عدد منشورات المؤسسات الحكومية الثلاث بمستوى أقل في التعاطي مع أزمة كورونا وذلك بـ (686) منشوراً أي بنسبة (37.7%)، من إجمالي منشورات فترة الدراسة من 20 من فبراير إلى 30 من أبريل.	ظهر تناول المؤسسات الإعلامية الخاصة ممثلة بـ موقع "لبنان24" بمستوى أفضل من المؤسسات الحكومية وقد جاءت بـ (1134) منشوراً خلال فترة الدراسة أي ما يمثل (62.3%) من إجمالي منشورات فترة الدراسة الـ (70) يوماً والبالغة (1820) منشوراً.
شكل عرض التغطية الإعلامية	اعتمدت على التقارير الرسمية الصادرة من المستشفيات وغرفة العمليات، ووزارة الصحة، كذلك تصريحات المسؤولين في الجهات ذات العلاقة كـ وزير الصحة، مدير عام وزارة الصحة، مع قليل من الإرشادات الوقائية في بداية الأزمة لكن أهميتها في نهاية فترة الدراسة.	اعتمد بشكل كبير على الأخبار، والتقارير والآراء الإعلامية والشخصية للمشاهير من الممثلين والفنانين، مكثفة في الإرشادات والنصائح وطرق الوقاية من احتمالية الإصابة بالفيروس، بالإضافة إلى نقل كل تقارير المؤسسات والتصاريح الإعلامية والرسمية.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- مصادر صحفيين.</li> <li>- مستشفى الحريري.</li> <li>- وزارة الصحة.</li> <li>- تقارير غرفة العمليات.</li> <li>- تصريحات المسؤولين في وزارة الصحة والإعلام وقوى الأمن الداخلي والجيش اللبناني.</li> <li>- مناقشات وآراء للأطباء وخبراء الصحة العالمية.</li> <li>- آراء شخصيات اجتماعية ومشاهير.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مستشفى الحريري.</li> <li>- وزارة الصحة.</li> <li>- تقارير غرفة العمليات.</li> <li>- تصريحات المسؤولين في وزارة الصحة والإعلام.</li> <li>- مناقشات وآراء للأطباء وخبراء الصحة العالمية.</li> </ul>	<p>مصادر التغطية الإعلامية.</p>
<p>نقل كل التقارير من إصابات ووفيات، والتصاريح الرسمية من تعبئة عامة وحجر منزلي، ووضع المواطنين في الحجر المنزلي النفسي والاجتماعي والاقتصادي، وكان هناك تكثيف وحملة واسعة في الإرشادات والتحذيرات ونقل للأراء والواقع خارج لبنان من أجل أخذ العظة والعبرة من ذلك وتهويل حجم الكارثة والتذكير الدائم بعدد الإصابات في العالم والدول الأكثر إصابة " وهذا اتجاه سلبي "</p>	<p>تنصّرها المقولة والتغريدة الشهيرة لوزير الصحة الدكتور حمد حسن بالإيجاب "لا داعي للهلع" سعياً منه لطمأنه المجتمع اللبناني، ودعوة رئيس الجمهورية وقائد الجيش إلى التعبئة العامة وتصريحات وزير الداخلية في الالتزام وتطبيق الحجر المنزلي، وهذا يمثل "الاتجاه الإيجابي"، بينما كانت تنقل التقارير اليومية وهي المنشورات المستمرة اليومية التي كانت تتضمن الإصابات والوفيات وهذا يمثل "الاتجاه السلبي".</p>	<p>اتجاه التغطية</p>
<p>كانت أكثر من حيث عدد مرات تناول وذلك بـ (1134) منشور. معظمها كانت تتناول جانبين للخبر، فقد كانت تتناول فيروس كورونا وأثاره الاقتصادية والوضع السياسي الراهن وتدهور العملة اللبنانية، والحياة الاجتماعية للمجتمع اللبناني وكيف يتصرف بظل توقف الأعمال، وغلاء الأسعار، وحال الطلاب والتعلم عن بعد واقصاد المدارس، كل هذا كان يتم طرحه مع تناول أزمة كورونا.</p>	<p>من حيث عدد مرات تناول لم يكن هناك توازن حيث جاءت بمستوى أقل من الإعلام الخاص وكان إجمالي التكرارات بـ (686) منشوراً. ومن جانب العرض معظمها كان يعرض جانباً واحداً فقط، إما بتصريح إعلامي، أو تقرير المؤسسات الرسمية والمستشفيات، أو مناقشات، أو إرشادات وقائية حول فيروس كورونا.</p>	<p>توازن التغطية الإعلامية للوسيلتين.</p>
<p>لقد كان إطار التغطية متعدداً حيث كان يتناول الجانب الصحي والأمني، والإطار الاقتصادي من غلاء الأسعار وتدني قيمة الليرة ونشر أسعارها يومياً، وكذلك الإطار الإنساني من خلال نشر حاجيات الناس في الحجر المنزلي من مطعم ومشرب، والإطار الفني بنشر أخبار وأوضاع الفنانين والمشاهير أثناء الحجر المنزلي ونشر تغريداتهم حول كورونا على منصات التواصل الاجتماعي.</p>	<p>كان مجمل أو أغلب منشورات مستشفى الحريري، ووزارة الصحة تغطي إطاراً صحياً يومياً وليس استراتيجياً أو حتى على المدى المتوسط. بينما كان هناك عدد من المنشورات القليلة التي تناولتها الوكالة الوطنية تتناول موضوعات صحية وأمنية وقائية والمتمثلة بالتعبئة العامة ولمدة عدة أيام ولا يوجد لديهم إطار استراتيجي بعيد أو متوسط المدى.</p>	<p>إطار التغطية</p>
<p>كل ما ذكر</p>	<p>تقارير مكتوبة وتصريحات مصورة ومقابلات، حول فيروس كورونا في الغالب لوزير الصحة حمد حسن ومدير عام الصحة حول تطورات جائحة كورونا، والإجراءات التي تتخذها الوزارة لمواجهة فيروس كورونا، وأعداد الإصابات والوفيات، وحالات الشفاء، ونتائج الفحوصات للبنانيين العائدين من المهجر والفحوصات العشوائية، وتصريحات قائد الجيش حول التعبئة العامة، ووزير الداخلية بشأن تطبيق حظر التجوال.</p>	<p>مضمون التصريحات الرسمية.</p>
<p>نشر عدد كبير من الصور والفيديوهات والكاريكاتور، المتعلقة بكيفية طرق الوقاية والتنظيف، واستخدام الكمامات، وتصرف أثناء التسوق، وتغيم المقننات أثناء العودة إلى المنزل، وحتى إرشادات على كيفية غسل الملابس في الغسالة للوقاية من فيروس كورونا</p>	<p>نشر عدد من الإرشادات الوقائية مكتوبة على شكل صورة وعدد من الفيديوهات تتضمن طرق غسل اليدين واستخدام الكمامات والتباعد الاجتماعي.</p>	<p>مضمون الإرشادات.</p>

#### 4- جدول المقارنة بين المؤسسات الحكومية موضوع الدراسة في تناولها لأزمة كورونا.

جدول (8): يوضح المقارنة بين الإعلام والوسائل الحكومية "الثلاث" في التعاطي مع أزمة كورونا.

المؤسسة	مستشفى الحريري	وزارة الصحة	موضوع المقارنة
الوكالة الوطنية لأعلام لبنان	عدد المنشورات الإجمالية لمستشفى الحريري في صفحته على فيسبوك خلال فترة الدراسة هي (134) وهي أقل عدداً مقارنة بالمؤسسات الحكومية.	جاءت عدد تكرارات تناولها بـ (410)، وهي أكثر المؤسسات تناولاً لجائحة كورونا خلال فترة الدراسة.	عدد تكرارات تناولها الإجمالية
مضمون التصريحات الرسمية.	جاءت إجمالاً بـ قليل من الإرشادات الوقائية، وتصريحات لمدير المستشفى، وتقرير ينشر يومياً عن آخر مستجدات فيروس كورونا في المستشفى يذكر فيها	تناولت العديد من التصريحات الإعلامية، لوزير الصحة، ومدير عام وزارة الصحة، وعدد من الإرشادات الوقائية، وتقرير	شكل عرض التغطية

عدد الإصابات الجديد، وعدد الفحوصات اليومية وحالات الشفاء والوفيات.	الترصد اليومي لفيروس كورونا "الكوفيد19".	بعض التصريحات الرسمية، علماً بأنها في كثير من الأيام لم تكن تقدم أي منشور.
بيانات المستشفى القادمة من وحدات العزل مدير المستشفى.	بيانات مستشفيات لبنان المجهزة لاستقبال مرضى كورونا. وزير الصحة.	وزارة الإعلام. وزارة الصحة. مستشفى الحريري.
في الغالب إصابات يومية وعدد قليل من حالات الشفاء، وذكر حالات الوفيات، إلا في يوم واحد فقط أعلنت فيه عدم ازدياد الإصابات " اتجاه سلبي "	في الغالب إصابات يومية وعدد قليل من حالات الشفاء، وذكر حالات الوفيات " اتجاه سلبي "	الكثير من المنشورات حول فيروس كورونا كانت عبارة عن نصائح وإرشادات "اتجاه محايد"، وقليل من التقارير.
أقل من حيث عدد مرات تناول. وكانت تتناول جانباً واحداً.	أكثر تناولاً. وتغطي جانباً واحداً	تغطي جانباً واحداً
إطار صحي.	إطار صحي واجتماعي نفسي.	صحي واجتماعي نفسي وإعلامي.
مضمون تناول.	تصريحات وزير الصحة، إرشادات وقائية، رصد تطورات جائحة كورونا في كل لبنان.	تصريحات إعلامية، لوزراء الصحة والداخلية وقيادة الجيش ونشر التقارير الصادرة من مستشفى الحريري، ووزارة الصحة.

## 5- النتائج:

وقد توصل البحث إلى العدد من النتائج أهمها:

- أ- أظهرت تناول المؤسسات الخاصة ممثلة بـ موقع "لبنان24" بمستوى أفضل من المؤسسات الحكومية وقد جاءت بـ (1134) منشوراً خلال فترة الدراسة أي ما يمثل (62.3%)، بينما جاءت عدد منشورات المؤسسات الحكومية الثلاث بـ (686) منشوراً أي بنسبة (37.7%)، من إجمالي منشورات فترة الدراسة الـ (70) يوماً من 20 من فبراير إلى 30 من أبريل، والبالغة (1820) منشوراً.
- ب- الإعلام الخاص ممثلاً بموقع "لبنان24" تناول أزمة كورونا من جميع النواحي الإعلامية والإرشادية من خلال الصور والفيديوهات بأعداد كبيرة ومتنوعة خلال فترة الدراسة.
- ت- المؤسسات الرسمية موضوع الدراسة تناولت الأزمة بشكل إيجابي في أولها ومن ثم بدأت بالإهمال حتى إن بعض المؤسسات لم تقدم أي منشور لعدد من الأيام.
- ث- انخفضت التغطية الإعلامية الإجمالية في شهر أبريل إلى (605) منشور بعد أن كانت في شهر مارس (1030) منشوراً.
- ج- اتجهت التغطية في تناول الإعلام خلال فترة الدراسة إلى الاتجاه السلبي في مضمون محتواها العام.
- ح- المؤسسات الحكومية غطت جانباً واحداً في تغطيتها للأزمة وهو الجانب الصحي، بينما الإعلام الخاص غطى عدداً من الجوانب المتعلقة والمؤثرة والمتأثرة بالأزمة.
- خ- انخفض تناول الإعلام، في الإعلام الخاص في الأيام العشرة الأخيرة، في الإرشادات الوقائية حتى ظهر بمستوى أقل من المؤسسات الرسمية.
- د- ومن خلال مقارنة منشورات المنشورات في صفحات المؤسسات الرسمية الثلاث فقد جاءت بالمرتبة الأولى وزارة الصحة من إجمالي المنشورات بالمؤسسات الحكومية.
- ذ- الوكالة الوطنية لإعلام لبنان غطت الأزمة بشكل سلبي بسبب عدم تناول في أيام الإجازات.
- ر- مستشفى رفيق الحريري في معظم أيامه كان يكتفي بنشر التقرير اليومي، وفي أحيانٍ قليلة ينشر لقاءات مسؤولين أو إرشادات صحية.
- ز- وافقت هذه النتائج توصيات الباحث (محمد الأمين) في أن الإعلام العربي يغطي الأزمات وخاصة الصحية منها تغطية لاحقة، وفي هيمنة دور وسائل التواصل الاجتماعي على باقي الوسائل الإعلامية، وخلوها من عدم وجود إعلام صحي متخصص، أي من إعلاميين مؤهلين لذلك.
- س- توافقت نتائج هذا البحث مع نتائج دراسة (ليندا جان) بسيادة وسائل الإعلام الاجتماعي على باقي الوسائل، امكانية اشراك المجتمع وتحفيزه على المساعدة الذاتية والمتبادلة والعمل التطوعي، والدور الفاعل للوسائل الاجتماعية أثناء الأزمات، وخاصة في مرحلة الإغاثة.

## 6- التوصيات:

من خلال النتائج السابقة التي خرجت بها الدراسة يقدم الباحث عدداً من التوصيات.

- أ- ضرورة تكثيف الإرشادات والنصائح الوقائية عبر صفحات المؤسسات الحكومية في الفيسبوك على شكل صور وفيديوهات بشكل أكثر مما هي عليه الآن.
- ب- الحرص على أن تكون أزمة كورونا الحدث الأهم على كل الأزمات سواء السياسية أو الاقتصادية.
- ت- حريّ بوزارة الإعلام وبموقعها وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي أن تكثف التغطية الإعلامية والنصح والإرشاد للمجتمع اللبناني بشكل أكبر مما هي عليه، كونها المصدر الحكومي الأول إعلامياً.
- ث- ينبغي على مستشفى الحريري أن يكثف من تغطيته الإرشادية وتعليمات الوقاية وأطمئنانات للمجتمع أكثر من غيره من المؤسسات كونه المستشفى الأول في تخصيص قسم لعزل مصابي الكورونا.
- ج- يفترض عمل إرشادات صحية وإعلانات وقائية بلغة الإشارة لذوي الاحتياجات الخاصة.

## 7- الخاتمة

لقد أثبتت لنا جائحة كورونا المصير المشترك في القرية الكونية، فقد كانت بدايت انتشار الفيروس من وهران إحدى المقاطعات الصينية لينتشر إلى أنحاء العالم، أصاب الدول العظمى وذات الإمكانات المادية والتكنولوجية والطبية العالية، والدول الفقيرة والمعدمة على حد سواء، وكان بالإمكان أن يزرع فينا سويماً هذا الفيروس الواجب الإنساني تجاه أنفسنا وتجاه عائلتنا ومجتمعنا وأوطاننا، فباستطاعتنا أن نقي مجتمعاتنا من هذا المرض، وهو خلق ديني إسلامي "إذا سمعتم الطاعون نزل في بلاد فلا تدخلوها، ولا تخرجوا منها" وهو أول حجر صحي في الإسلام، وما حصل من إصابات حول العالم عموماً ولبنان خصوصاً كان بسبب المسافرين، وانتقاله عبرهم إلى من حولهم.

كما أن هذا الفيروس هش من خلال طرق نقله أو الوقاية منه، فهو لا ينتقل إلى الإنسان إلا باللامسة المباشرة للفيروس سواء عن طريق الرذاذ أو اللمس المباشر لسطح يقع عليه الفيروس نتيجة العطاس أو السعال، ولا ينتقل عبر الهواء، كما تكون الوقاية منه بأساليب طبيعية وعادية نحن نمارسها يومياً بدون شعور ومنها غسل اليدين بالماء والصابون ولمدة تتراوح من 20 إلى 40 ثانية، واستخدام المعقمات والمطهرات.

وقد تناولت هذه الدراسة متابعة إعلامية للمؤسسات موضوع الدراسة والمقارنة بين ما هو حكومي منها والمتمثلة في "مستشفى رفيق الحريري، ووزارة الصحة، والوكالة الوطنية لإعلام لبنان" وما هو خاص متمثل بـ "موقع لبنان 24" من حيث عدد مرات تناول الإعلام خلال الفترة من 20 من فبراير وهو أول يوم تم تناول موضوع كورونا على صفحاتها في الفيسبوك.

واحتوت هذه الدراسة على الإطار المنهجي: مستخدماً فيها المنهج الوصفي، وتحليل المضمون كنموذج لعدد من أيام تناول من 21 إلى 30 من أبريل، كونها من البحوث الوصفية التحليلية والدراسة الميدانية والتي جاء فيها متابعات إعلامية حديثة ورصد كافة المنشورات التي تناولت تطورات أزمة كورونا في لبنان، للمؤسسات موضوع الدراسة، وأظهرت تناول المؤسسات الخاصة متمثلة بـ موقع "لبنان 24" بمستوى أفضل من المؤسسات الحكومية وقد جاءت بـ (1134) منشوراً خلال فترة الدراسة أي ما يمثل (62.3%)، بينما جاءت عدد منشورات المؤسسات الحكومية الثلاث بـ (686) منشوراً أي بنسبة (37.7%)، من إجمالي منشورات فترة الدراسة الـ (70) يوماً والبالغة (1820) منشوراً.

تناولت التغطية والتناول الإعلامي اتجاهاً واحداً في المؤسسات الحكومية، وأكثر من اتجاه في الإعلام الخاص، وكانت التغطية سلبية بشكل عام، ومرّ يوم واحد كانت التغطية إيجابية حيث جاءت المباشرات من مستشفى الحريري بعدم ازدياد الإصابات بناتاً.

## المراجع

- [1] أحمد ماهر، إدارة الأزمات، الدار الجامعية، ط2، الإسكندرية، مصر، ص، 2011م.
- [2] جان جبران كريم، مدخل على لغة الإعلام، د ط، دار الجليل للنشر والتوزيع، عمان، ص، 1986م
- [3] حسن محمد مكاي، (2015). الإعلام ومعالجة الأزمات، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص، 2015م.
- [4] خالد كاظم أبو دوحه، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الأزمات، كتاب (pdf) منشور على الانترنت، ص، 2016م.
- [5] رجاء العسيلي، وعبد الله وتيسير، "قلق الأزمات التي تعاني منها جامعة القدس المفتوحة أثناء انقضاة الأقصى"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات في غزة، العدد(5)، 2005م.
- [6] سهام الشجيري، البناء الإعلامي للأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات ص، ط1، 2018م.
- [7] السيد عليوة، إدارة الوقت والأزمات والإدارة بالأزمات، دار الأمين، القاهرة، ص، 2003م.
- [8] محمد دهم الظفيري، فن الاتصال اللغوي ووسائل تنميته، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، الأردن، ص، 2006م.
- [9] محمد سمير حسين، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، ص، 2006م.
- [10] محمد شومان، الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص، ط2، 2006.
- [11] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص، 2000م.

- [12] محمد منتصر، "واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقاتها بالجمهور"، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة. فلسطين، 2013م.
- [13] هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، ط1، دار مصر المحروسة، القاهرة، ص، 2008م.

### مقالات منشورة على الإنترنت:

- [14] محمد إسلام، "ما هو الموقع الإلكتروني"، 2019م، <https://www.alrabon.com/what-is>.
- [15] مروة الأسدي، "آليات معالجة الأزمات والكوارث إعلامياً"، شبكة النبا المعلوماتية، 2019م، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org).
- [16] منى الحديدي، "الإعلام ومواجهة الأزمات"، 2018م، [www.arabmediasociety.com](http://www.arabmediasociety.com).
- [17] موقع وزارة الإعلام اللبنانية (2015) <https://www.ministryinfo.gov.lb>

### Foreign References:

- [18] DORIS Graber, "Mass Media and American Politics", New York, Longman, 1989.
- [19] Regester, M. & j. Larkin, "Risk Issues and Crisis Management", London, Kogan pege, 1997.
- [20] Martinelli, k. & W. Briggs, "Integrating Public Relations and Legal Responses During A Crisis: the Case of Odwalla, Inc", Public Relations Review, 24(4), 1998 .
- [21] Szpirglas, Mathias , Acquier, Aurelien & Gand , Sebastien, "Understanding Organizational Crisis Management Process: An Analytical Framework Drawn From A case Study In A Public Company". Communication At Euram , Munich , Germany, 2005 .

**RESEARCH ARTICLE****THE LEBANESE HEALTH INSTITUTIONS AND GOVERNMENT AND PRIVATE MEDIA OUTLETS REPORTED ON THE CORONA CRISIS ON THEIR FACEBOOK PAGES****Ahmed Musaed Ahmed Al-Gahdari<sup>1,\*</sup>**<sup>1</sup>Media Department "Public Relations", Faculty of Human Sciences, Beirut Arab University, Lebanon.\*Corresponding author: Ahmed Musaed Ahmed Al-Gahdari E-mail; [ahmedmalgahdari@gmail.com](mailto:ahmedmalgahdari@gmail.com)

Received: 11 August 2020 / Accepted: 12 September 2020 / Published online: 07 October 2020

**Abstract**

This study seeks to show the role of health institutions in the media, and the Lebanese governmental and private media as a model for Arab media, in dealing with health crises (Corona), and its readiness in facing these crises and fighting rumors that cause fear among members of society, in light of the spread of the epidemic through social media platforms with Low level of cultural awareness among users of modern media networks.

The study used the descriptive and analytical approach. In order to obtain the required results, a questionnaire was adopted as a tool to gather the needed data which included news and reports of a number of Lebanese health and media institutions on the outbreak of the Covid-19 epidemic. This study reached many results, and the most important are presents bellow:

1. This study revealed a difference in the quantity and quality of news and reports dealt with by private media institutions with Covid-19 news and reports, as the "Lebanon 24" website was unique with a better level of coverage than government health and media institutions, with (1134) publications during the study period, which represents (62.3%). whereas, the number of publications of the three government institutions (Ministry of Health, Hariri Hospital, and the National Information Agency) (686), which represents (37.7%), from the total publications of the study period.
2. The government institutions under study dealt with the crisis positively at its beginning, and then it was marred by neglect, thus that some institutions did not offer any publication concerning the developments of the epidemic for many days.
3. Through comparison of publications on the pages of the three government institutions, the Ministry of Health ranked first in the total number of publications in government institutions.
4. The National Information Agency of Lebanon covered the crisis negatively and did not keep up with its coverage on holidays.

This study figure out many recommendations, and the most important are:

1. The Ministry of Information, through its website and pages on social media, should intensify the media coverage, advice and guidance for the Lebanese society more than it is, as it is the first government source in the media.
2. Hariri Hospital should intensify its indicative coverage and preventive instructions and reassure the community more than other institutions, as it is the largest hospital in terms of equipment and an isolation center.

**Keywords:** Crisis - Corona Virus, Government Institutions, Websites.