قراءة في إعلام الأزمة عبر وسائل الإعلام الجز ائرية في ظل جائحة كورونا(كوفيد19)

Reading in the crisis media through the Algerian media in light of the Corona pandemic (Covid 19)

د. ريم فتيحة قدوري

جامعة أحمد زبانة-غليزان(الجز ائر)، Rymfatiha.kaddouri@co-relizane.dz

تاريخ الاستلام:2020 /08/06 تاريخ القبول:2021/09/21

الملخص:

تعتبر الأزمة فرصة سانحة لمختلف وسائل الإعلام، تحرص بشكل كبير على استغلالها، والاستفادة منها، من خلال بث أكبر قدر من الأخبار والمعلومات، لكسب أكبر قدر من متابعة الجماهير.

ومهما اختلفت نوعية هذه الوسيلة (الإعلام التقليدي أو الجديد)، إلا أن الأزمة قد تشكل تحدياً كبيراً حول كيفية تعامل وسائل الإعلام مع الأزمات بمختلف مراحل الأزمة (قبل الأزمة، أثناء الأزمة، بعد الأزمة).

نحاول من خلال هذه الورقة استكشاف التحديات العلمية (على جانب التنظير الأكاديمي لإعلام الأزمات) والتحديات المهنية (من حيث المهنية والموضوعية ومراعاة أخلاقيات الإعلام) لوسائل الإعلام الجزائرية في تعاملها مع جائحة كورونا (كوفيد19). وحقيقة لا نسعى في هذه الورقة إلى تقديم إجابات جاهزة، بقدر ما نحاول طرح تساؤلات علمية ومهنية تفرض نفسها في الوقت الراهن، وقراءة الواقع الفعلي لإعلام الأزمة في الجزائر خلال فترة الجائحة.

أولاً: ما هي محددات إعلام الأزمة ومدى توافرها في وسائل الإعلام الجزائرية؟

ثانياً: الإعلام الأزماتي في الجزائر بين محددات المعالجة الإعلامية والموضوعية؟

ثالثاً: ما هو تموضع الممارسة العلمية والمهنية للإعلام الأزماتي في الجزائر؟

الكلمات المفتاحية: إعلام، إعلام الأزمة، الإعلام الجزائري، جائحة كورونا(كوفيد19).

Summary:

The crisis is an opportunity for various media outlets, which are keen to take advantage of them, and benefit from them, by broadcasting the largest amount of news and information, to gain the most followers of the masses.

Through this paper, we try to explore the scientific challenges (on the side of academic theorization of crisis media) and the professional challenges (in terms of professionalism, objectivity, and observance of media ethics) of the Algerian media in their dealings with the Corona pandemic (Covid 19).

In fact, we do not seek in this paper to provide ready answers, as we try to raise scientific and professional questions that impose themselves at the present time.

First: What are the determinants of media crisis and its availability in the Algerian media?

Second: Informing the crisis between the determinants of practice and the objectivity of evaluation in Algeria?

Third: What is the position of the scientific and professional practice of crisis media in Algeria?

Key words: media, crisis media, Algerian media, Corona pandemic (Covid 19).

مقدمة:

منذ ظهور فيروس كورونا (كوفيد19) وجدت وسائل الإعلام الجزائرية نفسها في صراع غير متكافئ مع أزمة حادة أنتجها هذا الفيروس على مستوى الممارسة الإعلامية العلمية والمهنية، ولعل ظهور هذا الفيروس أعاد للواجهة الحديث العلمي والمهني حول إعلام الأزمات والإعلام المتخصص في الجزائر.

نذكر أن لوسائل الإعلام الجزائرية تجارب عدة في مواجهة الأزمات، إلا أن ظهور فيروس كورونا وسرعة انتشاره وتحوله من وباء إلى جائحة شكل تحدياً علمياً لطرحه إشكالية الإعلام المتخصص حيث تعتبر الجائحة تتعلق بالإعلام الصحي المتخصص، وزاد من صعوبة المهمة الإعلامية في العالم عموماً وفي الجزائر خاصة على مستوى التعامل المهني مع الأزمة.

إشكالية الدراسة:

تقوم الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في استكشاف بعض المحددات العلمية والمهنية التي تقوم عليها متابعة وسائل الإعلام الجزائرية لجائحة كورونا (كوفيد19)، وقد لا حظنا أن المعالجة الإعلامية للأزمة عبر الإعلام الجزائري ارتكزت على الجانب الكمي على حساب التفسيري، وكأن الإعلام الجزائري عبارة عن منفذ لنشر الأخبار والمعلومات دون إعطائها حقها الوفير من التحليلات التي تتناسب وخطورة الأزمة؛ وهو ما نعتقد أنه يتنافى إلى حد كبير مع المنطلقات النظرية لإعلام الأزمات.

وهنا تكمن إشكالية البحث في التساؤل عن بعض المحددات العلمية والمهنية حول تعامل الإعلام الجزائري مع أزمة جائحة كورونا (كوفيد19)، وتقتصر ورقتنا على طرح التساؤلات التالية التي يحمل كل تساؤلمنها شق علمي ومهني على النحو التالي:

- ما هي محددات إعلام الأزمة ومدى توافرها في وسائل الإعلام الجزائرية؟
- إعلام الأزمة بين محددات الممارسة وموضوعية التقييم في الجزائر؟
- ما هو تموضع الممارسة العلمية والمهنية للإعلام ألأزماتي في الجزائر؟

تأتي أهمية هذه الورقة في ظل تفاقم وانتشار جائحة كورونا(كوفيد19) التي أصبحت أزمة عالمية مست مختلف مناحي الحياة للدول، حيث برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بمختلف مستوياته وأشكاله التقليدية والجديدة، خاصة مع الانفجار ألمعلوماتي، يعد الإعلام ركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها.

هدفت الدراسة إلى:

- التعريف بإعلام الأزمة، ومعيار الموضوعية كعنصر أساسي في المعالجة الإعلامية للأزمات.
- ملاحظة واستكشاف تعامل وسائل الإعلام في الجزائر مع أزمة كورونا.

- استكشاف محددات المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية لأزمة فيروس كورونا.
- محاولة التعرف على واقع الإعلام ألأزماتي في الجزائر عبر وسائل الإعلام التقليدية.

منهج الدراسة

اعتمدت دراستنا على المنهج النوعي الاستكشافي للنظر في الإشكالات العلمية والمهنية التي فرضتها أزمة كورونا (كوفيد19) على وسائل الإعلام الجزائرية، وطرق معالجتها الإعلامية للأزمة .

ويُقدم المنهج النوعي بأنه "المنهج الذي يتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع" (أبو جبارة وآخرون، 2011، ص33)، ويتعلَّق هذا المنهج بالأبحاث التي تعتمد على البيانات النوعية، ويُسمَّى كذلك المنهج الكيفي، أو المنهج الوصفي، ويظهر ذلك في شكل مُشاهدات وآراء مكتوبة أو مسموعة أو تعليقات .

ونقصد بالبحث الاستكشافي: هو بحث يستخدم للتحقيق في مشكلة غير محددة بوضوح، ويتم إجراؤه من أجل فهم أفضل للمشكلة القائمة، لكنه لا يقدم نتائج حاسمة أو نهائية، ويبدأ فيه الباحث بفكرة عامة ثم يبدأ بتضييقها، ويستخدم هذا البحث كوسيلة لتحديد القضايا التي يمكن أن تكون موضع اهتمام للباحثين في المستقبل. (موقع المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، البحث الاستكشافي، https://ajsrp.com/?p=7538، بتاريخ 20 يوليو2020).

معتمدين على الملاحظة كأداة رئيسية للبحث، حيث تعتبر الملاحظة من أهم وأفضل الأدوات المستخدمة في مجال البحوث النوعية والاستكشافية.

مجتمع البحث وعينته:

فرضت أزمة كورونا أهميتها على أجندة كافة وسائل الإعلام في الجزائر كغيرها من دول العالم، واهتمت دراستنا بالبحث عن تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمة، والبحث عن محددات المعالجة الإعلامية والموضوعية في تعاملها في مع الأزمة.

واقتصرت عينة الدراسة التي أخضعت لشبكة ملاحظات على متابعة (القناة الوطنية الثالثةA3) كأحد أهم القنوات العمومية الرسمية، وقناة النهار، والبلاد كقنوات خاصة، إلى جانب متابعة الإذاعة الجهوية بغليزان وشبكتها البرامجية التي تغيرت بفعل الأزمة، وإذاعة جيلFM الخاصة، التي لم تكن تغطيتها لموضوع أزمة كورونا بذات الحجم من ساعات البث في الإذاعات المحلية. واقتصرت متابعتنا الصحفية لبعض الأعداد الصادرة عن صحيفة الخبر والشروق اليومي في نسخها الإلكترونية.

الإطار ألزماني والمكاني للدراسة:

تم انجاز هذه الدراسة وبناء شبكة الملاحظات في خضم انتشار فيروس كورونا (كوفيد19) في الجزائر، أو ما يُعرف بمرحلة ظهور فيروس كورونا (كوفيد19) بمدينة البليدة بالجزائر، وأثناء تعامل وسائل الإعلام الجزائري مع الأزمة، وذلك مطلع شهر مارس إلى غاية مطلع شهر جويلية.

فمع وصول الفيروس إلى الجزائر بدأت السلطات الجزائرية تتعامل فعلياً ورسمياً مع جائحة كورونا، وغيرت وسائل الإعلام أجندتها وبدأت تتعامل معه كشيء مُبهم لم تستطع في البداية فهمه، وانتقلت تدريجاً لتتماشى مع متطلبات التحول في ظل أزمة كورنا.

أولاً: ما هي محددات إعلام الأزمة وشروط تو افرها في وسائل الإعلام الجز ائرية؟

- **الأزمة وإعلام الأزمة:**

الأزمة وضع صعب ومعقد، يتألف من عناصر متعددة، متداخلة ومتشابكة، وأن مواجهة هذا الوضع يتطلب التشخيص الموضوعي لواقع الأزمة بالاعتماد على جمع الحقائق والبيانات والمعلومات الموضوعية للجوانب المختلفة للموقف، ثم التحليل الشامل الذي يحدد منهج التعامل، وإستراتيجيته، وأهدافه) .خضور،1999،ص16).

إن أسباب حدوث الأزمات متعددة، ومتجددة، حيث أن لكل أزمة سبب للنشوء، فهناك: أزمات تنشأ بسبب وباء مرضي/ اختلاف الأعراق والديانات/ الاحتقان السياسي/ نظام جديد لا يحسن السيطرة. (الهميم، 2000، ص208).

وهنا يمكن التأكيد على أن وباء كورونا (كوفيد19) يشكل أزمة صحية عالمية، تجاوزت الدول وإمكاناتها الصحية والطبية، ومست أضرارها السياسة والاقتصاد والبنية الاجتماعية والنفسية والثقافية لمختلف المجتمعات.

لذا يحظى المنظور الاتصالي والإعلامي في الأزمات وإدارتها أهمية متصاعدة، حيث أصبح مكوناً أساسياً من مكونات المزيج التكاملي لمختلف العلوم في دراسة الأزمات، وهو المزيج الذي يفترض أن كل أزمة تنطوي على علاقات متشعبة ومتداخلة من الأمور الفردية والاجتماعية، الداخلية منها والخارجية.

يُعرف إعلام الأزمة بأنه: مجموع العمليات الإعلامية التي تتوصل بها مختلف الوسائل الإعلامية قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمات لتغطية الأحداث ومواكبتها، ويتم تأثير إعلام الأزمات من خلال جانبين: (الخضيري، 2003، ص67).

- **جانب إيجابي:** ويكون هذا عن طريق استخدام الحملات الإعلامية المكثفة ونقل قدر معتبر من المعلومات والأخبار إلى جمهور الأزمة.

- **جانب سلبي:** ويكون ذلك عن طريق التعتيم الإعلامي من خلال التجاهل التام للأخبار والمعلومات، وعدم إعلام جمهور الأزمة بها، ويتم تجاهل المعلومات من خلال

صورتين هما: تجاهل وتعتيم إعلامي كلي، وذلك بعزل جمهور الأزمة أو المهتمين بها عن أحداثها وتطوراتها عزلا تاما وتجهيلهم بشكل تام عنها، ومن ثم لا يحدث أي سلوك بشأنها، أو من خلال تجاهل وتعتيم إعلامي جزئي، حيث يتم الاهتمام فقط بأحد أطراف الأزمة وتجاهل الطرف الآخر أو التركيز على هذا الطرف وصياغة الأخبار بشكل معين، مع التعميم والتمويه والتجاهل للطرف الآخر.

ومن التعريفات الإعلامية للأزمة: أنها نشر "سلبي غير متوقع"، حيث يركز المفهوم الإعلامي للأزمة "ليس ما حدث" ولكن ما يتصور الناس أنه حدث، فمن الأمور الحيوية عند دراسة الأزمة أن نعرف أن ما يدركه الناس عبر خياراتهم الشخصية أو تعرضهم لوسائل الإعلام يتحول في أذهانهم إلى واقع لا يقبل الشك، وبالتالي لا بد أن يعرف القائم بالاتصال كيف يخاطب اهتمامات الناس من خلال مدركاتهم للأشياء. (مكاوي، 2005، ص23).

- **دور الإعلام في مواجهة الأزمة:**

يُعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي، وتتنوع المستويات التي تمارس من خلالها وسائل الإعلام دورها أثناء الأزمات ما بين الإعلام الناقل، والإعلام الراصد أو الواصف، وإعلام الرأي. (عبد الفتاح إسماعيل، 1999،ص37). **ويمر التناول الإعلامي للأزمات بثلاث مراحل يلعب الإعلام دوراً محدداً في كل مرحلة:**

أ-**مرحلة نشر المعلومات:** وهي المرحلة التي تبدأ مع بداية ظهور الأزمة؛ حيث يقوم الإعلام بدور حيوي في التعريف بالأزمة وإمداد الجمهور بالمعلومات والبيانات عنها ليواكب رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة وأبعادها.

ب- **مرحلة تفسير المعلومات:** حيث تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات مماثلة، وهنا تفسح وسائل

الإعلام المجال أمام كل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء مواد إيضاحية مفسرة، أو من تحليلات وآراء الخبراء وكذلك تتعرض وسائل الإعلام لموقف المسئولين وصانعي القرار تجاه الأزمة وسبل التعامل معها لاحتواء آثارها.

ت- **المرحلة الوقائية:** وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها وتطوراتها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة) .هويدا مصطفى، 2008، ص31)

وبتحليل دور الإعلام في مراحل عمر الأزمة، نجد أن ذلك الدور ينطوي على جانبين:

جانب إخباري: عن طريق متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها ومدى التطور أو النجاح في ذلك. وتتولى وسائل الإعلام هذا الجانب عن طريق نقل المعلومات إلى الجمهور بأمانة وسرعة ومصداقية.

جانب توجيهي: وهو جانب مهم جداً في تحقيق التأثيرات الإعلامية سواء كانت إيجابية أو سلبية.

فمن خلال المعرفة المخطط لها، والتأثير في تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع، وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد الأزمة تتكون لدى الأفراد في المجتمع قناعات معينة إزاء تلك الأزمة والأطراف الفاعلة فيها، وتدفعهم إلى القيام بسلوك معين. (خديجة حمودة، 2000، ص167).

- **محددات وضوابط التغطية الإعلامية للأزمات وشروط توافرها في الإعلام الجزائري:**

إن المهام والأدوار التي يقوم بها الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة تتطلب الالتزام ببعض الضوابط والمحددات التي تزيد من فعالية الرسالة الإعلامية في

مواجهة الأزمات، ونلخص هذه المحددات على النحو التالي: (هويدا مصطفى،2008، ص27-35)

- الدقة وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية عن الأزمة، والاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية والسياسية التي تساعد على تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه الأزمة.
- الاعتراف بالأخطاء لكسب المصداقية، والقدرة على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع الأحداث، والاهتمام بفورية نقل الحدث من موقعه، والتواجد في مناطق الأحداث والاهتمام بالمادة المصورة.
- الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها، والبُعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها.
- الاهتمام بالوصول إلى مواقع الأحداث، وإجراء الحوارات المختلفة لمساعدة الرأي العام على تكوين رأى تجاه الأزمة، مع الاهتمام بعنصر التكامل في المعلومات المقدمة حول الأزمة بتناول الأبعاد المختلفة لها.
- الالتزام بتدفق المعلومات دون وضع ما يعيقها من رقابة أو سيطرة مسبقة، مما يتطلب من الإعلاميين أنفسهم تجنب الرقابة الذاتية في التعامل مع الأحداث، والعمل على الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين ومصالحهم الحيوية.
- التأكد من وصول المعلومات والبيانات اللازمة إلى الجمهور بالقدر المناسب ودون آراء مسبقة، والتوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول الأزمة، وإتاحة فرص للحوار والنقاش حولها.

استناداً إلى التمهيد الذي تقدم أعلاه، ومن خلال ملاحظة ومتابعة ما تقدمه وسائل الإعلام الجزائرية فإن البحث عن محددات وضوابط التغطية الإعلامية لجائحة كورونا(كوفيد19) وشروط توافرها في الإعلام الجزائري تقوم على أسس المعرفة العلمية والمهنية لخصوصية الإعلام، التي تنبع من خصوصية وسائله (إعلام مكتوب، مسموع، مرئي، رقمي)، والنظام السائد (ديمقراطي، غير ديمقراطي) ومعرفة جمهوره وكيفية استقباله لهذا الإعلام، والرسالة الإعلامية التي تصل وتؤثر.

تأتي المتابعة والتغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية لجائحة كورونا على اختلاف أنواعها منسجمة مع بيئة العمل الإعلامي المتوافرة في الجزائر ولا تختلف كثيراً عن نظيراتها في الوطن العربي، غير أن المشهد السمعي طغت عليه الأخبار والأرقام دون التركيز على بناء إستراتيجية إعلامية للأزمة، من أجل محاولة الاستفادة منها مستقبلاً. ولا يختلف الأمر في الصحافة المكتوبة الجزائرية التي اقتصرت على عناوين إخبارية دون التركيز على عنصر التحليل وبناء الرأي العام، فالمتصفح للجرائد اليومية يجد أن النشر لا يتعدى مجال الأخبار الرسمية دون الدخول في عملية النقد، وإبداء الرأي لبناء رأي عام حول الجائحة.

<u>إن وسائل الإعلام الجزائرية في تعاملها مع أزمة كورونا(كوفيد19) وإلى حين تقديم هذه الدراسة لم تتجاوز في تعاملها مرحلة النشر والتفسير، ولم تصل بعد إلى المرحلة الوقائية.</u>

و اقتصر تعامل وسائل الإعلام الجزائرية على مرحلة نشر المعلومات والأخبار، وبدرجة أقل تقوم بعملية التفسير، حيث نلاحظ طغيان الجانب الإخباري ولمعلوماتي في هذه المرحلة من إنجازنا للدراسة، بالمقابل نلاحظ حضور محتشم للبرامج التحليلية المقدمة خلال النشرات الإخبارية هذا على مستوى القنوات الخاصة، وفيما يتعلق بالقنوات العمومية فإن عملية التفسير والتحليل متواجدة بشكل أكبر من خلال

الحصص والبرامج المخصصة لمعالجة أزمة كورونا، وتوجهات النظام والتدابير التي اتخذها في مواجهة هذه الأزمة.

على مستوى الصحافة المكتوبة، فالمتصفح للصحف الجزائرية خلال هذه الأزمة بفترة إنتاج الدراسة يلاحظ عدم وجود اختلاف كبير، حيث **طغت صحافة الأخبار على حساب صحافة الرأي**، فنجد كم هائل من الأخبار والمعلومات والصور، وتراجع المقالات التحليلية، وأعمدة الرأي، مع غياب التقارير وغيرها من الأنواع الصحفية.

حول دور الإعلام الجزائري في مواجهة الأزمة فإننا نقول: أن هذا الدور اقتصر على الجانب الإخبار والتفسير: عن طريق متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات السلطة التصدي لها ومدى التطور أو النجاح في ذلك. وتولت وسائل الإعلام الجزائرية هذا الجانب عن طريق نقل المعلومات الرسمية الصادرة عن خلية الأزمة والسلطات إلى الجمهور.

بالعودة إلى الضوابط إعلام الأزمات وشروط توافرها في الإعلام الجزائري، ولا نزعم متابعتنا إلى جميع وسائل الإعلام الجزائرية، إلا أن اهتمامنا العلمي والمهني بحقل الإعلام والاتصال جعلنا نتابع البعض منها خاصة في زمن الجائحة، **ومن خلال ملاحظتنا لما تبثه وتنشره وسائل الإعلام الجزائرية نجد أن جُل المحددات النظرية لإعلام الأزمات غير متوافرة في الإعلام الجزائري، حيث نسجل أهم الملاحظات التالية:**

- ضعف الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها، نظراً لاحتلال الأخبار ونشر المعلومات حول الأزمة مساحة كبيرة في التغطية الإعلامية للجائحة.

- إغفال المادة الوثائقية بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها، حيث أنه من الأهمية بمكان العودة إلى الجانب التاريخي والوثائق للأزمات لتمكين الرأي العام من تكوين صورة واضحة، وتحقيق التأثير الإيجابي في المتلقي.
- نقص المعلومات وإخفائها، وهو ما يؤكده قرار السلطات الجزائرية بمنع النشر أي معلومات حول الجائحة، الأمر الذي يمنع من أن تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسئولين عن التعامل معها والرأي العام.
- عدم الاهتمام بالوصول إلى مواقع الأحداث، وإجراء الحوارات المختلفة لمساعدة الرأي العام على تكوين رأى تجاه الأزمة.
- عدم الاهتمام بعنصر التكامل في المعلومات المقدمة حول الأزمة، حيث نلاحظ طغيان البُعد السياسي للأزمة في تعامل وسائل الإعلام الجزائرية خاصة وأن الجزائر تمر بمرحلة تحولات سياسية كبرى، وضعف تناول الأبعاد المختلفة الأخرى كالبعد الاقتصادي والاجتماعي والنفسي والثقافي.
- عدم عرض وجهات النظر المختلفة حول الأزمة، وإتاحة فرص للحوار والنقاش حولها، ومع القرارات المتخذة من السلطة حول تعامل وسائل الإعلام مع الجائحة، وما يُعرف بالرقابة الذاتية للإعلاميين نسجل ضعف التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حيث الاكتفاء بعرض وجهات النظر الرسمية التي تصدرها السلطة أو تأمر بالتوجيه عليها.

بالمقابل نذكر المحددات التي نعتقد بتو افرها أو تو افر جزء منها على النحو التالي:

- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية والسياسية حول الأزمة في الجزائر، ومع منع السلطات لنشر أي معلومات حول الجائحة إلا من خلال المؤتمر اليومي للجنة الأزمة المخولة بإصدار البيانات والمعلومات الرسمية بشكل يومي على الساعة الخامسة مساءً، هذا المنع رغم أهميته في مكافحة الإشاعات والأخبار المزيفة إلا أنه أدى إلى تجفيف

منابع المعلومات، وعدم عرض مختلف وجهات النظر حول الجائحة. **وهو ما نعتقد أنه يعني بشكل مباشر أو غير مباشر سيطرة السلطة على المعلومات وتقييد من حرية العمل الإعلامي في أزمة كورونا.**

- الاهتمام بفورية نقل الحدث من موقعه، والتواجد في مناطق الأحداث والاهتمام بالمادة المصورة، وهو ما برز خلال أزمة كورونا خاصة على مستوى المشهد السمعي البصري، وضعفه عبر الصحافة المكتوبة نظراً لخصوصية الصحيفة ونشرها، **وهنا بزرت مسألة أهمية الصحافة الإلكترونية، وتجديد المواقع الإخبارية الجزائرية لأجل تحقيق المتابعة الفورية للأحداث.**

- الاهتمام بعنصر المتابعة المستمرة للأزمة وتداعياتها في المراحل المختلفة، فرغم تأخر مواكبة الإعلام الجزائري لجائحة كورونا (كوفيد19)، إلا أنها كغيرها من وسائل الإعلام العربية حاولت تدارك الأزمة، ومواكبتها وتغطيتها، واضطرت إلى تغيير أجندتها وبرامجها من أجل نقل الأخبار والمعلومات والمستجدات الوطنية والعالمية.

- نقر بصعوبة نفي أو تأكيد توافر شرط العمل على الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين ومصالحهم الحيوية، حيث يستلزم هذا الشرط قدر كبير من الديمقراطية، وحرية التعبير وجميعها مسائل تتعلق بنوعية النظام السائد، والجانب التشريعي للإعلام في الجزائر ، وهو ما يحتاج دراسة أكثر عمق وتحليل.

ثانياً: الإعلام الأزماتي في الجزائر بين محددات المعالجة الإعلامية والموضوعية:

- **المعالجة الإعلامية للأزمات:**

كلمة "معالجة "في اللغة العربية مشتقة من فعل "عالج"، فعندما نقول عالج الأمر: أصلحه "عالج المشكلة" (العابد وآخرون، د.س، ص858(، عالجه علاجا ومعالجة أي زاوله وداواه.(الزاوي، د س، ص291)،كما تأتي المعالجة

بمعنى الممارسة، إذ تقول "عالج أي مارس العمل وعمل به وزاوله وكل شيء زاولته ومارسته قد عالجته" (الزاوي، مرجع سابق، ص297).

والمعالجة الإعلامية في أبسط معانيها هي "عملية كشف اتجاهات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة" (استبرق وهيب، 2009، ص10)، وهي العمل الإعلامي عبر وسائل الإعلام، أو الطريقة التي يتم من خلالها تناول أخبارها أو عرض الوقائع والأحداث.

يرى محسن كشكول (المعالجة الصحفية، وإشكالية الدراسة والتحليل، موقع مؤسسة بيت الحكمة، 2020) أن المعالجة الصحفية "يراد بها محاولة معرفة دوافع وسائل الإعلام في تناولها لحدث معين أو تأطيرها لقضية ما، والدوافع قد تقود إلى الإضافة أو التحريف بالمعلومات بشكل يعكس سياسة المؤسسة في عرض الحدث، ويعكس ميول القائم بالاتصال في جمع وقائع وغض الطرف عن أخرى". **وهناك مجموعة من العناصر التي تشكل أبعاد عملية المعالجة الإعلامية؛ منها:**

1) الدقة: أي التأكد من صدق المعلومات والأخبار التي تغطيها وسائل الإعلام.
2) الاهتمام بالبناء اللغوي للمضامين: لأن اللغة أداة للتوصيل والتأثير، ويمكن إتباع أكثر من صيغة أو أسلوب لتوصيل الفكرة للمتلقي في إطار المعالجة.
3) الالتزام بمعايير المسؤولية الاجتماعية: والابتعاد عن القذف والتشهير واعتماد الحوار البناء بين وسائل الإعلام والجمهور.
4) تدعيم المصداقية: وإتاحة ردود فعل الجمهور حيال الرسائل التي يتلقونها.
5) تشخيص وظائف وسائل الإعلام وطبيعة الدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع.

6) تدعيم حرية الصحافة من خلال الحرص على العدالة وتحسين أداء وسائل الإعلام وحمايتها من الرقابة الحكومية. (محسن كشكول، موقع مؤسسة بيت الحكمة).

وعلى اعتبار أن جائحة كورونا (كوفيد19) هي أزمة عالمية تجاوزت تأثيراتها المحلي والإقليمي، ومست مختلف نواحي الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات والمؤسسات، فإن معالجتها تخضع للأسس العلمية للمعالجة الإعلامية للأزمات. وفي هذا الصدد تكشف الدراسات العلمية التي تناولت المعالجات الإعلامية لمختلف الأزمات أن هناك نوعان للمعالجة الإعلامية تم استنتاجها حسب دور الإعلام في إدارة الأزمات، وهما: (خضور، مرجع سابق، ص72-73)

1- **المعالجة المثيرة:** وتستخدم تغطية تميل إلى التمويل والمعالجة السطحية التي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور.

وتعتبر هذه المعالجة استجابة لما تفرضه اعتبارات السلطة في بعض الأنظمة أو احتياجات السوق الإعلامية التي تقوم على أساس التركيز على الوظائف التسويقية للإعلام دون النظر إلى الوظائف التربوية أو التثقيفية.

2- **المعالجة المتكاملة:** وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق). وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة. وتستخدم من أجل تحقيق ذلك أحد الأساليب التالية:

أ-**النمط العقلي:** الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح واهتمامات الجماهير.

ب- **إعطاء صورة كاملة** تتسم بالوضوح والاتساق والشمولية لمختلف جوانب الأزمة، وتقديم تاريخ وسياق الأزمة وكذلك تقديم أفاق تطورها، وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور.

- **الموضوعية في وسائل الإعلام:**

يرى محمد حسام الدين أن الموضوعية تختلف عن الصدق والدقة والشمول، فيمكن أن أحقق الموضوعية التي تتضمن (التوازن، الإسناد، إبعاد الرأي عن الخبر) وتكون المعلومات داخل العبارات المتوازنة المسندة غير دقيقة، وكذلك تلعب ظروف التغطية الصحفية دوراً في عدم شمول أو اكتمال المادة الإعلامية (الصحفية)، دون أن يقلل ذلك من موضوعيتها. (حسام الدين، 2003، ص121).

ويمكن تقديم الموضوعية الإعلامية (الصحفية) بأنها: حالة ذهنية للمحرر أو الصحفيين تتضمن جهداً واعياً بعدم الحكم على ما يرى، وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته القبلية، وألا تكون مفتوناً بلغة المشاركين في الحدث الإخباري، ودائماً ثمة افتراض أن هناك جانباً آخر للتغطية الخبرية، وبذل الجهد لإعطائه الفرصة في الظهور. (حسام الدين، مرجع سابق، ص127).

وقد اتفق المنظرون حول عدد من المحددات التي تحقق الموضوعية في التغطية الإخبارية والمحددات التي تبعدها عن الموضوعية، **فيوضح برادلي Braddle** أن الممارسات التي تشوه الموضوعية هي حذف وقائع على جانب من الأهمية، وإضافة تفاصيل غير مطلوبة على حساب الحقائق المهمة، وخداع أو غش القارئ أو المتلقي بشكل واع أو غير واع، وإخفاء التحيزات خلف بعض الصفات التي تنتشر في الموضوع الصحفي(الإعلامي). (حسام الدين، مرجع سابق، ص128).

ويذهب وستلي Westley إلى أن الموضوعية الإعلامية (الصحفية) تتحقق من خلال عدد من القرارات الإرادية الصحفية، منها:

- **التوازن:** وهي الحرص على إيراد كافة الآراء المتعارضة في الموضوع الذي يتم تناوله.
- **الإسناد:** ويعني نسب كل رأي أو معلومة في الموضوع الصحفي الخبري (قصة خبرية- تقرير- خبر بسيط) إلى مصدر حي أو غير حي.

عدم خلط الخبر بالرأي: (احترام القاعدة التي تقول: الخبر مقدس والرأي حر)، مع الحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث. (حسام الدين، مرجع سابق، ص128)، وبمفهوم المخالفة، فإن غياب أي من المحددات السالفة من شأنه أن يقلل الموضوعية في العمل الصحفي بأنواعه المختلفة.

نُشير إلى: أن الموضوعية معيار هام لجميع مجالات العمل وحقول المعرفة، ويخضع الباحث العلمي في بحوثه إلى شرط الموضوعية، ولا ندعي الموضوعية بقدر محاولتنا تقديم طرح موضوعي وحيادي وعلمي.

ثانياً: الإعلام الأزماتي في الجزائر بين محددات المعالجة الإعلامية والموضوعية:

أولاً: لنتفق مبدئياً على وجود شبه إجماع عام حول محددات المعالجة الإعلامية وإعلام الأزمات، في حين أن الموضوعية تعتبر من المواضيع الشائكة التي لم يتفق حولها الباحثين والمهنين والمهتمين بالعمل الإعلامي. ونؤكد على جود تعارض للآراء حول مسألة الموضوعية، وتنقسم هذه الآراء إلى اتجاهين:

الاتجاه الأول: معارض لفكرة الموضوعية واعتبارها نسجاً من الخيال يستحيل تطبيقها عملياً على مستوى وسائل الإعلام، وهو ما يذهب إليه محمد قيراط بالقول: "الكلام عن الموضوعية هو تمويه وتبرير لممارسة، مهما كانت نية صاحبها للتجرد من الذاتية ومن الانحياز لطرف على طرف آخر، إلا أنها في واقع الأمر ممارسة لا يستطيع صاحبها أن يتجرد من الذاتية عندما يفضل عنصرا في القصة الخبرية على عنصر آخر أو حتى عندما يرتب العناصر المختلفة في الخبر. بحيث يتم هذا الترتيب وفق أولويات يحدد هو أو تحددها معايير مهنية قد لا تكون موضوعية .هذا ناهيك عن السياق والخلفية

والإطار الخاص والعام الذي تقدم من خلاله الأخبار والأحداث اليومية". (محمد قيراط، في إشكالية الموضوعية وفبركة الأخبار، https://cutt.us/76bkh، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/07/12).

الاتجاه الثاني: مؤيد لفكرة الموضوعية وبإمكانية توافرها عبر مختلف وسائل الإعلام، وهو ما ذهب إليه محمد حسام الدين، حيث يرى أن" الموضوعية ليست مستحيلة، فمفهوم الموضوعية يجب ألا يعتبر كشيء نقي أو مثالي، بل يجب أن يُعد شيئاً علمياً، والموضوعية هي هدف يُمكن بلوغه ذلك أن الصحفي يجب أن يكافح من أجله بصفة مستمرة، ومع أنه لا يصل إليه بالشكل الدقيق إلا أنه يستطيع بلوغه إلى درجة تجعله مفهوماً ذا معنى وليس مجرد خرافة، وعجز الصحفي (والمؤسسات الإعلامية) على أن يكون موضوعياً إلى أقصى درجة لا يعني أنه يجب التخلي عن الهدف أو المفهوم في تقاريره وهذا يفرض عليه تحدياً أكبر". (حسام الدين، مرجع سابق، ص149).

هنا نقول: أنه في حالة رفضنا أو جزمنا بانعدام معيار الموضوعية عبر وسائل الإعلام، فإننا بذلك ننفي قيمة أساسية من القيم المهنية والأخلاقية لممارسة العمل الإعلامي، والذي قد يفقد بذلك مكانته ووظيفته المجتمعية، وأيضا مشروعية هذا العمل. كما نعتقد أن هذا الاتجاه يخضع في غالب الأحيان لمسألة الأيديولوجية والمنطلقات الذاتية، وهو ما يتعارض أساساً مع الموضوعية التي تقوم على عناصر((التوازن، الإسناد، إبعاد الرأي).

كما أنه من خلال اشتغالنا العلمي في حقل الإعلام والاتصال، وممارستنا المهنية للعمل الصحفي لسنوات، نتفق مع الاتجاه القائل: بإمكانية توافر الموضوعية نسبياً أو الحرص عليها عبر مختلف وسائل الإعلام، وهذا الاتجاه يسمح في غالب الأحيان بعملية النقد الإيجابي البناء، وتصويب أخطاء الصحفيين، وتوجيه المؤسسات الإعلامية في حالة انحيازها أو حيادها عن جادة قيم الممارسة الإعلامية.

ثانياً: في تساءلنا عن مدى توافر الموضوعية على اعتبارها معيار مهني وعلمي عبر الإعلام الأزماتي في الجزائر بمحددات المعالجة الإعلامية لأزمة كورونا (كوفيد19)؟

لا نجزم بقدرتنا على تقديم إجابة لهذا التساؤل المعقد والمتشابك، ولكن من خلال متابعتنا لما تبثه وتنشره بعض وسائل الإعلام الجزائرية ومعالجتها لجائحة كورونا، وبحثنا عن موضوعيتها، نسجل بعض الملاحظات التالية:

1. أغلب وسائل الإعلام الجزائرية المختلفة تعاملت مع أزمة كورونا (كوفيد19) من منطلق المعالجة المثيرة، وبطريقة سطحية في بداية انتشار الفيروس، وتصاعدت هذه التغطية والمعالجة الإعلامية مع تصاعد الأزمة و أثارها على المجتمع الجزائري.

حيث أصبحت التغطية الإعلامية لأزمة كورونا تتصدر المشهد الإعلامي الجزائري خاصة على مستوى القنوات التلفزيونية (العامة والخاصة)، وبدرجة أقل في المشهد السمعي حيث أن الإذاعات الوطنية والجهوية تعاملت بنسب متفاوتة في معالجتها الإعلامية، واهتمت أكثر بالرسائل الاتصالية التوعوية حول الفيروس وطرق الوقاية منه، واختلفت معالجة الصحف الجزائرية للأزمة حيث ركزت أساساً على نقل الأخبار والصور وتصدر الفيروس عناوين الجرائد، إلا أنه ولخصوصية الجرائد وفترات صدورها فإن معالجتها للأزمة كانت أقل وضوحاً عن باقي وسائل الإعلام.

وتعتبر هذه المعالجة استجابة لما فرضته السلطات الجزائرية من منع نشر أي معلومات حول الفيروس في الجزائر إلا من خلال قنواتها الرسمية التي شكلتها، والتي تصدر بياناتها وأرقامها يومياً على الخامسة مساء، وأي نشر خارج بيانات خلية الأزمة ينجر عنه تبعات من السلطات.

ومن المهم أن نذكر هنا بيان التحذير شديد اللهجة الذي أصدرته وزارة الاتصال والموجه إلى صحيفة ليبرتي الصادرة باللغة الفرنسية، حيث جاء في البيان أن يومية ليبرتي

انفردت في عددها الصادر يوم السبت 2020/07/11 عن باقي الصحافة الوطنية بتكريس "صفحتها الرئيسية " وثلاث صفحات أخرى لارتفاع حالات فيروس كورونا في عديد الولايات، مؤكدة أنه تم اعتماد هذا النهج من أجل إثارة الذعر في وسط الرأي العام وتثبيط معنوياته إلى أبعد حد.

واتهم البيان الصحيفة بتعمد استخدام تعابير ومفاهيم مرعبة للتهجم والتشهير بالتسيير الحكومي لتطور خطر وباء كوفيد-19، بالإضافة إلى نشر أرقام وفيات دون نسبها إلى مصادر موثوقة. (وزارة الاتصال الجزائرية، https://cutt.us/YfLr، بتاريخ 2020/07/11).

تبرر السلطة الجزائرية سيطرتها ومنع تناول ونشر كل ما يخص أزمة كورونا (كوفيد19)، أن هذا القرار جاء لمكافحة الشائعات والأخبار الزائفة حول الجائحة، وضمان عدم التهويل للأزمة، وخلق حالة هلع وخوف في المجتمع.

ونعتقد أن هذا الهدف الذي بررت به السلطات عملية المنع، رغم أهميته إلا أنه يعتبر حد لحرية التعبير، ومنع عرض الآراء والانتقادات لتوجهات وإجراءات النظام في تعامله مع جائحة كورونا (كوفيد19) في الجزائر.

2. تفتقر وسائل الإعلام الجزائرية في معالجتها لأزمة كورونا (كوفيد19) إلى الموضوعية بصفة عامة (المهنية والعلمية)، ونبرر هذه الملاحظة كما يلي:

أ- افتقارها إلى مصادر متعددة ومتنوعة، ومرد ذلك قرار السلطات بمنع النشر كل ما يخص الأزمة إلا من ما تبثه خلية الأزمة.

ب- عدم فصل وسائل الإعلام في مضمونها ومعالجتها الإعلامية الخبر عن الرأي، ولاحظنا أنه في كثير من الأحيان تداخل الخبر مع رأي المؤسسة الإعلامية، والذي كان في الغالب مؤيد للإجراءات التي اتخذتها السلطة. وهو ما يعني انحياز وسائل الإعلام الجزائرية وعدم الحياد في معالجتها للأزمة من خلال الرسائل الموجه إلى الجمهور المتلقي، الأمر الذي

استفز الجمهور، وخلق عدم الثقة بينه وبين ما تبثه وسائل الإعلام، ولجوئه إلى وسائل إعلام غربية لاستسقاء المعلومات الصحيحة بوجهات نظر مختلفة، لتكوين رأي صائب حول الأزمة وتداعياتها.

ت- غياب التوازن في عملية المعالجة الإعلامية، ما يعني في كثير من الحالات عدم معالجة مضمون الرسالة الإعلامية للأزمة من مختلف جوانبها، حيث لم نشعر بتوازن المادة الإعلامية التي تتضح من خلال اختيار وترتيب الحقائق، لتقديم رؤية متكافئة لأحداث وقائع الأزمة.

وهذه القاعدة لم تتواجد ولم يتم تطبيقها عند تحرير المناقشات والاجتماعات العامة لدوائر القرار الجزائرية أو الهيئات المشرفة على إدارة الأزمة، حيث مُنع عرض وجهات النظر المتعارضة.

ثالثاً: ما هو تموضع الممارسة العلمية والمهنية للإعلام الأزماتي في الجزائر؟

- **أزمة إعلام الأزمات:**

تكمن إشكالية دراسة الأزمات في عدم وجود رصيد علمي يمكن أن يشكل ملامح وسمات محددة لدراسة الأزمة، لاسيما من منظور إعلامي. وترى هويدا مصطفى في هذا الشأن: "أنه بالرغم من أهمية دور الإعلام في إدارة الأزمات إلا أن علم إدارة الأزمات إعلامياً لازال اتجاهاً حديثاً نسبياً لا يشكل تراثاً يمكن أن يكون علماً قائماً بذاته، كما يلاحظ أن دراسة الأزمات من المنظور الإعلامي قد تشكلت ملامحها في إطار تناول وسائل الإعلام- وبالتحديد التغطية الإخبارية للأزمات ذات الصبغة السياسية والعسكرية، حيث ركزت الدراسات على حوادث العنف والإرهاب والأزمات السياسية الداخلية والحروب الأهلية، ولا تزال هذه الدراسات تعتمد على التراث والخبرة الأمريكية في استثمار الإدارة الإعلامية لتحقيق التناغم بين الأهداف الإستراتيجية والأهداف السياسية بما يضمن تحقيق التوافق بين مفهوم الأمن القومي والحفاظ على الحرية المدنية، بحيث تخدم الإستراتيجية

الإعلامية أهداف الإستراتيجية السياسية والعسكرية بما لا يخل بحقوق الرأي العام في الحصول على المعلومات والحقائق الخاصة بها". (هويدا مصطفى، مرجع سابق، ص8).

وهناك مجموعة من الأسباب التي تجعل علاقة الإعلام بالأزمات علاقة مأزومة تضعه في موضع اللوم والتقصير، أبرزها ما يلي:(موسى، موقع مركز الجزيرة للدراسات)

1) ميل الإعلامي للسياسي على حساب العلمي.
2) تغييب البعد التاريخي في تغطية الأحداث.
3) طغيان الإعلام الإخباري الذي يحصر الخطاب الإعلامي في صيغة الماضي، دون الاشتغال على صيغة المستقبل مقروناً بالماضي والحاضر.

من خلال ما تقدم حول أزمة إعلام الأزمات، تتشكل لنا صورة رغم عدم اكتمالها، إلا أننا نعتقد أنها مدخل للبحث عن إجابات محتملة وليس إجابة واحدة لهذا السؤال.

نعتقد أنه لا يمكن لأحد منح إجابة واحدة تضع الإعلام إما مُتهم أو ضحية وتفصل في المسألة، كما أننا لا نضع الإعلام في قفص الاتهام وإنما في خانة التقصير وتدني أو تراجع مستوى العمل الإعلامي بصفة عامة، وخلال أزمة كورونا(كوفيد19) بصفة خاصة.

إن متابعتنا وإنجازنا لهذه الدراسة وفي حدود تساؤلاتها، لاحظنا تعالي الكثير من الأصوات (النخبة والجمهور) التي تضع وسائل الإعلام الجزائرية في خانة الاتهام واللوم والسخط في بعض الأحيان، في حين أن الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية تدافع عن نفسها وتبرر عملها بصفتها ضحية لا متهم.

وفي هذا نقول: أن الإعلاميين ووسائل الإعلام الجزائرية متهمة بالتقصير نظراً لعدم تحملها مسؤوليتها الاجتماعية، وغياب دورها الوظيفي الذي يجب أن تقوم به في حياة الأفراد والمجتمعات، وهي في نفس الوقت نِتاج بنية متآكلة،

وضحية منظومة إعلامية واتصالية تشمل مختلف أطراف ومكونات العمل الإعلامي ومؤسساته، بمختلف أنواعها وقطاعاتها التي تنتمي إليها (العامة منها والخاصة). ونفصل في هذا الرأي على النحو التالي:

كشفت أزمة كورونا عن غياب الإعلام المتخصص في الجزائر، وهشاشته، وهو ما نلاحظه من خلال صعوبة تعامل الإعلام الجزائري مع الأخبار الصحية الناتجة عن الأزمة، وعدم وجود مختصين مؤهلين يجمعون بين المعرفة الصحية والإعلامية، ما يؤكد على أهمية بناء مكانة للإعلام المتخصص (الصحي، البيئي، التربوي) في المحتوى الإعلامي المستدام وليس المناسباتي.

إن عدم وجود كوادر إعلامية مؤهلة ومعروفة، ساهم في ضعف الأداء، ووضع وسائل الإعلام الجزائرية في خانة الاتهام أو التقصير، حيث أن إعلام الأزمة يتطلب إعلاميين وصحفيين من نوع خاص مدرب ومؤهل للتعامل مع الأزمات، وهو ما لا يتوفر في مؤسسات الإعلام الجزائري.

إن عدم تبني السلطة مقاربة واضحة في تعاملها ومعالجتها لأزمة كورنا، وغياب إستراتيجية اتصالية وإعلامية واضحة، شكل انتقاد واسع للمختصين والمهنيين في مجال إدارة الأزمات وإعلام الأزمة، خاصة وأن إعلام الأزمات لا يعمل خارج منظومة اتصالية شاملة، وبناء إستراتيجية ملائمة للأزمة، وهو ما نعتقد أنه لم يتوفر في أزمة كورونا، وانعكس سلباً أثناء تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمة.

ضعف وعدم احترافية وسائل الإعلام الجزائرية في العمل الإعلامي خلال أزمة كورونا، وخضوع الصحفيين والإعلاميين للبيروقراطية الإعلامية، وضع الإعلام في خانة الاتهام أو التقصير، حيث نلاحظ تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمة كحالة طارئة، بانتظار انتهائها، دون الأخذ في عين الاعتبار نتائجها والدروس التي يمكن أن يستفاد منها على المستوى المهني والاستشراف للأزمات المحتملة مستقبلاً.

عدم وضوح الأزمة وتخبط تعامل السلطات معها، خاصة في ظل فجائية القرارات، وقلة المصادر، وغياب التنسيق بين الأطراف المختلفة المعنية بالأزمة، أثر على معالجة ومضمون العمل الإعلامي ما جعل وسائل الإعلام مترددة ومتخبطة في تعاملها مع أزمة كورونا، وأدى إلى ضعف المحتوى المقدم إلى الجمهور المتلقي، وهو من التبريرات التي تقدمها وسائل الإعلام الجزائرية حول الانتقادات الموجهة لها من قبل المختصين والجمهور.

الخاتمة:

كشفت جائحة كورونا (كوفيد19) أهمية إعلام الأزمات، وضرورة إعادة التفكير في مسألة التكوين والتأهيل للكفاءات البشرية في مجال إدارة اتصال الأزمة ومعالجتها إعلامياً، على مستوى المؤسسات الحكومية، والإعلامية. كما أنه على السلطة التحلي بالشفافية، والانفتاح، ومراجعة إستراتيجيتها الاتصالية في الأزمات.

إن التعامل الضعيف لمختلف وسائل الإعلام الجزائري خلال أزمة كورونا عائد إلى ما تواجهه المؤسسات الإعلامية نفسها من إشكالات تتعلق بمسألة هيكلتها وبنيتها البشرية، حيث يجب إعادة النظر في نهجها الإعلامي الغارق في السياسة والمهمل للقضايا الصحية والبيئية والتربوية وغيرها، وتدعيم طاقتها البشرية بكوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع الأزمات، وضرورة إنفاق المؤسسات الإعلامية على التكوين المستمر للإعلاميين المنتمين إليها.

كما أكدت أزمة كورونا أهمية الإعلام المتخصص (الصحي، البيئي، التربوي...)، الذي أصبح يحتل مكانة هامة في المعالجات الإعلامية لمختلف وسائل الإعلام العربية والغربية. وهو ما يعني ضرورة الاهتمام بالتكوين العلمي والمهني في مجال الإعلام المختص لبناء كفاءات علمية وإعلامية مؤهلة ومختصة في مجال الإعلام المتخصص.

المراجع و المصادر:

1. أحمد العابد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
2. أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الطبعة الأولى، الرياض، 1999.
3. أبو جبارة وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الإجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة السادسة، 2001.
4. استبرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق- تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق، الأوسط للدراسات العليا، 2009.
5. حسن عماد مكاوي، الإعلام ومواجهة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
6. خديجة علي حسين حمودة، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الخامس لإدارة الازمات والكوارث، المجلد الثالث، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة، 28-29 أكتوبر 2000.
7. سيف الدين عبد الفتاح اسماعيل، حرب الكلمات في أحداث الخليج: أزمة إعلام وإعلام الأزمة صياغة أولية، المؤتمر السنوي الخامس للبحوث السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، في الفترة 14-16 ديسمبر 1999.
8. الطاهر أحمد الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، دار الفكر، الطبعة الثالثة، الجزء الثالث، 1959.
9. عبد اللطيف الهميم، إدارة الأزمة وقيادة الصراع في الموروث الإسلامي المعاصر، دار عمار للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
10. محسن أحمد الخضيري، إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري لحل الازمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، مكتبة مدبولي، الطبعة الثانية، 2003.
11. محمد حسام الدين، المسئولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003.
12. محمد رشاد الحملاوي، إدارة الازمات، تجارب محلية وعالمية، مكتبة عين شمس، القاهرة، الطبعة الثانية، 1995.
13. هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، دار مصر المحروسة، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.

14. المو اقع الإلكترونية:

15. محمد الأمين موسى، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، قسم دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، يمكن تحميل الدراسة عبر الرابط التالي: https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642

16. محسن عبود كشكول، المعالجة الصحفية، واشكالية الدراسة والتحليل، موقع مؤسسة بيت الحكمة، نشر بتاريخ 2020/01/09، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2020/07/12، عبر الرابط التالي: http://www.baytalhikma.iq/News_Details.php?ID=1136

17. موقع المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، البحث الاستكشافي، https://ajsrp.com/?p=7538 ، بتاريخ 20 يوليو2020).

18. محمد قيراط، في إشكالية الموضوعية وفبركة الأخبار، موقع الشرق، دون تاريخ نشر، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/07/12، عبر الرابط التالي:

https://al-sharq.com/opinion/12/10/2013/%D9%81%D9%8A-%D8%A5%D8%B4%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D9%81%D8%A8%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1