

دور اتصال الازمات في مواجهة الازمة الصحية العالمية كورونا كوفيد 19

*The role of crisis communication in the face of the global health crisis Corona Covid 19*بوعمره الهام¹Bouamra ilhem¹جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، bouamra.ilhem@univ-alger3.dz¹

تاريخ الاستلام: 2021/09/09 تاريخ القبول: 2021/10/20 تاريخ النشر: 2022/01/01

ملخص:

تهدف الدراسة الى التفكير والعمل من اجل الوقاية من الازمات والتنبؤ بوقوعها واستخلاص الدروس، عبر تحديد مراحل الازمة والتخطيط لإدارتها.

وتعتبر الازمة الصحية التي يعيشها العالم حاليا من أقسى الازمات التي تعصف بمختلف القطاعات الحيوية داخل الدول حيث استطاع وباء COVID19 ان يفتك بأرواح الملايين عبر العالم ونستنتج هنا أهمية اتصال الازمات كوسيلة لتوعية وارشاد الافراد داخل المجتمع للتقيد بالتدابير الوقائية وتزويد الجماهير بالحقائق للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة.

كلمات مفتاحية: اتصال، ازمة، اتصال الازمات، كورونا كوفيد19.

Abstract:

The study aims to think and act in order to prevent crises, predict their occurrence, and draw lessons, by identifying the stages of the crisis and planning for its management.

The health crisis that the world is currently experiencing is one of the most severe crises that afflict various vital sectors within countries, as the COVID19 epidemic has killed millions around the world. We conclude here the importance of crisis communication as a means to educate and guide individuals within society to adhere to preventive measures and provide the masses with facts to limit the spread of rumors and false news.

Keywords: Communication, crisis, crisis communication, Corona Covid 19.

المؤلف المرسل: بوعمره الهام، الإيميل: bouamra.ilhem@univ-alger3.dz

1. مقدمة :

يرتبط الاتصال بعدة مجالات من بينها الازمات، فمن الصعب تصور وجود مجتمع يخلو من الازمات بل ان الفرد او الاسرة يتعرضان لازمات مستمرة، حتى انه يمكن القول بان الازمة اصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور البشري، كما يواجه الفرد او الاسرة الازمة فان المجتمعات والدول تواجه ازمات كبرى داخلية او خارجية لها علاقة بالدول والمنظمات الدولية الاخرى.

من جهة أخرى يعتبر اتصال الازمات من العلوم والتخصصات المطلوبة في ادارة الازمات والكوارث، لكن رغم حيوية واهمية أنشطة الاتصال والاعلام الا ان هناك استخفاف شديد بهذا الجانب، وهناك ايضا - وهو الادهى- نظرة سطحية لاتصال واعلام الازمات، تدفع كثير من المسؤولين الى اسناد مهام ووظائف اتصال واعلام الازمات الى غير المختصين.

يعيش العالم اليوم ازمة صحية ضربت اقتصاديات وسياسات البلدان من الشرق الى الغرب ومن الشمال الى الجنوب، حيث ترك فيروس كورونا الجديد بصمته على كل نواحي الحياة: فدول بأكملها سُلت وحدودٌ أُغلقت واقتصادات عالمية تباطأت ومدارس أُفقلت، فالوباء يهدد الروابط الاجتماعية ويطلق العنان لشكل خفي من حرب أهلية يكون فيها كل واحد حذراً من جاره، ان انتشار الأوبئة يشكل دوماً امتحاناً للمجتمعات البشرية التي ما انفكت حكوماتها تضع الاستراتيجيات والخطط وتبحث عن الحلول للخروج من الازمة الصحية باقتراح اللقاح المناسب وبالتالي وضع حد لانتشار المرض وإنقاذ ما يمكن إنقاذه من مرضى ومسنين، وكذلك محاولة الخروج من الازمة الاقتصادية عن طريق خلق فرص جديدة للعمل والتعامل وتحقيق التنمية المجتمعية، وهنا يظهر دور الاتصال والاعلام في نشر الوعي بين افراد

المجتمع ومدته بالمعلومات الصحيحة ومحاربة الاخبار الكاذبة والاشاعات التي من شأنها تغليب المجتمع وخلق الفوضى.

إشكالية الدراسة:

ومنه نطرح الاشكال التالي: ما هو دور اتصال الازمات في الحد من انتشار الازمة

الصحية العالمية كورونا كوفيد19؟

ينبثق عن هذا الاشكال مجموعة من التساؤلات الفرعية تساعدنا في وضع حدود للدراسة والتقرب أكثر من الظاهرة:

- ماهي العلاقة التي تربط بين الاتصال والازمة؟
- ماهي العوامل التي أدت الى ظهور اتصال الازمة كتخصص علمي جديد؟
- ماهي الوسائل التي يعتمد عليها اتصال الازمة في مواجهة الاخبار الكاذبة والشائعات التي لا أساس لها من الصحة؟

فرضية الدراسة:

هنا ننتقل من فرضية أساسية تسعى الدراسة الى تأكيدها او نفيها:

- يلعب اتصال الازمات دور حيوي قبل واثناء وبعد حدوث الازمة؟

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في:

- ✓ التأكيد على الدور الحيوي للاتصال في الأزمات، إذ يقوم على تحديد المشكلة والعمل على وضع الحلول المناسبة لها، ولتتمكن الجهة المعنية من تخطي تلك الأزمات، وذلك عبر قياس الرأي العام ومدى رضا الجمهور حول ما تقدمه تلك الجهة من خدمات، ثم الخروج من الأزمة وتخطيها بنجاح.

✓ أهمية الآليات الاتصالية التي توظف في مثل هذه الأزمات الكبيرة، أو التي تعصف بالمجتمع أو العالم، فيمكن الإشارة إلى ضرورة تفعيل اتصال الأزمة كاستراتيجية اتصالية محكمة، يتم من خلالها مسايرة ومتابعة تلك الأزمة التي يعيشها المجتمع.

✓ ضرورة تفعيل الاتصال المؤسسي إلى أبعد حد ممكن، وذلك للبحث عن حلول غير تقليدية للنهوض بالمؤسسات وبالجوانب التنموية والاقتصادية، والخروج من هذه الأزمة بشكل علمي يجنب المجتمع والدول مزيداً من الخسائر على مختلف الأصعدة والمجالات.

✓ تطبيق استراتيجية الاتصال على هذا النموذج، فتكون البداية بتحديد الشريحة المستهدفة من الجمهور، ومن ثم العمل على الرسالة التي ستقدم للجمهور، والقنوات التي تمر عبرها الرسالة الاتصالية كي تصل للجمهور، سواء التلفزيون أو الإذاعة أو الصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ التحكم في المعلومة، حيث يتم دراسة العديد من الأمور الهامة، والتي منها نوعية الأخبار المقرر نشرها أو المعلومات التي يجب نشرها ومتى يمكن نشرها، وكذلك معرفة الأخبار التي يجب حجبها مؤقتاً، وكيفية التحكم في الشائعات، وتحديد قائمة الشركاء سواء كانوا من مؤسسات المجتمع المدني أو من المؤسسات الحكومية، فكل ما سبق يمكن أن يساهم في عملية الاتصال الناجح في الأزمات التي تمر وتعصف بالمجتمع أو بالشركة أو المؤسسة أو أي جهة حكومية.

منهجية الدراسة:

تدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية وهو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصول الى أغراض محددة لوضعية اجتماعية او مشكلة اجتماعية او سكان معينين.

ويتضمن الوصف الاجتماعي عدة عمليات كتحديد الغرض منه وتعريف مشكلة البحث وتحليلها وتحديد نطاق ومجال الوصف وفحص المراجع والوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيرا الوصول الى الاستنتاجات واستخدامها للأغراض المحلية والقومية وكما يعتبر المنهج الوصفي طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كليا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة في البحوث الامبريقية.

2. اتصال الازمات: المفهوم والاهمية

على الرغم من التطور الملحوظ في دراسات معالجة الأزمات، إلا أن التعقيدات المتعلقة بالحياة المعاصرة، جعلت المنظمات أكثر قابلية للتعرض للأزمات بالمقارنة مع الماضي لذلك أصبحت معظم البلدان المتطورة تحرص على تطوير خطط متكاملة لإدارة الأزمات، ولعل من أبرز أركان هذه الخطط الإعداد لاتصالات الأزمات. (ROBERT, 1997, pp. 70-77)

اذ يتفق كثير من الباحثين على أهمية الإعلام باعتباره مكونا أساسيا لدى إدارة الأزمة، ينشأ الإعلام المتخصص عندما يصل تطور المجال الذي يغطيه إلى درجة معينة من النضج والاكتمال والغنى، بحيث يتحول إلى حياة كاملة، تضم:

- الأحداث المتعلقة بالجوانب المختلفة لهذا المجال (اقتصاد، رياضة، ثقافة، أمن، بيئة...إلخ).

- الظواهر والتطورات التي تمثل مناحي التغيير واتجاهاته الأساسية، وتعكس مواقف ومصالح القوى المختلفة المتواجدة في هذا المجال والمعنية بهذا التغيير (خضور، 11-13 افريل 2005)

- وجود الأجهزة والمؤسسات والهيئات المعنية بهذا المجال والمسؤولة عن جوانبه المختلفة.

- وجود الجمهور الواسع لكل ما في هذا المجال من أحداث وظواهر وتطورات، الساعي لمعرفة وفهم

كل ما في هذا المجال وإلى تكوين مواقف واتجاهات نحوه.

1.2 مفهوم اتصال الازمات

اتصال الازمات مجموع العمليات الإعلامية التي تستخدمها مختلف الوسائل الإعلامية قبل واثناء وبعد حدوث الازمات لتغطية الأحداث ومواكبتها، يستمد الاعلام أهميته الكبرى زمن حدوث الازمات من قدرته الهائلة على التأثير، وتوجيه الرأي العام واحتواء تداعيات الأزمة وتأثيراتها السلبية، ودعم المواقف وتجلية الحقائق وتهدئة النفوس وتعبئة الصفوف، حشد الطاقات باتجاه الخطط الموضوعة لضمان أسلم مخرج للأزمة.

ترجع بداية الاهتمام بدراسة وظائف الاتصال والاعلام أثناء الازمات إلى عقد الستينات من القرن العشرين، حيث تنبه بعض الباحثين إلى أهمية دور الإذاعة في نقل رسائل التحذير عن الكوارث، وأهمية صياغة الرسائل الإعلامية وخصائصها أثناء وقوع الأزمة والكارثة، غير أن معظم هذه الدراسات لم تول عمليات الاتصال في مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة ما بعدها الاهتمام الكافي.

قد شهدت فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي، زيادة طردية في بحوث اتصال الازمات نتيجة عدد الازمات القومية والدولية المتزايدة واتساع مجالاتها من جهة،

كذلك التطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وسرعة تبادل الرسائل عبر وسائل غير جديدة من جهة اخرى، مما انعكس على بحوث اتصالات الازمات والكوارث (مكاوي، 2009، صفحة 70)

يرى بعض الباحثين، أن الاتصال يؤدي دورا مهما في مختلف مراحل الأزمة ولذلك زاد الاهتمام النظري والتطبيقي باتصالات الأزمة وتطورت هذه الدراسات لتلبي حاجة المجتمع المعاصر للمعرفة، ويمكن حصر دوافع الاهتمام باتصالات الأزمة فيما يلي:

- تزايد عدد الازمات التي تعاني منها المنظمات والهيئات والشركات في السنوات الأخيرة، وما يصحبه من تزايد سخط الجماهير والمقاضاة القانونية للشركات ومنتجاتها وتصرفاتها.

وقد أشارت نتائج الأبحاث التي أجراها معهد "كنتاكي" لإدارة الازمات عام 1995 بالولايات المتحدة الامريكية، إلى أن الازمات التي تعاني منها المنظمات المختلفة في تزايد ملحوظ، وأن أهم الازمات التي استدعت تغطية كبيرة من وسائل الإعلام هي أزمات ناتجة عن قرارات وتصرفات إدارية، حيث بلغت نسبتها 78% من مجموع الازمات التي تمت تغطيتها إعلاميا، مقابل نسبة 17% فقط للازمات الناتجة عن مشكلات في الإنتاج والحوادث.

- تزايد اهتمام وسائل الاعلام بتغطية أخبار الأخطار الصناعية والبيئية المحدقة بالجماهير، واللجوء إلى تغطيتها بعمق من خلال تقارير تقصى الحقائق.
- التأثير العميق والمدمر للازمات على الشركات والهيئات وما يعنيه ذلك من عواقب على السمعة والصورة الذهنية للمنظمة.

- تحظى الأزمات والكوارث بتغطية واسعة في وسائل الإعلام، باعتبارها من الأخبار السلبية التي تحقق لها الانتشار وتلبي حاجة الناس إلى المعرفة وحب الاستطلاع.
- يعد المشتغلون بالعلاقات العامة، أحد المصادر المهمة لتدفق الأخبار والمعلومات في وسائل الإعلام.
- تؤثر طريقة تعامل المشتغلين بالعلاقات العامة مع مندوبي وسائل الإعلام، على طبيعة التغطية الإعلامية للأزمة سلبا وإيجابا.
- تستقطب الأزمات اهتمام السياسيين وجماعات المصالح الخاصة، الذين يحاولون استثمارها لمنافعهم الشخصية.
- لا يقف المردود السلبي لتأثير الأزمة عند حد منظمة بعينها، بل قد يتجاوز إلى التأثير على قطاع كامل في الاقتصاد أو البيئة (يوسف، 1999، الصفحات 96-94)

2.2 أهمية وسائل الاعلام والاتصال اثناء الازمات

شهد العقد الأخير من القرن العشرين تحولا كبيرا في مجال الاقتصاد الدولي، حيث استخدم عديد من المنظمات استراتيجيات الدمج في كيانات اقتصادية عملاقة، أدى هذا الاندماج إلى استحداث أساليب اتصالية تواكب انفتاح الأسواق العالمية، وتتيح تدفق المعلومات وتبادلها بشكل فوري.

وقد تعرضت منظمات كثيرة إلى أزمات نتيجة الرغبة الملحة لوسائل الاعلام في الحصول على معلومات عن تطورات هذه الأزمات، وواجهت تلك المنظمات مشكلة الرغبة في تلبية حاجة وسائل الإعلام في تزويدها بسرعة بالمعلومات، والحذر من تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة نتيجة مزاولة الأنشطة في مراكز عديدة. حيث أن حجب المعلومات

يؤدي إلى فقدان ثقة المستثمرين في المنظمات الاقتصادية عند مواجهة الأزمات، فإنه قد يتسبب في انهيار أسعار الأسهم مما يضاعف من آثار الأزمة على المنظمات الاقتصادية (MOSS, 1990, pp. 79-78)

يقوم الاتصال بدور اساسي عند مواجهة المنظمة للأزمات، فمن جهة يساعد على إدارة الأزمة بفعالية ونجاح، ومن جهة أخرى يحاول الحفاظ على صورة إيجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية. (منصور، 1995، الصفحات 118-119)

وتتعرض أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها. كما أكدت العديد من الدراسات، أن الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل الأزمة.

وتظهر أهمية وسائل الإعلام والاتصال أيضاً في مجال السيطرة على الشائعات التي تنتشر بسرعة بالغة وقت الأزمة، التي تكون لها أحيانا تداعيات سلبية على إدارة الأزمة، فهي غامضة بطبيعتها ومن الصعب معرفة مصادرها لعدم توافر المعلومات الكافية عن الأزمة. (صلاح الدين، 1998، صفحة 197)

كذلك أشارت دراسات عديدة إلى أن الأزمة عبارة عن مشكلة إدارية بالأساس، إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي نتيجة انتشارها على مستوى عامة الناس، وهو ما يعرف بالكشف العام.

هذه الخاصية تجعل أية مشكلة تحدث على مستوى البيئة الداخلية أو الخارجية لبعض المنظمات معروفة وشائعة لدى الرأي العام، وتمكنه من مراقبة أدائها وإصدار الأحكام عليها،

هنا يكون للأزمة تأثيراتها الواضحة على مصالح المنظمة التي تتعرض لها، بما قد يؤدي إلى نتائج إيجابية أو سلبية تنعكس على الصورة الذهنية للمنظمة.

يتطلب ذلك من المنظمات الاهتمام بالجوانب الاتصالية إلى جانب الاهتمام بالجوانب الإدارية عند التعامل مع الأزمات المختلفة، التي تتعرض لها بهدف التقليل من تأثيراتها السلبية. (كريمان، 1999، صفحة 261)

ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على طبيعتها ونوعيتها وحجمها، وطبيعة النظام السياسي، والجمهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني (محمد الشافعي، 2001، صفحة 217) ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيسي في تفاعلات الأزمة إيجابياً وسلبياً، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي، للدرجة التي جعلت السياسة ومتخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام والاتصال في تقييم الأوضاع الراهنة وصياغة الموقف والتحركات. (الشعلان، 1999، صفحة 118)

إذا كانت كفاءة إدارة الأزمة تتوقف في جانب أساسي منها على كفاءة المنظمات في التعامل مع وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل تحتاج إلى أداء خاص أثناء الأزمات، حيث يتطلب دورها توفير قدر كبير من المعلومات المستمرة حتى يكون الرأي العام على دراية كاملة بأبعاد الأزمة، وحتى تقوم بدورها في تنشيط المنظمات لمجابهة الأزمة كحلقة تواصل بين الجماهير وصانعي القرار السياسي والقائمين على إدارة الأزمة. (السيد بهنسي، 2000، صفحة 23)

3.2 وسائل الاعلام والاتصال اثناء الأزمات

بما أن التهديدات والمخاطر المرتبطة بالأزمة علاوة على ضغط الوقت ترفع من درجة التوتر ولا عقلانية الجمهور، ومن ثم يكون أكثر عرضة للاستهواء والوقوع تحت تأثير الشائعات، كان من الضروري تكرار الرسائل التحذيرية.

الصحافة المكتوبة:

- تلعب الصحف دورا هاما في تكوين الرأي، فهي تزود الجماهير بالأخبار اللازمة تنشر المقالات وتعكس آراء الآخرين، وهي تتميز بخصائص معينة منها:
 - أنها تصل إلى جمهور كبير من مختلف الفئات.
 - تنشر دوريا بصفة يومية أسبوعية او شهرية.
 - تغطي مساحة جغرافية كبيرة داخل الوطن.
 - رخيصة الثمن إذا قيست بمدى انتشارها فالجميع يستطيع اقتناءها.
- كثيرا ما يؤدي موقف الأزمة إلى صراع في العلاقات بين الصحفيين ومسؤولي الاتصالات أو العلاقات العامة على مستوى المنظمة التي تعاني ازمة، فإذا ما سعى هؤلاء الى التقليل من الآثار السلبية، فإن الصحفيين يسعون هم أيضا من أجل إجراء سبق صحفي منافس بغية إحداث قصص إخبارية مثيرة، لذا على المنظمات أن تلتزم بالسرعة والخفة في نقلها للأخبار بنفس سرعة الصحفيين أو أكثر من أجل الحفاظ على صورتها .

الإعلان:

- إن الإعلان في فترة الأزمة له خصوصياته تتمثل فيما يلي:
 - خاصية الوقت: فالإعلان يستدعي السرعة، وقابلية الاستجابة السريعة، إذ يمكن أن يدرك في مهلة زمنية وجيزة ويمس جمهورا كبيرا.
 - خاصية التماسك: حيث أنه يضمن استمرارية الرسالة مع القدرة على المراقبة، فهو يسمح بإصدار رسالة معدة مسبقا بدون مخاطرة التشويه، ومراقبتها تسمح بالتحقق من المحتوى.
 - خاصية توجيهه على الرأي العام: فالإعلان يسعى الى تسيير الرأي العام وفق الخطط المرسومة من طرف المنظمة.

التلفزيون:

تهيمن النشرة المتلفزة على الرأي العام، وتكون الكلمات في هذه الوسيلة أقل أهمية بالمقارنة مع الصورة، كما أنه لا يتم الإثبات والتوضيح بل عرض المعلومات فقط لذا على المنظمة استعمال هذه الوسيلة من أجل الحد من جانبها السلبي.

عن طريق إمداد التلفزيون بمعلومات وصور لتطور الأحداث، مع التركيز على إصلاح وتقليل نتائج الحدث حتى تتوقف تلك الوسائل عن نشر المعلومات والصور الأولى للأزمة، التي تكون في العادة أسوأ ما تم التقاطه من صور وهنا يفضل التركيز على وجود المسؤولين في موقع الحادث، يتم استعمال هذه الوسيلة عند حدوث أزمات خطيرة تهيمن بدرجة كبيرة على الرأي العام (TALPIN, 2003, pp. 91-81)

الإذاعة:

أصبحت الإذاعة في عصرنا الحديث من أهم وسائل الاتصال إلى جانب التلفزيون، فما زال للبرامج الإذاعية دور كبير في حياتنا اليومية. وتعتبر هذه الوسيلة وسيلة اتصال جيدة في حالة الأزمة، لما لها من خاصية تنظيم وتكرار للأخبار بصفة أحسن من التلفزيون والصحف، ففي حالة الأزمة يمكن إمداد الإذاعة بتسجيلات صوتية للمتحدث الرسمي باسم المنظمة.

الإنترنت:

تسمح الإنترنت بإبقاء ملف الأزمة الذي تعده المنظمة وتشره على موقع خاص بذلك - على المدى الطويل - فهي تمنح مجالاً غير محدود من أجل وضع المعلومات المفصلة، وتسمح بالاستعمال المباشر الفوري والآني.

3. جائحة كورونا COVID19 كأزمة صحية عالمية.

جائحة فيروس كورونا 2019-20 (1) أو جائحة كوفيد-19 والمعروفة أيضًا باسم جائحة فيروس كورونا، هي جائحة عالمية مستمرةً حاليًا لمرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19)، سببها فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس-كوف-2).

تفشى المرض للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر عام 2019، أعلنت منظمة الصحة العالمية رسميًا في 30 يناير أن تفشي الفيروس يُشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحول المرض إلى جائحة يوم 11 مارس أُبلغ عن أكثر من 107 مليون إصابةً بكوفيد-19 في أكثر من 188 دولةً ومنطقةً حتى تاريخ 10 فبراير 2021، تتضمن أكثر من 2,350,000 حالة وفاة، بالإضافة إلى تعافي أكثر من 59,9 مليون مصاب.

وتعتبر الولايات المتحدة أكثر الدول تضرراً من الجائحة، حيث سجلت أكثر من ربع مجموع عدد الإصابات المؤكدة.

ينتقل الفيروس بالدرجة الأولى عند المخالطة للصيقة بين الأفراد، وغالبًا عبر الرذاذ والقطيرات التنفسية الناتجة عن السعال أو العطاس أو التحدث تسقط القطيرات عادةً على الأرض أو على الأسطح دون أن تنتقل عبر الهواء لمسافات طويلة.

تتضمن الأعراض الشائعة للمرض الحمى والسعال والإعياء وضيق النفس وفقدان حاستي الشم والتذوق، قد تشمل قائمة المضاعفات كلاً من ذات الرئة ومتلازمة الضائقة التنفسية الحادة، تتراوح المدة الزمنية الفاصلة بين التعرض للفيروس وبداية الأعراض من يومين حتى 14 يومًا، بمعدل وسطي يبلغ خمسة أيام، تمكن العلماء والباحثين من إيجاد لقاح "يقضي" على الوباء وهم بصدد تلقيح الأشخاص الأكثر تضرراً وعرضة للإصابة بالفيروس: الأشخاص المسنين وأصحاب الأمراض المزمنة تدريجياً عبر انحاء المعمورة.

تشمل التوصيات الوقائية غسل اليدين، وتغطية الفم عند السعال، والمحافظة على مسافة كافية بين الأفراد، وارتداء أقنعة الوجه الطبية (الكمامات) في الأماكن العامة، ومراقبة الأشخاص المشتبه بإصابتهم مع عزلهم ذاتيًا، تضمنت استجابة السلطات في جميع أنحاء العالم إجراءات عديدة مثل فرض قيود على حركة الطيران، وتطبيق الإغلاق العام، وتحديد ضوابط الأخطار المهنية، وإغلاق المرافق.

1.3 الاعلام والاتصال في مواجهة ازمة كورونا كوفيد19

يمكن للتخطيط الإعلامي المعد والمدروس جيدا أن يعمل على تقسيم وتشيتت العناصر المسببة للأزمة فلإعلام تأثير مباشر وفعال في نفس الوقت، مما يزيد من أهمية التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث تأثيره المباشر على سلوكيات الافراد واتجاهاتهم بهدف إنتاج سلوك مرغوب فيه، والتخطيط الإعلامي غير الفعال في مواجهة الأزمات يعمل على زيادة استفعال الأزمات بدلا من القضاء عليها.

فيما يلي مجموعة من المميزات الواجب توفرها في التخطيط الإعلامي الفعال:

-الدقة في عرض الحقائق والمعلومات وتقديمها للرأي العام، بصدق دون تلوين أو تحريف للحقائق ويجب أن يصاحب ذلك السرعة في نشر المعلومات لإيجاد مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة لكن مع هذه السرعة يجب التدقيق في المعلومة المقدمة دون تسرع.

في الوقت نفسه هناك بعض الأزمات والكوارث ذات التأثير في الرأي العام الداخلي، قد يتطلب التعامل معها حجب أو منع بعض المعلومات حرصا على المصلحة العامة لكن يجب ممارسة هذا الحجب للمعلومات وفق معايير واضحة وبحرفية إعلامية عالية. وعليه فإن الرسائل الإعلامية لا تكون فعالة إلا إذا توفرت فيها الجدة والفورية والدقة والموضوعية، الوضوح، مصداقية المصدر، الجاذبية، التشويق، الاعتماد على الصور الحقيقية.

2.3 وسائل الاعلام الجزائرية في مواجهة ازمة كورونا كوفيد19

وجّه وزير الاتصال الناطق الرسمي للحكومة، **عمار بلحيمر**، تعليمات إلى مختلف المؤسسات الإعلامية ذكّر فيها "بالتابع الاستراتيجي لمختلف وسائل الإعلام والصحافة الوطنية (عمومية وخاصة) كخدمة عمومية، وكذا لدور الفاعلين في قطاع الاتصال من صحافة مكتوبة ومسموعة ومرئية ومطابع وإشهار وتوزيع"، مبرزاً "الدور الكبير الذي يقوم به الصحفيون والمراسلون في الصحافة الجوارية؛ بما في ذلك الإذاعات المحلية ومراسلو الفضائيات والصحف الالكترونية".

وعليه؛ فإنّ الصحافة الوطنية والمحلية "مطلبة بالاستمرارية في أداء دورها في تقديم خدماتها العمومية ودورها الإعلامي التنويري من رصد ونقل انشغالات المواطنين ويوميّاتهم وعلى الخصوص في هذا الظرف الاستثنائي ومرافقة مختلف المصالح الصحية والأمنية والحماية المدنية والسلطات المحلية بشكل تضامني لمحاصرة وباء كورونا والحيلولة دون تعشيه، بنشر الوعي والتنبية إلى مختلف المخاطر"

تبعاً لقرار مشترك بين وزارتي الاتصال والشؤون الدينية والأوقاف، وُضعت تحت تصرف وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة، قائمة اسمية معتمدة تضم أئمة ومختصين في العلوم الإسلامية مخوّلين للإدلاء بالتصريحات والمشاركة في الحصص والبلاطوهات "حول كلّ ما يخصّ القضايا الدينية" في سياق تعشي وباء كورونا.

كما حدّدت وزارة الصحة قائمة من الأطباء المخوّل لهم بالمشاركة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بوباء كورونا.

إرشادات صحية عبر منصات إعلامية

طوّرت وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية في الجزائر، خطة إعلامية كجزء من الوقاية من فيروس كورونا، مباشرة بعد تفعيل نظام المراقبة والإنذار في فيفري على المستوى الوطني.

وتجسدت الخطة في بدايتها بإنشاء مركز لاستقبال المكالمات على الرقم المجاني 30-30. وتلقى المركز، بعد افتتاحه، اتصالات عديدة من المواطنين يطلبون توضيحات حول فيروس كورونا، وكيفية انتقاله والوقاية منه.

وأطلقت وزارة الصحة، بالتنسيق مع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، موقعا إلكترونيا (<http://covid19.sante.gov.dz>) للتحميس بمخاطر فيروس كورونا المستجد كوفيد-19، وشرح سبل تفادي العدوى.

وأرسلت وزارة الصحة تعليمات إلى مديري الصحة في كل الولايات من أجل تعزيز إجراءات الاتصال لصالح الجمهور العام عبر الإذاعات المحلية، وتنظيم حملات توعية حول الوباء. وشملت هذه الحملة التحسيسية أيضا توزيع الكتيبات والملصقات في الفضاءات العمومية والمؤسسات.

التوجيه الديني والفتاوي الإلكترونية

قرّرت لجنة الفتوى التابعة لوزارة الشؤون الدينية والأوقاف أن يبقى اجتماعها مفتوحا للمتابعة وإصدار فتاوى تتناسب مع تطور الوضع والتكيف معه في إطار فقه الموازنات و"فقه الوباء".

وأصدرت الوزارة فتاوى إلكترونية من خلال صفحات رسمية وبريد إلكتروني للمجالس العلمية الخاصة بكل ولاية أو مقاطعة إدارية، تجنبا لتثقل المواطنين إلى اللجان العلمية للحصول على أجوبة لانشغالاتهم وأسئلتهم.

وأكدت اللجنة الوزارية أنه “لا يجوز نقل المعلومة إلا بعد التأكد من صحة صدورها من جهة مختصة موثوقة، حرصا على عدم المساهمة في انتشار الإشاعة” التي تُسبب أضرارا منها “إثارة القلق والاضطراب والخوف بين الأمنين، والتلاعب بالصحة النفسية للمواطنين وإضعاف الثقة بالنفس، والتشكيك في جهود ومقدّرات الأمة والتأثير في منظومة القيم والأخلاق، وغير ذلك من الآثار التي تسبب الفتنة في المجتمع”.

وسائل التواصل الاجتماعي: مقارنة تفاعلية-تكاملية في الأزمة

تشهد شبكات التواصل الاجتماعي نشاطا غير مسبوق، لا سيما خلال فترات العزل الصحي المنزلي. وفي علاقتها التفاعلية مع الجائحة، فإنّ هذه الوسائط تأثرت بالأزمة وأثرت فيها، بمعنى آخر أصبح السوشال ميديا شاهداً على الأزمة أو جزء منها.

فقد انتشرت الشائعات والأخبار الكاذبة أكثر في زمن كورونا. وبموازاة التفاعل السلبي الذي يسعى إلى توظيف الأزمة للترويع، هناك تفاعل إيجابي يحاول التعايش مع الأزمة؛ حيث برز الدور الفعّال للمدوّنين والمؤثرين في فضاءات التواصل المفتوح على مستوى معركة الوعي والتحسيس بخطر وباء كورونا. إذ توشّحت بروفائلات صفحات فيسبوك وتويتر وإنستغرام، بشعار “أقعد في دارك”. كما ظهر فنانون ورياضيون في فيديوهات على اليوتوب يدعون إلى احترام إجراءات الوقاية.

وعبر هذه المواقع، نُظمت حملات تضامنية لجمع التبرعات ودعم المجهود الوطني في مكافحة وباء كورونا؛ فبعض هذه المبادرات كان مؤطر من قبل فعاليات المجتمع المدني، وبعضها الآخر كان عفويا من منطلق حس وطني صادق. (بوعشة، 2020)

4. خاتمة:

خلقت جائحة كورونا مناخاً يعرض كل الحريات والمظاهر الديمقراطية للخطر بسبب إجراءات الطوارئ والتشدد التي فرضها واقع السيطرة على انتشار الفيروس في أكثر من 100 بلد حول العالم.

مع هذا الاحتباس الفكري والعزلة التي فرضها المرض على الناس، باتت الأخبار الكاذبة **Fake News** في العديد من بلدان العالم العربي تتسرب بشكل مخيف لتتشرجوا من الهلع والخوف من المرض أو لتخلط الحقائق حول جائحة كورونا.

بل إن مروجي الأخبار الكاذبة يحاولون استغلال الانشغال الإعلامي الدولي بوباء كوفيد19 لنشر الأوهام وبث رسائل مغرضة تضع المتلقي العربي في تيه جديد.

وعليه يمكننا اختتام هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات الهامة لمواجهة الأزمة

الصحية العالمية والتصدي للتهويل أو التهوين:

1. تزويد الجماهير بالحقائق عن الوباء كوفيد19 للحد من انتشار الشائعات والأخبار

الكاذبة حول الأزمة والحقائق الواضحة تعمل على تنوير أفراد المجتمع، مما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح عن طريق الإقناع بالمعلومات والحقائق القائمة على الدقة والوضوح.

2. المساعدة على تنشيط الكيانات المحلية لمواجهة الأزمة الصحية، والحث على تقديم

المساعدات الضرورية وفق الاحتياجات.

3. تتبع الخطة الإعلامية الأسلوب العقلي الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات

الصحيحة والموثقة عن الحالة الصحية، والأسلوب النقدي الذي يقوم على أساس محاولة إشراك الجمهور المتلقي والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهيري، وربط المعالجة

بمصالح واهتمامات الجماهير.

4. عدم التوقف فجأة عن الاهتمام بالأزمة الصحية بترك الجمهور يعاني من فراغ اعلامي، بل العمل الجاد على الكشف عن الضحايا، وبث التوجيهات والتعليمات للمواطنين المعنيين وتحديد مراكز الإغاثة والإيواء، وبعث الأمل في النفوس على اجتياز الأزمة والتقليل من آثار الكارثة.

5. ضرورة التركيز في مرحلة ما بعد الأزمة الصحية وانتهاء الوباء على استخلاص العبر والدروس والنتائج بتقديم رؤية معمقة للأزمة، إذ ان هذا من شأنه أن يساهم في ترسيخ التأثير وتدعيم الاتجاهات التي أوجدها لدى الجمهور .

5. قائمة المراجع:

1. خضور اديب. (11-13 افريل 2005). خصائص الإعلام الأمني وانعكاساتها على تحرير المواد الإعلامية الأمنية. الندوة العلمية للإعلام والأمن، (صفحة 70). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الخرطوم.
2. منصور تحسين. (جانفي - جوان، 1995). العلاقات العامة ومعالجة الأزمات في المنظمات الإدارية. المجلة التونسية لعلوم الاتصال (27)، 118، 119.
3. السيد بهنسي حسن. (أكتوبر - ديسمبر ، 2000). مدى اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام المصرية أثناء الأزمات، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (04)، 23.
4. مكايي حسن عماد. (2009). الاعلام ومعالجة الازمات (الإصدار ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
5. الشعلان حمد. (1999). إدارة الأزمات، الأسس، المراحل، الآليات (الإصدار ط1). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
6. بوعشة زين العابدين. (22 جويلية، 2020). كورونا في الجزائر: الإعلام في إدارة الأزمة.. بعيدا عن التهويل والتهوين. الجزائر. تاريخ الاسترداد 8 سبتمبر، 2021، من <https://www.entv.dz>
7. كريمان فريد. (أكتوبر - ديسمبر ، 1999). تقييم كفاءة الاتصالات في إدارة الأزمة - دراسة حالة الشركة العربية للأجهزة الإلكترونية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام (06)، 261.

8. محمد الشافعي محمد. (2001). *استراتيجية إدارة الأزمات والكوارث*. القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب للنشر.

9. يوسف محمود. (26 أكتوبر, 1999). احتياجات الصحفيين من مسؤولي العلاقات العامة عند حدوث الأزمة. *مجلة كلية الآداب*، 94، 96.

10. صلاح الدين منى. (1998). *إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء* (الإصدار 1). القاهرة: البيان للطباعة والنشر.

11. MOSS, D. (1990). *Public relations in practice à case study* (éd. 1sted). London.

12. ROBERT, B. (1997, juin). Medias et situations de crise. *les cahiers du journalisme*(n° 03), 70 – 77.

13. TALPIN, G. G. (2003). *Communication de crise, préface de Michèle Alliot – Marie* . (éd. édition preventique)