

## وسائل الإعلام واستراتيجيات

## البناء الاجتماعي للأزمات



الدكتور نصر الدين لعياضي

كلية الاتصال - جامعة الشارقة.

الإلكتروني : [alayadi@hotmail.com](mailto:alayadi@hotmail.com) البريد

### مقدمة:

تختلف الدراسات الخاصة بالعلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات حسب منطلقات الباحث أو الدارس ورؤيته لها. فإذا كان ينطلق من موقع المسؤول في المؤسسة المعنية مباشرة بالأزمة (رجل العلاقات العامة، مدير عام، مدير تنفيذي، مسؤول سياسي سام) فإنه ينشغل بمسألة إدارتها. ومن هذا المنطلق يعتبر وسائل الإعلام خشبة النجاة من الأزمة أو وسيلة لتسويتها. أما إذا كان ينطلق من وسائل الإعلام للحديث عن علاقاتها بالأزمة فإنه ينظر إليها كشريك في حدوثها أو كمسؤول عن حدوثها<sup>1</sup> ففي هذه الحالة لا ينظر لوسائل الإعلام كوسيلة لحل الأزمة، بل يعتبرها جزءاً أساسياً من الأزمة.

إذا كان المنطلق الأول لم يثر أي نقاش ماعدا بعض الاعتراض عن اختصار وسائل الإعلام في الأداة التقنية التي تساهم بفاعلية في حل الأزمة وتسويتها، فإن المنطق الثاني يطرح الكثير من الجدل حول علاقة وسائل الإعلام المعقدة، وحتى المتعارضة بالأزمات، والتي تحيلنا إلى النقاش حول علاقة وسائل الإعلام بالواقع،

والذي لخصه عالم الاجتماع لويس كيري Quéré Louis فيما يلي: (إن الواقع الذي تطلعون عليه وسائل الإعلام يحمل طابعا متناقضا لأنه انعكاس للواقع وبديلا لمرجعيته في ذات الوقت، أو يقوم مقامها. فوسائل الإعلام تبدو أنها تعيد إنتاج الواقع بينما تقوم بتشكيله قطعة قطعة، ليملك مظاهر صورة طبق الأصل للواقع ويشكل تمثالا له في آن واحد).<sup>2</sup>

يُعدّ هذا النقاش في جوهره امتدادا للجدل الكلاسيكي الذي طبع الفكر الفلسفي الغربي بين الاتجاهين: الوضعي Positivism والبنائي Constructivism حول وسائل الإعلام ودورها في المجتمع، حيث نجد صدهاء في العديد من البحوث التي تبنت مفردات حديثة نابعة من منظومة مفاهيمية جديدة للكشف عن الرؤية لوسائل الإعلام في تصورها للعديد من الظواهر والقضايا الاجتماعية.<sup>3</sup>

نعتمد أن هذا النقاش لم ينطلق بعد في المنطقة العربية. فرغم بعض المحاولات التي سعت إلى التفكير في وسائل الإعلام بعدة مفاهيمية جديدة إلا أن جل الدراسات الإعلامية تنطلق بشكل صريح أو ضمني من تصور جاهز بأن وسائل الإعلام تعكس الواقع وتعبّر عنه، ولا تعيد تشكيله،<sup>4</sup> وإن كان بعضها ينفى هذا الانعكاس لاعتقاده بأن وسائل الإعلام تزور الواقع من باب التضليل والدعاية. وبهذا فإن هذا النفي لا ينزاح عن الحقيقة الواحدة والوحيدة التي تؤكدنا الثنائية التالية: إما أن وسائل الإعلام تعكس الواقع بشكل دقيق أو أنها تنتكر له. وهذه الثنائية تبعدنا عن الاجابة عن السؤال التالي: كيف تدرك وسائل الإعلام الواقع حتى تنقل صورة مطابقة له أو تحرفه؟

إن هذا البحث لا ينطلق من الافتراض الذي مفاده أن وسائل الإعلام تفبرك الكثير من الأزمات دون أن يكون لها أي وجود فعلي في الواقع. وهو الافتراض الذي يلقي رواجاً كبيراً في الأوساط التي تهتم وسائل الإعلام بـ "تسليح" الخوف الذي يُعدّ الشرط الأساسي لإدراك الأزمة. إنه الخوف الذي تروجه وسائل

الإعلام لرفع شعبيتها<sup>5</sup>، والذي أصبح أداة من أدوات التحكم السياسي في العصر الحالي<sup>6</sup>.

إن هذا البحث ينطلق من أن الأزمات هي نتاج للعديد من المرجعيات الفعلية والواقعية، أي الموضوعية التي تحولها وسائل الإعلام إلى تمثّل رمزي للواقع في أوساط الجمهور، وتمنحها بالتالي بعدا ذاتيا<sup>7</sup>. على هذا الأساس يحاول هذا البحث أن يدرس العلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات من منظور النظرية البنائية. وبهذا فإنه يشكل امتدادا للدراسات التي اهتمت بتمثّل الواقع في وسائل الإعلام وقيام هذه الأخيرة بالوساطة بين جمهورها والواقع.

### إشكالية البحث:

**هل يمكن التمييز بين الحدث والأزمة؟** نعم يجيب الكثير من الباحثين عن هذا السؤال، لكنهم يستدركون إجابتهم بالقول على الصعيد النظري على الأقل، لأن الإجابة على الصعيد العملي تبدو في غاية الصعوبة، فإضافة إلى العاملين: السياسي والثقافي، تتداخل العديد من العوامل وتضغط لتحجيم بعض الأزمات وتحويلها إلى مجرد أحداث **Facts** أو تتضافر لتحول الحدث إلى أزمة **Crisis**. فالتخريج الإعلامي للأحداث وطريقة تأويلها بإعادة تشكيل عناصرها من خلال طبيعة تدريمها (أي تحويلها إلى مادة درامية) استجداءً للعاطفة. ودفع الجمهور لاستملاكها (أي الإحساس القوي بأنه معني بها وأن مصيره ومصالحه مرتبطة بها) من خلال سرعة بث المادة الإعلامية المتعلقة به وتوزيعها، واختراق هذه المادة للمسافات والثقافات، هي من المؤشرات التي تكشف عن تمثّل وسائل الإعلام للأزمات.

إن الوساطة التي تقوم بها وسائل الإعلام للأزمات لم تعد مثار جدل علمي لأن البحوث أكدت أنها تجري على المستويات الثلاثة التالية: الموضوعي، والذاتي والرمزي<sup>8</sup>، لكن السؤال الذي يثار هو كالتالي: هل تستخدم وسائل الإعلام الاستراتيجيات ذاتها إزاء كل الأحداث وتترك المجال للجمهور وحده ليدرك أن ما تعرضه هذه الوسائل من خطابات يدل على أزمة فعلية أم أنه حدث عابر؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تدفعنا، في البداية، إلى التحديد المعرفي لما هي الأزمة، ثم التطرق إلى تمثيلات وسائل الإعلام لها، وأخيرا الكشف عن استراتيجيات بنائها التي نحاول استقراءها من خلال تصور وسائل الإعلام لفيروس H1N1 والكارثة البيئية التي جرت في خليج المكسيك ونجمت عن تسرب النفط لمدة تزيد عن ثلاثة أشهر في صيف 2010

#### تساؤلات البحث:

- (1) ما هي الأزمة، وكيف يمكن تمييزها عن الحدث؟
- (2) كيف تعمل وسائل الإعلام المختلفة لبناء الواقع من منظور البنائية الاجتماعية؟
- (3) كيف تتمثل وسائل الإعلام المختلفة للأزمات، وتتدخل لتحجيم بعضها أو النفخ في الأحداث لتحويلها إلى أزمات؟
- (4) ما هي الاستراتيجيات التي تبنتها وسائل الاتصال الجماهيري في الإعلام عن فيروس H1N1 والكارثة البيئية التي جرت في خليج المكسيك في أبريل 2010؟  
ما هي الأزمة؟

يقول الباحث ولف دينر إبروين Wolf-Dieter Eberwein أن صياغة المفاهيم هي القاعدة الأساسية للبناء النظري للبحث، والتدقيق في العبارات يُعدّ أمرا ضروريا لتعيين الظواهر التي نسعى إلى وصفها وشرحها.<sup>9</sup>

يتفق الباحثون على أن كلمة Crisis أجنبية وذات أصول يونانية، فهي مشتقة من krisis والتي تدل على القرار، والحسم، والحكم، والتقدير. وقد وظفت في القرن الرابع عشر ميلادي في مجال سيميائية الطب، حيث أصبحت تدل على التغيير السريع في تطور المرض. وأخذت معان سياسية في القرن الثامن عشر.<sup>10</sup>

يؤكد عالم الاجتماع الفرنسي إدغار موران Edgar Morin أن مفهوم الأزمة انتشر في القرن العشرين في كل ميادين العلوم المعاصرة، و عَمَّ انتشاره إلى درجة إفراغه من محتواه ليصبح عبارة عن صورة نمطية لا تعبر، في آخر المطاف، سوى عن الفوضى، وعن التشخيصات والتوقعات التي تجسد فجوة مزدوجة: فجوة على مستوى معرفتنا للأزمة، وأخرى على صعيد الواقع الاجتماعي الذي تظهر فيه.<sup>11</sup>

تختلف الأدبيات العلمية في النظر إلى الأزمة، فبعضها يذهب إلى حصر خصائصها، وبعضها الآخر يسعى إلى حصر أسبابها. فهما كانت هذه الخصائص أو الأسباب فإن الأزمة تعني بروز مشكل ما داخل مؤسسة أو قطاع أو مجال أو نظام سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي أو بيئي، بشكل مفاجئ أو بطريقة غير منتظرة، ولا يمكن حله أو تسويته بالأساليب المألوفة، والتعامل معه بالمعايير المعهودة، فيحدث ارتباكاً وخطلاً وظيفياً، وحتى شللاً في المؤسسة أو القطاع أو المجال أو المنظومة، وينجم عنه حالة من الفوضى والقلق والشك الذي قد تستمر فترة معلومة فتتجلى آثارها على المدى القريب أو البعيد على مختلف الأصعدة.

إن الأزمة معطى نسبي يختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن سياق اجتماعي إلى آخر. لذا يراها البعض شيئاً سلبياً، بينما يعتبرها البعض الآخر معطى إيجابياً وعاملاً أساسياً في التطور. فهي لا تحرر الأوضاع التي كان مسيطراً عليها، بهذا القدر أو ذلك، فقط، بل تتيح الفرصة لتحفيز الذكاء والتخيل الذي يولد الحلول.<sup>12</sup>

ففي هذا المقام يقول جمال الدين الأفغاني " إن الأزمة تلد الهمة ولا يتسع الأمر إلا إذا ضاق ولا يظهر نور الفجر إلا بعد الظلام الحالك".<sup>13</sup>

إن الاهتمام المفرط بالأزمات، الذي تحول إلى هاجس أساسي للحكام والسياسيين ورجال الإعلام، نابغ من عدة اعتبارات، تأتي في مقدمتها الثقة المفرطة بالتكنولوجيا والعلوم والعقل في التحكم في مختلف أشكال التطور والتغيرات التي تحصل في المجتمع المعاصر وفي البيئة الطبيعية، بحيث أصبح من الممكن تجنب كل ما هو مفاجئ وغير منتظر. لكن تعقد الحياة الاجتماعية في مختلف أبعادها وفي علاقاتها بالبيئة نقلت من قواعد الإدارة والتنظيم المعتاد، وتباغت البشرية بمشاكل جديدة وظواهر غير مسبوقة.

### الفرق بين الأزمة والحدث:

انطلاقاً من المسلمة التالية: كل ما هو متوقع لا يشكل حدثاً، يستعرض الباحث والمؤرخ<sup>14</sup> وينوك ميشال Winock Michel السمات الأربعة، التي تميز الحدث، وهي كالتالي:

**الكثافة:** ويمكن تكميمها؛ أي ما مدى اتساع الحدث؟ كم هو عدد الأشخاص الذين قاموا به أو كانوا ضحية له أو معنيين به؟ إن الكم لا يملك أهميته إلا إذا أدرك في بعده الجغرافي وسياقه السياسي والاجتماعي.

**عدم التوقع :** الحدث يأتي بشكل غير متوقع أو منتظر فيفاجئ الأفكار السائدة ويزعزعها.

**الأثر:** الحدث هو ما يطلع عليه الناس. فالتفسير الوحيد لثراء التاريخ المعاصر بالأحداث مقارنة بالتاريخ القديم يعود إلى التطور الرهيب في وسائل الإعلام التي أصبحت تتنافس، بشدة، في استعراض الأحداث.

الاستتبعات: إذا كان الحدث مهدما (لنظام ما، لاستمرارية معينة، لتوازن محدد) فإنه بالمقابل مبدع في التغيير. لكن استتبعات الحدث لا تعكس كثافته، لأنها قد لا تظهر في الأجل القصير، بل قد تتجلى في الأجل البعيد.

رغم هيمنة الرؤية التاريخية في تشخيص سمات الحدث إلا أن هذه الأخيرة تبدو، من أول وهلة أنها ليست خاصة بالحدث فقط، بل ترتبط، أيضا، بالأزمة. لكن بعد تفكير معمق نستنتج أن الأزمة تغطي واقعا أوسع واشملا من الحدث. فيمكن أن يكون الحدث مؤشرا لأزمة غير مرئية. ففي هذا الإطار يمكن أن نفهم أن الحريق الذي شب بمنصة النفط في عرض خليج المكسيك، يوم 14 أبريل 2010 كان يشكل إيذانا بأزمة بيئية واقتصادية لو توفرت له الشروط التي سنتطرق لها بكل تفصيل لاحقا. ويمكن أن تكون الأزمة نتيجة لمجموعة من الأحداث المتعاضدة، وتترتب عنها مجموعة من الأحداث والوقائع التي لا تُفهم على إنفراد بل في إطار رؤية شاملة لتفاعلاتها وانعكاساتها. فرهانات الأزمة أوسع وأعد من الحدث الذي يكون محدودا جدا في الزمان والمكان.

رغم أن البعض يزعم أن الأزمة تعبر عن مرحلة يتجلى فيها عدم التناسب بين طبيعتها والإعلام عنها<sup>15</sup>، وهذا ما سنحاول أن ننفده لاحقا إلا أنه لا مناص من الإقرار بأن الحدث أو الأزمة في العصر الحالي لا توجدان إلا بفضل وسائل الإعلام التي تطلعنا عليهما، وحتى تصدمنا بهما. فوسائل الإعلام لا تكتفي بمتابعة الحدث أو الأزمة بل تسعى إلى تشكيلهما. فمن النادر يمكن فصلهما عن الوسيط الإعلامي. فالوساطة هي " التجسيد"<sup>16</sup> المادي لهما، ولا وجود لهما دونها. وهذا يقودنا إلى الحديث عن العلاقة بين وسائل الإعلام بالواقع.

كيف تبني وسائل الإعلام الواقع؟

بدأت البحوث الإعلامية منذ السبعينيات تتأى عن الاتجاه الوضعي في دراسة الإعلام من خلال تركيزها على "عملية إنتاج المعنى"، وصياغة الواقع، و"بناء

الأحداث"، والتي تستلهم، بهذا القدر أو ذاك، من النظرية البنائية. ينطلق أغلب البنائيين من المسلمة التي تنص على أن كل شيء هو تمثّل"، وكل تمثّل هو بناء، ويرون أن الطابع البنائي للواقع والعالم هو الشرط الأساسي الذي لا مندوحة عنه للمعرفة<sup>17</sup>. ويذهبون في ذلك إلى التأكيد أن العرق، على سبيل المثال، ليس معطى بيولوجيا، بل بناءً اجتماعيا يشمل كل التصورات والإسقاطات الثقافية والإيديولوجية المتعلقة بالبشر نتيجة الاختلاف في لون بشرتهم. ويعتقدون إن الاقتراب المعرفي من العرق يضل طريقه، ويتحول إلى جملة من القناعات الإيديولوجية إن لم يأخذ بعين الاعتبار هذا الأمر.

وقام مؤسسا نظرية البناء الاجتماعي للواقع طوماس لوكمان وبيتر بركغر بشرح نظرية بناء الواقع بالقول أن الواقع يبرز في البداية كحقيقة مؤولة من قبل الأشخاص، فتملك معنى. لكن بعيدا عن الذاتية الفردية التي تفرزها عملية التأويل فإن الحياة اليومية توجد، أيضا في موضعة المسارات الذاتية - أي تحويلها إلى معطى موضوعي- التي تؤسس المعنى العام أو المشترك من خلال أفكار الناس ونشاطهم الذي يحافظون عليه كواقع.<sup>18</sup>

وقد تسأل الفيلسوف الأمريكي جون رسيرل John R. Searle<sup>19</sup> عن كيفية تحول الواقع الفيزيائي إلى واقع اجتماعي موضوعي. وقدم الإجابة عن هذا التساؤل في تصنيفه للحقائق الموجودة في الواقع الفعلي إلى صنفين: حقائق خامة توجد بشكل مستقل عن الهيئات الإنسانية، وهذا مهما كانت نيتنا أو قصدنا تجاهها. والحقائق المؤسساتية، مثل النقود، اللعب،... فهذه الحقائق لا توجد إلا بفضل المؤسسات الإنسانية وتتجسد بفضل قصدنا تجاهها. ومن هنا ينطلق ليتسأل عن دور اللسان في بناء الحقائق الاجتماعية.

يعتقد الفيلسوف المذكور أن الحقائق الاجتماعية التي توجد بفضل المؤسسات الإنسانية تشترط شرطين أساسيين، وهما: أن التمثّلات تشكل الجزء

التأسيسي لها، وأن التمثّلات تتوقف على اللسان. فطالما توجد ضرورة منطقية لارتباط الحقائق المؤسّساتية باللغة فإن الأفكار ترتبط طبيعيا بالرموز والكلمات والصور والتي بدونها يستحيل التفكير فيها. فإذا عجز الأفراد عن تمثّل هذه الأحداث فلا تستطيع هذه الأخيرة أن توجد. وينتهي الفيلسوف المذكور إلى الاستخلاص التالي: إن إنتاج الأحداث المؤسّساتية يرتبط بمسألة السلطة. وهذا ما يمكن ان نلتّمسه في مساهمة وسائل الإعلام في البناء الاجتماعي للواقع والتي تحدث عنها الكثير من المهتمين بوسائل الإعلام.

يؤكد اللساني البريطاني روجر فولير Roger Fowler " أن الإعلام هو ممارسة وخطاب، لا يظهر الحقائق الأمبريقية بشكل محايد ، بل يتدخل في البناء الاجتماعي للواقع"<sup>20</sup>. فالاختلاف في القول يعبر عن الاختلاف في تمثّل الواقع الذي تكشفه الملفوظات.

أما الباحث شرودو بارتريك Charaudeau Patrick فإنه لا يرى عملية إعادة بناء الواقع، التي تتجلى في الخطاب الإعلامي، من منظور منتج فقط، بل يراها كنتيجة تعاقب بين منتج (الصحافي أو المؤسسة الإعلامية) والمتلقي الذي يؤوله (الجمهور). فالعناصر اللفظية والمرئية والخطية والسمعية تشكل الخطاب الإعلامي وفق الصورة التي تتخيل فيها وسائل الإعلام جمهورها، وحسب مراكز اهتمامها ووفق ظروف تأويله لها.<sup>21</sup>

ينطلق عالم السيميائيات الأرجنتيني Eliseo Veron في نظريته لبناء الواقع من قبل وسائل الإعلام من أطروحة الوساطة التي تقوم بها وسائل الإعلام بين الواقع والجمهور. حيث يرى أن وسائل الإعلام لا تعكس موضوعيا الواقع، لكنها تقدم تمثلا للواقع. فالأحداث لا تولد كمنتج من منتجات وسائل الإعلام فحسب، بل كبناء اجتماعي للتمثّل الإعلامي للأحداث.<sup>22</sup>

ولئن كان القول بأن الإعلام في عصرنا الحالي هو معطى مبني اجتماعيا لا يثير أي جدل أو اعتراض إلا أنه يحفز النقاش على مستويين، على الأقل، وهما:

1- يكاد مفهوم البناء الاجتماعي يتحول إلى مودة شائعة في الدراسات الاجتماعية لأنه يقدم الإنارة التي يمكن أن تسلط الضوء على بعض الظواهر الاجتماعية حيث زال الاعتقاد بصحة الفكرة التي مفادها أن الوقائع الاجتماعية موجودة بشكل منفصل عن ذات الباحث والمبحوثين، وكحقيقة جاهزة لا تكلف الباحث أي جهد سوى "انتزاعها" من الواقع. لكن مفهوم " البناء الاجتماعي" نقل النقاش من الصعيد الأمبريقي إلى الصعيد النظري، وأعطى شرعية للسؤال المتعلق بالبعد الفلسفي للبنائية، حيث شكك Gilles Gauthier<sup>23</sup>، وهو احد المعارضين للنظرية البنائية في مجال الإعلام، في النتائج التي توصلت إليها البنائية في الدراسات الإعلامية، وذلك لأنه فهم بأن ما تبثه وسائل الإعلام أو تنشره يعدُ مبنيا اجتماعيا مرتين. ويوضح ذلك بالقول أن الواقع الاجتماعي يعد، مبدئيا، مبنيا حسب البنائيين، ثم تتدخل وسائل الإعلام لتعيد بناءه مرة أخرى. فمن نتائج التسليم بصحة هذا الأمر أنه يطمس التمييز بين الحقائق المؤسساتية وغير المؤسساتية التي ذكرناها أعلاه. ويتجاهل أن المنتج الصحفي يكون مبنيا لأنه يشكل جزءا من الواقع الاجتماعي المبني، من جهة. ويمنح، من جهة أخرى، الشرعية للتجاوزات والاختراقات في الممارسة الإعلامية التي تضحى بالمعايير المهنية والأخلاقية، مثل الصدق، والإنصاف، والمسؤولية، والدقة، وغيرها.

2- إن القول بأن الخطاب الإعلامي هو نتاج عملية بناء اجتماعي أصبح من مسلمات البحث الإعلامي المعاصر. وهذا الأمر يحث على النقاش حول استراتيجيات وآليات هذا البناء في مجال الإعلام الذي تتداخل حدوده مع المجال السياسي والإيديولوجي، واللساني على وجه الخصوص لأنه يتعاطى مع الإعلام

كنص أو مادة سردية، كما تكشف عن ذلك الدراسات السيميائية للإعلام التي أنجزها العديد من الباحثين، مثل: رولان بارث ( 1964 ، 1966 )، بول عطا الله (1991)، فريون إينيسيو ( 1994 )، وإريك سكيولي ( 1994 ) جوست فرنسو وبنافوس سيمون ( 2000 )، وسمير بدير (2007).

ترى الباحثة المكسيكية Beatriz Padilla Villarreal أن وسائل الإعلام تبني الواقع من خلال إستراتيجية تركز على العناصر التالية: التشخيص Personification ، والإثارة Sensationalism، والاقتتال Bellicising والأسطرة<sup>24</sup> Mythification

ويقصد بالتشخيص سرد الأحداث عبر الشخصيات التي تعتقد وسائل الإعلام أنها تقوم بدور استثنائي في حدوثها. وينتهي هذا السرد، في الغالب، باختصار هذه الأحداث والوقائع في بعض الشخصيات، وبالتالي تبسيطها إن لم يكن تسطيحها. وقد عالج كل من ميغل بنسفاغ وفلورنس أوبان، بتفصيل، هذه الإستراتيجية في كتابهما الخاص بالصحافيين وإيديولوجية الاتصال.<sup>25</sup>

الإثارة: تعرف الإثارة بأنها " المعادل الدرامي للإعلام ".<sup>26</sup> فهي تصور متكامل لماهية الصحافة وجمهورها ودورها، وتستند في وجودها، حسب الباحثة المذكورة، إلى مجموعة من العناصر وهي: القطيعة مع الوضع القائم، أي الخروج عن المؤلف والانزياح عن ما هو عادي، والصراع الذي يحتوي على قدر من التنافس والغلبة والإقصاء الذي يقود إلى العنف ثم الموت.

الاقتتال: تلجأ وسائل الإعلام في بنائها للأحداث إلى الاستعارات المستقاة من الحرب، هذا ما نلاحظه، على سبيل المثال، في سرد وقائع المقابلات الرياضية فالتفوق يتحول إلى سحق الخصم، وتسديد الكرة تتحول إلى ضربة صاروخية، ومراوغة اللاعب تتحول إلى مناورة الفريق، والخسارة تتحول إلى انهزام، والمباراة تتحول إلى تصفيات، وغيرها. بالفعل، إن هذه الاستعارات تقوّل الأحداث وتتمطها وتحولها إلى مادة للاقتتال تشد الانتباه والأعصاب، وتخلق اصطفافا لدى

جمهور وسائل الإعلام. وتجعل من هذه الأحداث، في آخر المطاف، مادة للفرجة وحتى النزاع، وتسحبها من ساحة الفهم، والاستيعاب والتأمل.

الأسطورة: يرى عالم الاجتماع الروماني كمو ميهي Coman, Mihai أن الدراسات الأنتروبولوجية يجب أن تتجاوز الوساطة الإعلامية للأحداث، أي التغطية الإعلامية لها، وتطرح على مستوى الرؤية للبناء الإعلامي للواقع بواسطة الطقوس والأسطورة. فوسائل الإعلام توظف الأساطير والسرديات لإعطاء معنى للأحداث حتى وإن كان هذا التوظيف يؤدي إلى اختصارها وسجنها في صور نمطية.<sup>27</sup>

قد تبدو هذه الإستراتيجية غير إجرائية في قيام وسائل الإعلام ببناء الواقع لأنها تتمحور حول تمثل المؤسسة الإعلامية ومنتجي خطابها في تمثيلها للواقع فقط، وبالتالي تقصي الجمهور من هذا البناء، لأن قصد الرسالة الإعلامية كما صاغه منتجها (الصحافي والمؤسسة الإعلامية) لا يعني بالضرورة تطابقه مع قصد الجمهور من تعرضه للوسيلة الإعلامية ومتابعة مضامين ما تبثه. فالجمهور، الذي كان يوصف في السابق، بدون ترو ولا دراسة دقيقة، أنه متلقى سلبي قد برز في العصر الحالي كفاعل نشيط مشارك في إنتاج المعنى من مادة الاتصال.

لم تقص الباحثة المكسيكية الجمهور في الإستراتيجية التي تحدثت عنها و اعتبرته شريكا في عملية بناء الواقع من خلال تأكيدها على أن تلقى الخطاب الإعلامي لا يمكن اختصاره في فك رموزه اللسانية والمرئية والسمعية فقط، بل يشترط جملة من الدوال ( جمع دال) المرتبطة بالتمثلات، والأثر العاطفي، واستتبعاته الفعلية، وردات الفعل الدفاعية التي يثيرها لدى المتلقي حسب مخطط تأويله.<sup>28</sup>

وسائل الإعلام و فيروس H1N1 : من الحدث إلى الأزمة؟

بعد أن أنقضت سنوات على نشر خبر انتشار فيروس H1N1 في المكسيك، اتضح أن الإعلام أعطى لهذا الحدث أبعادا كبرى غريبة عنه. فبدون الانسياق وراء نظرية المؤامرة، يمكن أن نتساءل : كيف أفلحت وسائل الإعلام في تحويل حدث انتشار فيروس الأنفلونزا إلى أزمة عالمية؟ وكيف بنت هذه الأزمة، وما هي الإستراتيجية التي وظفتها في ذلك؟

قبل الإجابة عن هذا السؤال يجب الاستعراض الوقائعي لانتشار الفيروس والاحتياطات التي اتخذت للوقاية منه، لمعرفة الاتجاه الخطي لنموه في وسائل الإعلام، التي أسقطت، مسبقا، كل تصريح مخالف له أو مشكك فيه. مارس 2009: إصابة عدد من المكسيكيين بضيق حاد في التنفس نتيجة عدوى مرضية

13 أبريل 2009 : وفاة أول شخص في جنوب المكسيك

24 أبريل: منظمة الصحة العالمية تعلن عن كشف عن مئات الإصابات في المكسيك والولايات المتحدة الأمريكية.

26 أبريل: الحبطة تزداد في العالم ومنظمة الصحة العالمية تعلن عن انتقال المرض من الانسان إلى الإنسان. وتؤكد أن الفيروس H1N1 اتضح أنه أكثر خطورة.

27 أبريل: منظمة الصحة العالمية ترتفع درجة الطوارئ من 3 إلى 4 في سلم يتشكل من 6 درجات بعد أن انتقلت العدوى إلى أوربا ، حيث ظهرت إصابات في إسبانيا وبريطانيا.

28 أبريل: انتقال المرض إلى أمريكا الوسطى والشرق الأوسط

29 أبريل: أول إصابة مميتة في الولايات المتحدة، ووفاة رضيع في المكسيك

30 أبريل: منظمة الصحة العالمية تسمي فيروس H1N1 بدل أنفلونزا الخنازير

2 مايو: انتقال المرض إلى آسيا.

22 مايو: منظمة الصحة العالمية تحذر من أن فيروس H1N1 يكون أكثر خطورة في الدول النامية.

2 يونيو: ظهور المرض في مصر

11 يونيو: منظمة الصحة العالمية ترفع درجة الطوارئ إلى 6

24: يونيو: بداية شراء كميات هائلة من الكمامات وارتدائها.

25 يونيو: منظمة الطيران المدني تعلن عن انخفاض هائل في عدد المسافرين بسبب الفيروس المذكور.

1 يوليو: التشدد في تطبيق مخططات الوقاية من الفيروس في العديد من دول العالم.

أغسطس: أخبار متفرقة عن وفيات بسبب الفيروس المذكور في بعض دول العالم.

29 سبتمبر: موافقة أوروبا على تسويق اللقاح المضاد للفيروس المذكور،

30 أكتوبر: منظمة الصحة العالمية تعلن أن عدد الوفيات قد بلغ 5700 شخصا منذ ظهور الوباء في شهر مارس مع زيادة بنسبة 14% خلال أسبوع.

5 مارس 2010: بلغ عدد ضحايا هذا الوباء 16455.

إن عدد الوفيات بفيروس H1N1 لا يمكن مقارنته، بأي شكل من الأشكال، بضحايا السرطان، أو مرض الإيدز في العالم، أو أي وباء آخر يصيب الدول النامية، إذا كيف انتقلت وسائل الإعلام من الإخبار عن الوباء إلى بناء أزمة.

إن الحديث عن الأزمة في وسائل الإعلام لا يشترط طريقة من الوصف والنظر للواقع فقط، بل يتطلب بناء واقع جديد، وهذا ما سنكشفه من خلال النقاط التالية:

- الإثارة: سعت وسائل الإعلام منذ ظهور الفيروس في مارس 2009، بالمكسيك، إلى التركيز المبالغ فيه على الفيروس وخطورته غير المسبوقة التي

يمكن أن تبيد نصف البشرية! ويمكن أن نورد في هذا الصدد التصريح الذي أدلى به البروفسور نيل فورغن، عضو فريق العمل الخاص بفيروس H1N1 لدى المنظمة العالمية للصحة في نهاية شهر أبريل 2009، حيث أكد فيه أن ما بين 30 إلى 40% من البشر سيصابون بهذا الفيروس إذا تفشى الوباء في الأشهر الستة القادمة، وأن عدد المصابين سيرتفع في الأسابيع القادمة، ومن المحتمل أن تكون 152 حالة وفاة بهذا الفيروس في المكسيك عددا متواضعا مقارنة بعدد المصابين. ويرشح ارتفاع في عدد الوفيات ليصل إلى عشرات أو مئات الآلاف.<sup>29</sup>

وقامت وسائل الإعلام المختلفة بتجميع الأخبار المتفرقة والمتناقضة عن الفيروس المذكور في عدة مناطق من العالم التي تدعو إلى التهويل. وكثفت الحديث عن الاستعدادات العالمية لمكافحته: ( غلق المدارس، والدعوة إلى تجنب الأماكن العامة والاختلاط بالبشر، والعزوف عن السفر في وسائل النقل الجماعي، وتعميم صور الكمامات في المطارات والموانئ، وإعلان حالة الطوارئ في المستشفيات، والنقل الدرامي لألام المصابين وذويهم)، وغيرها. وشددت، عبر كل هذا، على عنصر الصراع: الصراع من أجل البقاء. والصراع ضد الوباء والصراع الذي يغذي المخاوف، وإحداث قطيعة مع ما هو مألوف في الحياة العامة: الدعوة لتغيير نمط الأكل بتفضيل المواد الحاملة للفيتامينات المقوية لمقاومة الأنفلونزا تغيير العادات والطقوس الاجتماعية(المصافحة، والتقبيل...) التقليل من الحركة والمبالغة في الاستعدادات الطبية لمكافحة المرض: فتح عيادات طوارئ وإنشاء مختبرات طبية في المناطق الموبوءة، ومنح قروض مالية للدول العاجزة عن شراء المستلزمات الطبية الضرورية وإبادة قطع الخنازير في بعض الدول، وغيرها..

لقد بينت الخبرة العلمية بأن تحليل الخطاب الصحفي علم يهتم، بمحتوى الكلمات في ذاتها بشكل أقل من اهتمامه بالاستراتيجيات التي من المفروض أن يحققها في إطار الممارسة الإعلامية.<sup>30</sup>

لقد أفلحت الإثارة في خلق حالة من الذعر ليس في المناطق الموبوءة فقط، بل في كل الدول، ولا يخفي على أحد أن الذعر هو جملة من ردات الفعل الفردية التي تتشابه فيما بينها. إنها تتشابه ليس لكونها تؤثر فيما بينها وتتحول إلى تقليد، بل لأن كل رد فعل هو استجابة نمطية ومنمطة تجاه وضع معين.<sup>31</sup> والذعر يحدّ الفكر ويغيبه. وهذا ما تسعى إليه الإثارة.

الترقب: المعلومات التي ظلت وسائل الإعلام تكرر باستمرار لم تنتم بالحسم واليقين، بل كانت تترك الجمهور في حالة قلق وانتظار الغد. إن السبب في ذلك لا يكمن في أن وسائل الإعلام لا تملك من المصادر والمعلومات الموثوق في صحته، والتي تشكك في عدد المصابين، وفي الطرق المعتمدة في إحصائهم. ففي هذا الصدد يقول أحد الصحفيين ما يلي: إن نموذج الإحصاء لعدد الأشخاص المصابين بالفيروس المذكور لا يستند إلى فحوصات الأطباء العامين بل يعتمد على مراكز الاتصال الهاتفي call-center التي تسجل آليا عدد المتصلين وتحصيهم كمرضى، مهما كان سبب اتصالهم.<sup>32</sup> والنتيجة أن هذا الانتظار لا يكال باليقين والحجج الدامغة، بل يولد انتظارا جديدا، وهذا ما تستخدمه بإتقان الفنون الدرامية: الأفلام والروايات.

لاحظنا أيضا وطأة الترقب من الأخبار المتسربة عن اللقاح الذي شابه الغموض والتضارب: عجز ما هو موجود من لقاح في السوق عن العلاج من الفيروس المذكور، ضرورة الانتظار شهرين على الأقل لتنتهي المختبرات من صناعة اللقاح المناسب، نقص كميات اللقاح المصنعة لحد الآن عن سد الحاجة، شراء كميات هائلة من اللقاح الجديد، والشروع في التلقيح مع الإشارة إلى الأنباء المتضاربة عن

أعراضه الجانبية، وحتى عن الوفيات بسببه، والانتظار من جديد لتحسين اللقاح...

الأسطورة: لا يمكن أن نفهم الوساطة التي تقوم بها وسائل الإعلام بين الواقع والجمهور دون الأخذ بعين الاعتبار أنها منتجة للخطاب حول الأحداث التي تمس جمهورها. فهذا الخطاب يتغذى من الاستعارات.

يعد أرسطو أول من أعطى معنىً لكلمة "استعارة" في "علم العروض" و"علم البلاغة" على السواء. وقد شدّد في تعريفه على أنّ الاستعارة ليست صورة بيانية تستخدم للتزيين المحض، بل إنّها شكل من أشكال المعرفة. ورغم هذا التعريف ظل الاعتقاد، لعقود عديدة بعد أرسطو، أنّ الاستعارة هي صورة بيانية تجمل الحديث فقط ولا تغيّر في جوهره. قد يؤيّد البعض بأنّ هذه هي وظيفتها في عصرنا. فأرسطو يعتقد أنّ الاستعارة هي نوع من العلم الذي لا يستلزم اكتشاف شيء مجهول، وإنما ابتكار طريقة جديدة للنظر إلى الأشياء.<sup>33</sup>

والأساطير والسرديات التي نسجت حول الوباء المذكور وغيره من الأوبئة المشابهة أو المتقاربة تصبح البديل الإعلامي للوقائع الحاضرة. هذا البديل يقترح رؤية أخرى تقرّنا من المعنى مما يجري. ففي هذا الإطار يحيل الحديث عن الفيروس المذكور إلى "أنفلونزا" التي جرت في 1918، وسميت الحمى المالطية والتي أدت إلى وفاة 40 مليون مصاب، ووباء الأنفلونزا التي سميت بالإسبانية والتي جرت في 1957 والتي أودت بحياة 4 ملايين شخص في العالم ، و أنفلونزا " هونغ كونغ" في 1968 وقتلت مليوني شخص.

إن الإحالة إلى التواريخ المختلفة بكل ما تحمله من ثقل مثيولوجي لا تستهدف شرح ما يجري الآن نتيجة الفيروس المذكور، لأنه لو كان هذا هو الغرض من الإحالة لتم الاستشهاد بالأنفلونزا الأحدث والأقرب تاريخياً للجمهور، والتي انتشرت في الولايات المتحدة الأمريكية في 1976.

إن الإحالة إلى التاريخ توحى ضمناً بالتشابه، أو حتى التطابق بين الأوبئة القديمة والحالية، دون الإشارة إلى أن عدد القتلى بأوبئة الأنفلونزا المذكورة قد أخذت منحى تنازلياً، وإن البشرية في 2010 هي أكثر تسليحاً من 1918 على الصعيد العلمي والثقافي، وعلى مستوى الإمكانيات العلمية والبشرية والمادية والتنظيمية، وفي مجال الخبرة. إن التأكيد هذا الأمر لا يتمشى والمنطق الذي بنيت على أساسه أزمة الأنفلونزا في 2009.

إن النظر إلى إستراتيجية بناء أزمة الأنفلونزا على المستوى الموضوعي والذاتي والرمزي تكشف أن الصحافيين لا يظهرون كأنهم المنتجين الفعليين للإعلام، بل تبرزهم كمنخرطين في السديم الإعلامي/السياسي/الطبي/الصيدلاني الذي أخذ بعين الاعتبار الفكرة التي مفادها أن كل حديث عن الوباء يجعل الجمهور معنياً به بالضرورة. واتكأت على الشعور العام الذي يحرك سلوك الجمهور والنابع من ثقافته وحياته الجماعية.

فالبشرية في مطلع الألفية الحالية تعيش قلقاً وجودياً نتيجة الحيرة والشك في المثل الكبرى والسرديات التي تحكمت في تصورنا للكون والمجتمع والعلاقات الاجتماعية نتيجة استئثار الحروب والعنف في المجتمع، والقنوط من التغيير، مما يعطي شرعية للوصف الذي قدمه الفيلسوف ميشال سار Michel Serres لما تعانيه البشرية اليوم، إذ قال أنها تعيش عملية إخراجية " للخوف".<sup>34</sup>

إذا يصعب تمثل الأزمة بدون ربطها بالخوف الذي تحول إلى موضوع للتفكير في العديد من الحقول المعرفية: علم النفس، علم الاجتماع، والعلوم السياسية، وعلم التربية، وعلم الاتصال، حيث يقول عنه مدير معهد الصحافة والإعلام بجامعة نسطال السويسرية أنه أصبح رابطاً اجتماعياً لمواجهة مختلف الأخطار التي امتدت إلى المجالات المختلفة التي تأسس مما يلي:<sup>35</sup>

الخوف من الآخر: إن جهل الآخر، والتتكّر لخصوصيته، واختلافه يولد الخوف منه، في مجتمع يعاني من ضعف الأمن وحماية الأشخاص وممتلكاتهم، وفي مجتمع قائم على المنافسة الشديدة والتزاحم من أجل الحصول على منصب عمل، أو إنشاء مشروع استثماري والحفاظ عليه، أو تقديم مشروع علمي أو ثقافي.....

الخوف من الموت: لم يتمكن التقدم العلمي الذي أحرزته البشرية، خاصة في مجال الطب، إضافة إلى تزايد الاعتمادات المالية الموجهة لقطاع الصحة من تخفيف الخوف من المرض والموت، الذي مازال يثير الكثير من الفزع والجزع.

الخوف من فقدان: الخوف من فقدان الصحة، والحب، ومنصب العمل، والسكن، والخوف من الفقر والعوز. هذا الخوف أفرز، عبر تراكمه، حالة من القلق وسلوكا عدوانيا، وحتى عنيفا.

الخوف من التغيير بفعل عوامل خارجية بعيدة عن السيطرة مما يدعو إلى القطيعة على ما تعودنا عليه، والذي كان مصدر الإحساس بالأمان. ولعل هذا الخوف ينبع أصلا من الخشية من المستقبل الذي أصبح من الصعب التنبؤ به، ناهيك عن التحكم فيه أو السيطرة عليه.

يعتقد البعض أن تمثل أنفلونزا الخنازير، لم تشارك في إنتاجه وسائل الإعلام الكلاسيكية فقط، بل شارك فيه الإعلام الجديد New Media، وهذا الاعتقاد لا يجانب الصواب قط، لكنه يحتاج إلى توضيح نراه ضروريا. فلا يمكن أن نتصور أن الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد يعيشان في قارتين مختلفتين، فلهما وشائج قوية. لذا، فإن القسم الأكبر من الجمهور يستطيع أن يطلع على الأحداث ويشارك فيها، من خلال "الانجذاب" Osmosis، أي ليس نتيجة تعرضه مباشرة لوسائل الإعلام، بل من خلال ما تختطفه عينه من صور وحروف، وما يلتقط سمعه من كلمات وجمل عن الأحداث من سيل الإعلام الجارف، الذي لازالت وسائل الإعلام تشكل لحمته الأساسية.

وسائل الإعلام وتلوث خليج المكسيك: تحويل الكارثة الإيكولوجية إلى حدث. من يقرأ البرقية التي أرسلها مراسل وكالة الأنباء الفرنسية من " نيو اورلينز" بالولايات المتحدة، غداة الحريق الذي شب بمنصبة النفط في عرض خليج المكسيك، أي يوم 14 أبريل الماضي 2010، لا يشعر بحجم الكارثة البيئية التي تجري في خليج المكسيك. ولا ينتابه أي قلق لأن البرقية المذكورة تؤكد أنه لم يسجل أي تسرب للنفط. وتؤكد أنه إذا حدث ذلك، وهذا مستبعد، فإن الإمكانيات متوفرة وجاهزة لمواجهته.

( أنظر البرقية التي نشرتها الوكالة المذكورة في ملحق البحث).

إن الدعوة للاطمئنان التي نستخلصها من هذه البرقية تظل ذاتها في الأخبار التي أعلنت عن سد الفوهة التي يتسرب منها النفط يوم 5 أغسطس 2010. فما هي الإستراتيجية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام في بناء تلوث خليج المكسيك في أبريل 2010، وأدت إلى التقليل من شأن حريق المنصة النفطية، واستصغار تداعياته الاقتصادية، والبيئية، والسياسية، والأخلاقية؟ يمكن توضيح هذه الإستراتيجية في النقاط التالية:

1- تجنب الإثارة: لم تلجأ وسائل الإعلام إلى أسلوب الإثارة لبناء الحدث بشكل درامي، فلم تتطرق إلى العمال الذين ماتوا جراء الحريق الذي شب في منصة استخراج النفط في خليج المكسيك ولا لوضعهم الاجتماعي، ولا ظروف عملهم في عرض البحر ولا جنسياتهم ولا سنهم ولا حالة أهلهم. لقد تحولوا إلى مجرد أرقام فقط: 11 عاملا لقوا حتفهم في الحادث. كذلك الأمر بالنسبة للناجين الذين أصيبوا بجروح وحروق خطيرة. ولم تسرد تفاصيل الحياة الدرامية التي يعيشها الصيادون الذين وجودوا أنفسهم في بطالة إجبارية. لقد قضت وسائل الإعلام على كل بعد درامي في الحدث من خلال التأكيد أن شركة برتيس بتروليوم قامت بتشغيل الصيادين الراغبين في تطهير الشواطئ من زبد النفط، ودفعت لكل صياد خمسة

آلاف دولار كتعويض جزافي عن فقدان مصدر رزقه، هذا دون الإشارة إلى أن هذا التعويض تم مقابل أن يلتزم كل مستفيد، خطيا، بعدم رفع دعوى قضائية ضد الشركة المذكورة!

لم تتطرق وسائل الإعلام للحدث عبر تشخيصه بأسماء الشخصيات، وحتى الشركة: فرغم أن الكل يعلم بأن المسؤولية تقع أولا وقبل كل شيء على الشركة النفطية برتيش بتروليوم إلا أن برقية وكالة الأنباء الفرنسية المذكورة أعلاه حاولت إعفاء الشركة المذكورة من المسؤولية بالقول أنها استأجرت المنصة، أي بمعنى آخر أن من يستأجر ليس مسؤولا عن وضع ما استأجره! فاسم الشركة المذكورة لا يظهر في وسائل الإعلام إلا عندما تؤكد أنها ستعوض أو عوضت الشركات المتضررة من الحادث، أو تقوم بمكافحة التلوث الذي انجر عن تسرب بقع النفط في عرض البحر واتجاهها إلى الشواطئ.

2- عدم تحديد المسؤولية عن الحدث ولا أسباب وقوعه. لم تتصرف المؤسسات الإعلامية إلى البحث عن سبب هذه الكارثة، والتساؤل عن عدم تدخل تجهيزات الأمن لسد فوهة البئر عند احتراق المنصة مباشرة؟ لعل القارئ الكريم يتذكر جيدا أن وسائل الإعلام تتدافع، بقوة، لشرح أسباب وقوع أي كارثة جوية بسيطة، فتخصص لها العديد من التحليلات والتعليقات، وتساءل مسؤول شركة الطيران المعنية، وخبراء الملاحة الجوية، ومسؤولي الأمن في المطارات، وغيرهم. لكن في هذه الأزمة قفزت وسائل الإعلام من الإجابة على السؤالين: من المسؤول عما جرى؟ ولماذا جرى ما جرى؟ إلى نقل انشغالات الشركة المذكورة وتأكيداتها أن الأهم هو التحكم في آثار ما جرى.

3- غرس الطمأنينة في نفوس الجمهور والمستثمرين:

قدمت وسائل الإعلام الحريق المذكور على أنه أمر عارض حدث ويحدث في الكثير من أبار النفط سواء في البر أو البحر. ففي الوقت الذي امتدت فيه بقعة

النفط لتهدد ولاية "لوزيانا" و "فلوريدا" و "الامبا" و "الميسيبي"، والمدن التي تشكل القلب السياسي والاجتماعي والثقافي للولايات المتحدة الأمريكية، مثل بوسطن، ونيويورك، وواشنطن، وفلادلفيا، ظلت وسائل الإعلام تؤكد بأن التحكم في النفط المتدفق من البئر في متناول اليد، وأن كل الإجراءات اتخذت لاحتوائه.

بدأت العديد من وسائل الإعلام تؤكد، منذ 14 أبريل إلى غاية 5 أغسطس، أن الأمور تسير نحو التحكم التام في تسرب النفط وامتداد بقعته في البحر. فرغم تسرب المعلومات التي تشير إلى ظهور عيون جديدة للبئر يتدفق منها النفط، ظلت وسائل الإعلام تؤكد السيطرة على الحادث تارة من خلال تجنيد أسطول بحري لامتناس بقعة النفط في خليج المكسيك، وطورا عبر إرسال "روبرت" لغلغ البئر، ثم حشو فم البئر المفتوح بكبسولة، وضخ مواد كيميائية وإسمنتية لتشميع فوهة البئر، ووضع سدة من الاسمنت تزن 70 طنا لغلغه نهائيا. لقد غرقت وسائل الإعلام في هذه المعلومات المزودة برسوم الجرافيكس فاستفدت وقتها بالشرح والتفسير، وتناست الإشارة الصريحة إلى فشل المحاولات المتلاحقة الواحدة تلو الأخرى. لكن الغريب أنه رغم الفشل المتلاحق للمحاولات المتكررة إلا أن وسائل الإعلام لم تلجأ إلى الترقب خوفا من أن هذا الأخير يؤدي بالجمهور إلى الفلق. لقد كانت تقدم كل محاولة على أنها ستكون مضمونة النجاح.

4- عدم اللجوء إلى الاستعارة والأساطير: لوصف آثار التلوث النفطي في خليج المكسيك ذكر الرئيس الأمريكي أوباما بأنه " مثلما أحدث 11 سبتمبر تغيرا في نظرتنا لضعفنا، وسياسيتنا الخارجية نعتقد أن كارثة خليج المكسيك تمثل 11 سبتمبر بيئي يدفعنا إلى إعادة التفكير في سياستنا البيئية والطاقوية في السنوات القادمة.<sup>36</sup> لكن وسائل الإعلام لم توظف هذه الاستعارة للحديث عن أبعاد حريق المنصة المذكورة، ولم تستعن بالأحداث التاريخية وحمولاتها من السرديات. نعم لقد أشارت إلى آثار هذه الكارثة تتجاوز الكارثة التي أحدثها غرق ناقلة النفط

"اكسون فالديز" Exxon Valdez في سواحل ألاسكا في 1989 لكنها لم تكشف عن حجم التلوث الناجم عن تسرب أربعين مليون لتر من النفط من هذه الناقل، والتي لطخت مسافة 1300 كيلومتر من مياه البحر. ولم تشر إلى المعارك القضائية التي استمرت سنوات للتعويض عن الضرر الذي أصاب العباد والبيئة، وعن الثروة السمكية التي أبيدت. فمجرد الإشارة إلى كل هذه الأمور يشعر الجمهور أنه معني بكارثة تلوث خليج المكسيك.

5-استبعاد الجمهور عن الحدث: في ظل العولمة التي أعطت لكل حدث محلي بعدا كونيا نلاحظ إصرار العديد من وسائل الإعلام على حصر الكارثة المذكورة على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية. فالقرار الذي اتخذته الرئيس الأمريكي، على إثر هذه الكارثة، والمتمثل في تجميد التنقيب عن البترول في السواحل الأمريكية، لا يمس العصب الحساس في الاقتصاد الأمريكي فقط، بل يمس الاقتصاد العالمي أيضا. فالشركات النفطية التي تنقب عن النفط وتستخرجه من بحر الشمال قد تعدت المئات، بل توجد في خليج المكسيك وحده حوالي ثلاثة آلاف منصة نفط، تنتج حاليا 1.6 مليون برميل نفط يوميا. لقد كثفت الدول الغربية والشركات النفطية عملية التنقيب عن النفط في أعماق البحار واستغلاله كاستجابة لتداعيات الأزمة النفطية في 1973. لهذه الأسباب يبدو أن تسرب النفط في خليج المكسيك قضية خطيرة وحساسة على الصعيد الاقتصادي والبيئي. وقد عملت وسائل الإعلام على استبعاد الأزمة من اهتمامات الجمهور، وعدم الإشارة لا من قريب أو بعيد إلى تأثيرها على حياة الأشخاص وعلى التوازن

البيئي والتنمية المستدامة التي تهتم كل الكائنات الحية.

أخيرا، يمكن القول أن الانتقال من الحدث إلى الأزمة يتوقف إلى حد كبير على مدى مرئيته وتأويله، واستملاكه من قبل الجمهور. فالجمهور لم يجد ذاته أو مصالحه في الحدث المذكور، ولم يشعر بأنه معني بتمثلات وسائل

الإعلام للكارثة البيئية التي شهدها خليج المكسيك، لذا لم تمنح الكلمة للمنظمات والجمعيات المدنية المدافعة عن البيئة.

### المراجع

1. أنظر على سبيل المثال إلى سيل الكتابات التي تطرقت إلى تبعات المقابلة الرياضية التي جمعت المنتخبين الجزائري والمصري للتأهيل إلى دورة كأس العالم التي جرت في جنوب إفريقيا في يونيو 2010
2. Quéré, Louis. Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne. Aubier Montaigne, France, 1982, p. 158
3. أنظر على سبيل المثال  
John H. Powers & Xiaosui Xiao.: The Social Construction of SARS: Studies of a Health Communication Crisis. John Benjamins Publishing Company, Netherlands/Philadelphia, PA: 2008, 242 pp  
Hassan Atifi & Michel Marcoccia: La relation entre les interactions verbales et leur mise en scène visuelle à la télévision : construction du genre et distribution des rôles dans l'émission " Demain les jeunes " (France 2, mars 1994) ; retrieved Octobre 14 ;2010 from [gric.univ-lyon2.fr/.../actes/.../Atifi\\_Marcoccia\\_genre\\_tele.doc](http://gric.univ-lyon2.fr/.../actes/.../Atifi_Marcoccia_genre_tele.doc)  
Fathallah Daghami : Constructions identitaires et récits médiatiques, retrieved June 26 ;2008, from <http://etudescaribeennes.revues.org/document368.html>.  
Champagne Patrick : La construction médiatique des "malaises sociaux"  
Actes de la recherche en sciences sociales, France, Année 1991, Volume 90, Numéro 1 p. 64 - 76
4. هذا ما يستشف من اختيار العديد من عناوين البحوث الإعلامية والعربية التي تفضل التغطية الإعلامية لهذه القضية أو تلك أو لهذا الأزمة أو تلك بدل البناء الإعلامي لها.
5. يؤكد الفيلسوف الإيطالي أنبرتو إيكو أن مفهوم الأزمة استخدم بدون تمييز، لأنه يبيع بشكل جيد، لقد بيعت لنا في العقود الأخيرة بمختلف الأشكال (في الأكتشاك، وبالمراسلة، وبال اتصال المباشر) أزمة العقيدة، أزمة الرمز، أزمة التمثل، أزمة السكن، أزمة المؤسسات، و أزمة العائلة، وأزمة البترول.  
ECO, U. La guerre du faux. France, éd. Grasse, France, 1985, P 119

6. السيد ولد أباه: تسيير الرعب وإدارة الخوف، صحيفة الاتحاد الإماراتية،

الصادرة يوم الاثنين 06 سبتمبر 2010

7. Beatriz Padilla Villarreal: l'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude, Magazine de la Communication de Crise et Sensible, Observatoire International des Crise, Col. 13- Avril 2007 – p 10/47

8. أنظر:

David L. Altheide and Robert P. Snow : Media Worlds in the Postjournalism Era, New York: Aldine de Gruyter, 1991.

9. نقلا عن:

[Guy Koninckx](#) , [Gilles Teneau](#) : Histoire de la crise, retrieved October 30,2010, from

<http://www.resilience-organisationnelle.com/1513.html>

10. Maria Beatriz Padilla Villarreal: Médiatisation et identification comme facteurs intervenant dans l'irruption de la crise sociale. Une analyse biculturelle de contenu de la presse écrite et modélisation. Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'Université, Université Jean-Moulin, Lyon 3, juin 2005

11. نقلا عن:

Morin Edgar: Pour une crisologie, Communications, France, n° 25, p. 149, 1976.

12. [Edgar Morin](#) : " Il faut toujours s'attendre à l'imprévu ", retrieved October 20,2010 from <http://www.socialismedemocratie32.net/>

13. نقلا عن:

حسين جمعة: الفكر النقدي لرواد عصر النهضة، الموقف الأدبي، مجلة أدبية شهرية تصدر

عن اتحاد الكتاب العرب بدمشق - العدد 440 كانون الأول 2007

14. Winock, M., « Qu'est-ce qu'un événement ? ». Revue L'Histoire, France, N 268 septembre 2002, p 32-37.

15. [Guy Koninckx](#) , [Gilles Teneau](#), Idib

16. Alban Bensa et Eric Fassin : *Qu'est-ce qu'un événement ? Terrain*, numero-38 ,mars 2002, retrieved November 2,2010 from <http://terrain.revues.org/index1888.htm>

17. Stefan Weber: Media and the Construction of Reality, retrieve November 3,2010 from [http://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber\\_etrans.pdf](http://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf)

18. Grassineau Benjamin: La construction de la réalité sociale. Synthèse du livre de Thomas Luckmann et Peter Berger, retrieved from <http://librapport.org/getpdf.php?get=491&id=17&pagename=FILE:download/document%20view>

19. نقلا عن:

Grassineau Benjamen : John R. Searle, La construction de la réalité sociale, retrieved October 3, 2010 from

<http://www.docstoc.com/docs/55037375/Formation---John-Searle-la-construction-de-la-realite-sociale>

20. FOWLER, R. Language in the news. Discourse and ideology in the press, England, London, Routledge, 1991.1991, p. 2
21. Charaudeau Patrick, Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social, 1997, Paris, Nathan / Institut national de l'audiovisuel (coll. « Médias-Recherches ») P 18
22. Verron E. Construire l'événement : les médias et l'accident de Three Mile Island. France, 1981, Paris: Minuit p. 170.
23. Gilles Gauthier :Journalisme et réalité : l'argument constructiviste, Revue Communication et langages. N°139, 1er trimestre 2004. pp. 17-25.

24. Beatriz Padilla Villarreal: L'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude, Magazine de la communication de crise et sensible, Observatoire International des crises, France, Vol. 13- Avril 2007

25. Aubenas Florence et Benasayag Miguel. La fabrication de l'information. Les journalistes et l'idéologie de la communication, La Découverte, France, 1999

26. Beatriz Padilla Villarreal: L'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude, Idib

27. Coman Mihai. Une approche symbolique de l'espace public. Université de Bucarest, Roumanie, Actes du colloque Bogues, 2000. Retrieved June 28, 2008 from <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Coman.pdf>

28. Beatriz Padilla Villarreal: L'agenda médiatique et construction sociale de l'incertitude

29. Daily Express, 1er mai 2009; quoted by Michel Chossudovsky: Mensonge politique et désinformation médiatique concernant la pandémie porcine; retrieved November 3,2010 from

<http://www.mondialisation.ca/index.php?context=va&aid=13468>

30. Burger Marcel: Les mots de la peur, medias et analyse du discours, Les médias créent-ils ou reflètent-ils les peurs collectives ? Recueil de textes préparatoires pour le deuxième colloque de l'Institut de journalisme et communication (Université de Neuchâtel)Aula des Jeunes-Rives, 11 avril 2003

31. Etienne VERMEIREN: Réflexions essentielles sur le phénomène de panique en situation de crise, entretien accordé à Thierry Portal , Magazine de la Communication de Crise et Sensible, Vol. 19 - juillet 2010 – p 26/41

32. Audrey Chauvet : Grippe H1N1: histoire d'une incompréhension, Journal 20 minutes;

33. أميرتو إيگو: أرسطو... وعصاية القرصنة، وجهات نظر، صحيفة الإتحاد الإمارات

يوم 27 نوفمبر 2010.

34. نقلا عن:

Brugidou Mathieu, « L'affaire du sang contaminé : la construction de l'événement dans Le Monde (1989-1992) », Revue Mots. Les langages du politique, France, n°37, 1993

35. Maurice Antoine :La construction des peurs par les medias, Recueil de textes préparatoires pour le deuxième colloque de l'Institut de journalisme et communication, Ibid

36. Obama: Gulf spill 'echoes 9/11', retrieved November 3, 2010 from <http://www.politico.com/news/stories/0610/38468.html#ixzz0qu8NzdAV>

#### ملحق:

توقف البحث عن 11 مفقودا ولا تسرب نفطيا بعد غرق منصة قبالة السواحل الأميركية

04/24 | 06:36 GMT

نيو اورلينز (الولايات المتحدة) (ا ف ب) - أكد خفر السواحل الجمعة أنه لم يسجل أي تسرب نفطي قبالة السواحل الأميركية بعد غرق منصة في خليج المكسيك، وأعلنوا توقف عمليات البحث للعثور عن احد عشر مفقودا.

وقال مايك او بيري، الناطق باسم خفر السواحل في نيو اورلينز لوكالة فرانس برس "لا تسرب نفطيا للنفط الخام من الآبار حتى الآن". وأضاف أن "القضية لم تنته بعد لكن هذا خبر سار". ويتم استغلال محيط الآبار النفطية منذ مساء الخميس من قبل رجل آلي (روبوت) تحت الماء مجهز خصيصا لهذه المهمة. وكان خفر السواحل ذكروا أولا لفرانس برس أن بقعة تعتبر "كبيرة" تسربت من المنصة.

وأضافوا أن سفنا مزودة بمعدات لإزالة التلوث تعمل لمنع وصول بقعة المحروقات إلى سواحل لوزيانا والاباما وميسيسيبي التي تأثرت أنظمتها البيئية من قبل بعدد كبير من الأعاصير. من جهة أخرى، قال خفر السواحل الجمعة أنهم انهوا عمليات البحث للعثور على احد عشر شخصا فقدوا منذ وقوع الانفجار.

وقالت الاميرال ماري لاندري التي تعمل في خفر السواحل في نيو اورلينز " لا يمكننا ان نتوقع العثور على ناجين بعد الآن". وأضافت إن هؤلاء المفقودين كانوا على ما يبدو على المنصة عند

وقوع الانفجار الذي تسبب في غرق المنصة الواقعة على بعد سبعين كيلومترا قبالة سواحل نيو اورلينز (ولاية لويزيانا، جنوب).

وتابعت المسؤولة "اذا حدث أي تسرب فسنكون جاهزين للتحرك"، مؤكدة ان السلطات تستعد "لأسوأ سيناريو". وكان 126 شخصا على المنصة عند وقوع الانفجار الذي تلاه حريق كبير. وقد تمكن 115 منهم من الوصول الى الشاطئ. وبين هؤلاء 17 جريحا أربعة منهم في حالة حرجة. وكانت المنصة التي تحمل اسم "ديب ووتر هورايزن" تحوي 2,6 مليون لتر من النفط وتستخرج ثمانية آلاف برميل يوميا، أي نحو تسعين ألف لتر.

وأكد الرئيس الأميركي باراك اوباما الخميس ان "الأولوية الأولى" للحكومة ينبغي ان تكون التعامل مع تداعيات حادث المنصة النفطية في خليج المكسيك التي غرقت الخميس متسببة بتلوث نفطي.

وقال البيت الأبيض في بيان ان اوباما "أكد أن الحكومة الفدرالية تقدم كل المساعدة الضرورية في جهود الإنقاذ وكذلك في التعامل مع تأثير (هذا الحادث) على البيئة واحتوائه".

ونشرت مجموعة بريتش بتروليوم البريطانية التي تستأجر المنصة سفنا لمراقبة أي تسرب نفطي وأثره على البيئة في ما يمكن أن يؤدي الى أسوأ بقعة نفطية في الولايات المتحدة منذ تلك التي حدثت في 1989 بعد غرق ناقلة النفط "اكسون فالديز". وكانت هذه الناقلة التي جنحت إلى سواحل الاسكا سببت تسرب أربعين مليون لتر من النفط امتدت على مسافة 1300 كلم.

واحتترقت المنصة التي يبلغ طولها 121 مترا وعرضها 78 مترا، ليوم ونصف اليوم. وقالت الشركة السويسرية "ترانس اوشن" المالكة للمنصة انه لم يكن من الممكن "تجنب احتمال تسرب النفط قبل غرق المنصة".