



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2023/02/15

تاريخ القبول: 2023/06/15

الإعلام والأزمات السياسية

*Media and Political Crises*جعفر محمد¹

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

¹ جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)، djaaffer.djm@gmail.com

الملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام أثناء التغطية الإعلامية للأزمات السياسية، وذلك انطلاقاً من بيان العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي، والتعرف على طبيعة الأزمات السياسية وخصائصها والمراحل التي تمر بها ونماذجها المختلفة، إضافة إلى بيان ماهية إعلام الأزمات والاستراتيجيات التي تلجأ إليها وسائل الإعلام في تلك التغطية.

وبينت الدراسة أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية من خلال ما تقوم به من تسليط الضوء على جوانب هكذا أزمات، وإن كانت هذه الأخيرة ترتبط أكثر بأبعاد أخرى ثقيلة من مثل السياسي والاجتماعي والحضاري. وكشفت أيضاً عن وجود عدة نماذج لتفسير العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي، كما بينت الدراسة وجود ثمان استراتيجيات تلجأ إليها وسائل الإعلام أثناء معالجة الأزمات السياسية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، إعلام الأزمات، الأزمة، الأزمة السياسية، المعالجة الإعلامية.

ABSTRACT

The study aims to investigate the role of the media during its coverage of political crises, from explaining the relationship between the media system and the political system, to identifying the nature of political crises, their characteristics, stages and different models, and clarifying what crisis media is and the key strategies that the mass media use to cover these crises.

The study demonstrated the importance of the media in times of political crises by trying to shed light on aspects of such crises, which are more linked to other heavy dimensions such as politics, society and civilization. It also revealed several models to explain the relationship between the political system and the media system, and eight key strategies of political crises coverage.

Keywords: Media, Crises Media, Crisis, Political Crisis, Media Coverage.

1. مقدمة:

لقد أثارت إشكالية العلاقة بين الإعلام والأزمات جدلاً واسعاً في أوساط الباحثين المهتمين بدراسة تأثير الوسائل الإعلامية والاتصال السياسي، إذ هناك من يعتبر أن الإعلام عامة متغير تابع وأداة يتم الاستعانة بها في إدارة الأزمة، فهو " يتحدث عن الأزمة، وقد يكون له بعض التدخل في طريقة تناولها، ولكنه ليس بصانعها، إذ أن الأزمة تحكمها متغيرات ثقيلة مثل العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدولية والحضارية، أي أن الإعلام ليس الواقع ولكن تعبير عنه". (عزي، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، 2011، صفحة 78). في حين يرى آخرون أن وسائل الإعلام تمارس دوراً فاعلاً في إدارة الأزمات المختلفة، بل إنهم ذهبوا إلى التأكيد على مقولة "والتر ليبمان" التي ترى أن وسائل الإعلام هي التي تشكل الصور الذهنية عن العالم الخارجي لدى الجماهير، وتمارس أدواراً حيوية في أوقات الأزمات من خلال مساهمتها في إضفاء الشرعية على المواقف والتصرفات المختلفة لأطراف الأزمة.

وتعد الأزمات السياسية من أكثر أنواع الأزمات شيوعاً وخطورة، إذ لا يمكن إهمالها أو تجاهلها أو تأجيل معالجتها وتأخيرها، كونها وثيقة الصلة بحياة الأفراد والمجتمعات والنظام السياسي، وأن استمرارها يؤدي إلى نتائج تهدد الكيان السياسي للدولة وتزعزع استقراره الاقتصادي والاجتماعي والأمني.

وتشكل وسائل الإعلام أحد الركائز الأساسية في إدارة الأزمات السياسية، إذ تعتبر الصورة الإعلامية التي تنقلها، خاصة القنوات التلفزيونية، أداة مهمة في جذب المتلقي إليها لقدرة على الإقناع والتأثير في نقل الأحداث والتغطية المباشرة للأزمة، محاولة الوقوف على أسبابها ونتائجها وتداعياتها على قوة العلاقات ومستوى التفاهم بين أطراف الأزمة والتأثير في صناعة القرار السياسي بشأن الأزمة وصياغة الواقع وفق تصورات تلك الوسائل، ونحو ذلك.

انطلاقاً من هذه المعطيات، تبرز أهمية دراسة ما تقوم به وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية، وهو ما تحاول الدراسة تناوله من خلال تسليط الضوء على إشكالية العلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات السياسية. وقد تم تفرع هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- ما طبيعة الأزمات السياسية؟
- ما العلاقة الموجودة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي؟
- ما دور وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية؟
- ما أهم الاستراتيجيات التي تلجأ إليها وسائل الإعلام أثناء معالجة الأزمات السياسية؟

وتسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على الأزمات السياسية وخصائصها والمراحل المختلفة التي تمر بها
- التعرف على طبيعة العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي
- التعرف على دور الإعلام أثناء الأزمات السياسية
- التعرف على أهم الاستراتيجيات التي تستخدمها الوسائل الإعلامية في معالجة الأزمات السياسية.

2. الأزمات السياسية:

تعتبر الأزمات السياسية حالات لا تستطيع فيها حكومة أو سلطة سياسية ما أن تحكم وفقا للقواعد والمعايير المعمول بها في البلد، وذلك لعوامل داخلية كالفساد أو الحرب الأهلية أو الانقلابات أو حتى الصراع على السلطة بين الأحزاب السياسية المتنافسة، أو عوامل خارجية كالتدخلات العسكرية والصدمات الاقتصادية، الخ.

إن دراسة الأزمات السياسية ضرورية لفهم أسباب حدوثها وآثارها وكيفية الاستجابة لها، وتساعد أيضا على توقع الأزمات المحتملة في المستقبل والاستعداد لها، الأمر الذي يمكن من إدارة هذه الأزمات وحلها على نحو أفضل، وبناء أنظمة حكم أكثر فعالية وعدالة ومجتمع أكثر استقرارا وأمانا.

1.2 تعريف الأزمات السياسية:

لا يوجد تعريف واحد للأزمة، بل توجد تعريفات عدة باختلاف العلوم والمتخصصين، ويحمل هذا المفهوم دلالات مختلفة في كل من الاستخدام اليومي والأدبيات الأكاديمية. يستتبع ذلك بعض الصعوبة في إيجاد تعريف للأزمة بسبب كثرة العناصر التي تميز هذا المفهوم. وسنكتفي فقط بتقديم تعريف الأزمة من وجهة نظر العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال لارتباط ذلك بموضوع الدراسة. فعلم السياسة يعتبر الأزمة "حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي تستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله، فتحول المشكلة إلى أزمة تتطلب تجديدات حكومية ومؤسسية إذا كانت النخبة لا تريد التضحية بمركزها وإذا كان المجتمع يريد البقاء" (السيد، 2002، صفحة 13). وتشير الأزمة من المنظور الإعلامي إلى "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلمي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين. والأزمة عبارة عن حادث خطير يؤثر، على سبيل المثال، في أمن الناس والبيئة ويؤدي إلى تهديد سمعة المنظمة كلما اتسع انتشاره" (حسن، الإعلام ومواجهة الأزمات، 2005، صفحة 49)

أما الأزمة السياسية فتعد مفهوما غامضا، فهي عادة لا تصنف ضمن أنماط الأزمات الشائعة في علوم الاتصال، كما أشارت إلى ذلك دراسات (كومبس Coombs، 2012؛ كومبس و هولاداي Holladay & Coombs، 1996؛ أولمر وآخرون Ulmer, Sellnow & Seeger، 2003)، كما بينت بعض الأبحاث، مثل تلك التي أجراها باركر وهورسلي Barker & Horsley، 2002، أولسون وليندهولم Olsson & Lindholm، 2011، كار وبرات Carr & Pratt، 2012، روب وشولتز Raupp & Schultz، 2010، سالوت وشلدون Sallot & Sheldon، 2008، أن المناقشة الشاملة

حول الأزمة التنظيمية يواجهها نقاش نادر حول الأزمة السياسية أو الفاعلين السياسيين في الأزمة. وليس من المستغرب أن يكون هناك عدد قليل جدا من التعريفات للأزمة السياسية (Rosenthal, 2009, Mishra & Dalei)، Charles، & Hart' (1989). (Andreas, Matthew, & Claudia, 2016, p. 119).

ويمكن سرد بعض التعاريف للأزمة السياسية فيما يأتي:

- "حالة يرى فيها كيان سياسي political entity تهديدا أعلى من المعتاد لأحد أو أكثر من قيمه الأساسية ووقتا محدودا للاستجابة الناجم عن التغير السلوكي لكيان آخر، ويتسم هذا بالتفاعل التخريبي disruptive interaction بين الكيانات المتعارضة (Andreas, Matthew, & Claudia, 2016, p. 123).

- "الأزمة التي تهدف إلى السلطة وتوجهاتها واختباراتها السياسية، أو نتيجة فشلها في اتباع سياسات معينة كأسلوب القمع وغياب قنوات التعبير الديمقراطي، مما يفقدها شرعيتها وضعفها ويشجع أعمال العنف الفردي أو الجماعي المنظم الذي يهدد الأمن الداخلي للدولة." (نواف، 2009، صفحة 32)

- "موقف فيه صراع أو تضارب في الأهداف أو المصالح، مما يؤدي إلى حالة من الصدام السياسي أو العسكري." (إسماعيل، 2005، صفحة 36)

- "حدوث تغيير في البيئة الخارجية أو الداخلية يوحي لسلطة صنع القرار بوجود تهديد لمنظومة القيم الأساسية للمجتمع، وأن هذا التهديد قد يصحبه أو يترتب عليه الدخول في مواجهة عسكرية، وأنه يلزم الرد على هذا التهديد في وقت محدد." (الدليمي، 2012، الصفحات 93-89)

- "موقف سياسي يستدعي اتخاذ القرار لمواجهة التحدي، والاستجابة الروتينية تكون غير كافية للأمر الذي يتطلب تجديدات حكومية إذا كانت الحكومة لا تريد التضحية بمركزها. (عبوي، 2008، صفحة 19)

إن الأزمة السياسية تمثل مرحلة خطيرة في تطور الوضع السياسي للدولة، يمكن أن تؤدي إلى إضرابات أو مظاهرات أو حركات اجتماعية أو أعمال شغب، أو إلى أمر أكثر خطورة وهو التمرد أو الحرب. إذ تعتبر البيئة السياسية من أكثر البيئات تأثيرا في خلق الأزمات وإدارتها، وتتعلق هذه البيئة أساسا بالحقوق السياسية للمواطن، وطرق الانتخاب وأساليبه، وطرق مباشرة الحقوق السياسية، الخ، ومدى تطبيق الديمقراطية أو الديكتاتورية في الدولة. (هويدي، 1993، الصفحات 13-23). وقد تشكل هذه البيئة أرضية مواتية لنشوء التطرف. وبالتالي، ستكتسب الأحزاب السياسية ثقة السكان من خلال تعيين كبش فداء (يمكن أن يكون هؤلاء أشخاصا أو مجموعات أو أيديولوجيات)، ومن خلال اتخاذ إجراءات قتل الحرية المقدمة على أنها حيوية للدفاع عن أنفسهم من خطر قد يمثله هؤلاء الأشخاص أو المجموعات والإيديولوجيات.

ويجب التمييز بين الأزمة المؤسساتية *crise institutionnelle* التي يمكن أن تؤدي إلى شكل جديد من النظام السياسي (تغيير الدستور) وأزمة النظام *crise de régime* التي يمكن أن تؤدي إلى تغيير الحكومة. (Wikipedia, 2023). كما تنقسم الأزمة على الصعيد السياسي إلى أزميتين: الأولى داخلية، وهي حدث مفاجئ يهدد حالة الأمن والمصلحة القومية للدولة ومؤسساتها، ويتم مواجهته في ظروف صعبة من حيث (ضيق الوقت والتوقع، ومن الممكن الإمكانيات والموارد)، والثانية خارجية (دولية)، وهي عادة أزمة بين دولتين أو أكثر، ينتج عنها صراعات شديدة، قد لا تصل إلى درجة الحرب الفعلية ولكن تكمن في داخلها حالة نشوب حرب. (عبد الغفار، 2017، الصفحات 21-42)

2.2 خصائص الأزمات السياسية:

يركز الباحثون عند تعريفهم للأزمة على الخصائص التي تفصل الأزمات عن المواقف الأخرى. فنجد شارلز هيرمان Charles F. Hermann قد حدد ثلاث خصائص تفصل بين الأزمات والمواقف غير السارة الأخرى: (Martin, 2019, p. 5)

- التهديد: يهدد القيم ذات الأولوية القصوى للمؤسسة
 - المفاجأة: غير متوقع أو غير متوقع
 - قصر وقت استجابة: يمثل وقتاً محدوداً للرد
- ويمكن أن تبدأ المفاجأة بحدث معروف، مثل الاحتجاجات السياسية التي تتصاعد إلى مستوى الأزمة بشكل غير متوقع. وتعرف المفاجأة بأنها التناقض بين المطلوب أو المتوقع والدولة الفعلية، واحتمال الخسارة أيضاً، والتفكير في مواجهة فجأة ظرف غير متوقع وغير مألوف.

وفي شرحه لهذه الخصائص، يذكر ليربنجر Lerbinger ثلاث خصائص للأزمة:

- المفاجأة
 - عدم اليقين
 - ضغط الوقت
- فعندما تحدث أزمة، يبدو أنها تنشأ فجأة، على الرغم من أن العلامات السابقة موجودة دائماً تقريباً. ففي الأزمات مثل الهجمات الإرهابية منطلق المفاجأة، بينما تتراكم بعض الأزمات مع مرور الوقت. وعندما تتراكم الأزمات تدريجياً فإنها غالباً ما تصدر إشارات تحذير. ويدور عدم اليقين حول أسئلة السبب واللوم والاستجابة والإدراك العام والقرار والعواقب. وتؤدي فجائية الأزمة وعدم اليقين المحيط بها إلى تفاقم عملية صنع القرار الصعبة بالفعل مع الحاجة الملحة لاتخاذ القرارات بسرعة. ويخلق ضغط الوقت تحديات هائلة حيث يجب اتخاذ القرارات تحت الضغط. (Martin, 2019, p. 6)

ومن خلال التعريفات التي قدمت حول الأزمات السياسية، يمكن إجمال أهم خصائصها في الآتي:

- المفاجئة: تمثل الأزمة السياسية نقطة تحول مفاجئة في العلاقات بين الفاعلين السياسيين في الدولة أو خارجها.
 - التهديد: تحدد الأزمة السياسية المصالح العليا والأمن القومي للدولة.
 - ضيق الوقت: يكون الوقت المتاح لمواجهة الأزمة محدود وقصير في ظل شح المعلومات أو انعدامها.
 - المخاطرة: تفرض الأزمة السياسية على صانع القرار ضرورة اتخاذ قرارات حاسمة ومصيرية لمواجهة الأحداث.
- لكن بالرغم من كون المفاجأة هي أحد خصائص الأزمة إلا أن هذا لا ينفي وجود بعض المؤشرات التي تحفزها والدلالات التي تتنبأ بقرب حدوثها، كتعارض الأهداف والمصالح بين الدول، والنزاعات حول الحدود، والتدخل في الشؤون الداخلية للدول، والصراعات الطائفية، وقد تنشأ نتيجة لعوامل نفسية تتعلق بسوء الفهم وسوء الإدراك وسوء التقدير والتقييم من قبل صانع القرار.

3.2 مراحل تطور الأزمات السياسية:

تتسم الأزمات السياسية بالديناميكية والنمو التدريجي، حيث تمر بمراحل في تطورها:

- المرحلة الأولى (ميلاد الأزمة): في هذه المرحلة يبدأ صانع القرار يحس بخطر ما يلوح في الأفق، ولا بد عليه التعامل معه ودرته قبل تفاقمه وانتقاله للمرحلة التالية.
- المرحلة الثانية (نمو الأزمة واتساعها): هنا تبدأ الأزمة في النمو والانتساع مستمدة قوتها من محفزات داخلية وخارجية نتيجة عدم قدرة صانع القرار على السيطرة عليها في المرحلة الأولى.
- المرحلة الثالثة (نضج الأزمة): تعد هذه المرحلة الأخطر من عمر الأزمة، حيث تصل الأزمة إلى أقصى قوتها وعمقها، مما يصعب السيطرة عليها، وفي كثير من الأحيان تقف الأزمات عند هذه المرحلة لأسباب داخلية أو إقليمية أو دولية.
- المرحلة الرابعة (انحسار الأزمة): تأتي هذه المرحلة نتيجة لقدرة صانع القرار على احتوائها وفق خطط مدروسة، أي بداية للانفراج.
- المرحلة الخامسة (حل الأزمة): في هذه المرحلة تنتهي الأزمة نهائياً. وانتهاء الأزمات السياسية غالباً ما يكون بإحدى الطريقتين إما بطرق سلمية يتوصل فيها الطرفان إلى حلول غير صفرية عن طريق التفاوض والمساومة، وإما بطرق عنفية في حالة تعنت الطرفين واختيارهم الحلول الصفرية. (مریم، 2023)

4.2 نموذج الأزمة السياسية:

يمكن الحديث عن أزمة سياسية في حالة: أ) عندما يكون هناك خصمان أو أكثر، وب) عندما يكون الكيان المهاجم (بفتح الجيم) جزءاً من سياسة النظام الفرعي الاجتماعي social subsystem politics. وتشير كولدريا أور Claudia Auer إلى أن الأزمة السياسية، من منظور يركز على الفاعل actor-centered perspective، مثلها مثل كل الأزمات الأخرى، هي أزمة إدراكية تم بناؤها تواصلها ومعرفياً. وبعبارة أخرى، فإن الأزمة

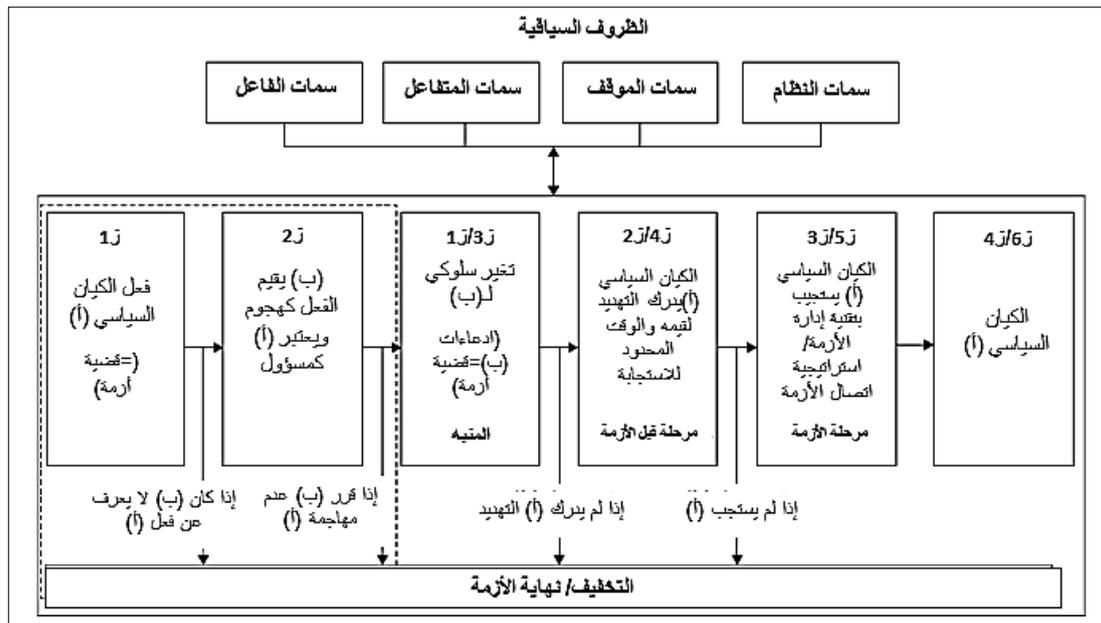
السياسية تأتي إلى حيز الوجود إذا كان الكيان السياسي (أ) يرى تهديدا أعلى من المعتاد لواحد أو أكثر من قيمه ووقتنا محدودا للرد لأن كيانا آخر (ب) يغير سلوكه. هذا التغيير السلوكي هو الدافع وراء الأزمة السياسية سواء كان مقصودا من قبل (ب) أم لا. ومع ذلك، يجب أن يكون التغيير بارزا بدرجة كافية تسمح ل(أ) بتصور التهديد لقيمه. وقد يغير (ب) سلوكه، لأنه يرى الفرصة لتحقيق أهدافه عن طريق إثارة أزمة أو لأنه قرر استباق خصمه. ويمكن أن يسبق التغيير السلوكي ل(ب) شيء قام به أو لم يفعله (أ) والذي اعتبره (ب) على أنه هجومي (على سبيل المثال، يكتشف الصحفي أن السياسي استخدم الضرائب لأغراض خاصة). بالإضافة إلى ذلك، إذا اعتبر (ب) أن (أ) مسؤول عن الفعل (بما في ذلك عدم النشاط inactivity)، فقد يقرر (ب) إشعال الأزمة. إذن فعل (أ) هو قضية الأزمة، أي موضوع الخلاف بين خصوم الأزمة. وتجدر الإشارة إلى أن (ب) يمكن أن يكون كيانا غير سياسي (على سبيل المثال وسائل الإعلام)، وأن (أ) و(ب) يمكن أن يشيرا إلى كيان أو عدة كيانات. (Andreas, Matthew, & Claudia, 2016, p. 123)

ويتم تجنب الأزمة السياسية في الحالات التالية: 1) عندما لا يعرف (ب) فعل (أ)، أو 2) عندما يرى (ب) فعل (أ) على أنه هجومي ويعتبره مسؤولا، ولكنه يقرر عدم مهاجمة (أ)، أو 3) عندما لا يرى (أ) تهديدا أكبر لقيمه من هجوم (ب).

إن ظهور الأزمة السياسية ومسارها يتأثر بعدة عوامل يمكن تجميعها في جهات فاعلة actor (مثل تاريخ الأزمة، والسمعة، والعمر، والنظام السياسي)، والظروف situational (على سبيل المثال، نوع التدخل trigger، والقضية أو القضايا، وعدد الجهات الفاعلة، وتقنيات إدارة الأزمات)، والمتفاعلون interactor (على سبيل المثال، إعداد الصراع، والموارد، ونوع العلاقة-بما في ذلك الثقة)، وسمات النظام system attributes (على سبيل المثال، هيكل النظام الدولي). وفي المقابل، تؤثر الأزمة على هذه المتغيرات، على سبيل المثال على سمعة الفاعل أو العلاقة بين الجهات الفاعلة في الأزمة. (Andreas, Matthew, & Claudia, 2016, p. 123)

الشكل التالي يوضح مختلف هذه المراحل والعوامل المؤثرة والمتأثرة في الأزمات السياسية:

الشكل 1: نموذج الأزمة السياسية



المصدر: (Andreas, Matthew, & Claudia, 2016, p. 124)

3. إعلام الأزمات:

تتضح أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمات من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيلها، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة. ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على طبيعة الأزمة، ونوعيتها، وحجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد، والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني، ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيسي في تفاعلات الأزمة إيجاباً وسلباً.

1.3 تعريف إعلام الأزمات:

يعد إعلام الأزمات أحد المجالات البحثية التي نالت اهتمام الباحثين والمتخصصين الإعلاميين في الجامعات ومراكز البحث الأوروبية والأمريكية منذ أكثر من خمس عقود من الزمن، وتبلورت مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية. إلا إن الدراسات العربية في مجال علاقة الإعلام بالأزمات السياسية والأحداث الأمنية لم تظهر بشكل ملحوظ إلا بعد عقد الثمانينات من القرن الماضي. وحتى بعد ظهور هذا النوع من الدراسات الإعلامية المتخصصة فإن ما هو موجود منها إنما يمثل بدايات تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة من ناحية، والربط بين مجالها النظرية والتطبيقية من ناحية أخرى. كما أن ما هو موجود في الواقع إنما هو امتداد طبيعي لما هو سائد من نظريات ونماذج التأثير الإعلامي التي سبقت هذا النوع من الدراسات المتخصصة. (ظمياء، 2012، صفحة 154).

إن المصطلح الشائع والمعروف بإعلام الأزمات كما يرى الباحث محسن الإفرنجي يراد به تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها واحتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت، مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور بالقدر الكافي مع مراعاة وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات المتعددة، بحيث لا تسبب ذعراً وهلعاً وردوداً سلبية لدى المواطنين. ويعتبر عبد الرزاق مُجّد الدليمي أن المقصود بإعلام الأزمات حالة استثنائية تعيشها المؤسسات الإعلامية استجابة لأزمة سياسية أو أمنية في المجتمع، تنشط فيها برامج التغطية الإعلامية وترتفع فيها نسبة اعتماد الجمهور على الوسيلة الإعلامية. (تقية، 2017، صفحة 312)

ويرى الباحثون في المجال أن إعلام الأزمات يمارس مهمة مزدوجة: إخبارية تستهدف تغطية الأزمة ومتابعة تطوراتها المختلفة والتعريف بنتائجها بهدف صياغة وعي داخل الدولة، يشمل الرأي العام والمؤسسات والأجهزة التنفيذية المختصة، بهدف تفعيل هذه الجهات للتصدي للأزمة بقوة وتطبيقها، ومهمة توجيهية تسعى إلى تأمين الدعم اللازم من الدول والقوى المعنية بالأزمة والمهتمة بها، والإعلام الجيد القادر على إثارة اهتمام جميع الجهات السابقة وغيرها، لتزويدهم المستمر بالأخبار والحقائق والمعلومات والبيانات اللازمة عن الأزمة وتطورها وتداعياتها المختلفة.

وتتمثل أحد منطلقات إعلام الأزمات في وجود استراتيجية إعلامية واضحة المعالم، تعتمد على التخطيط الإعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية لتوحيد الخطاب الإعلامي وإنتاج رسائل إعلامية واتصالية متوافقة في إطارها العام، من أجل التصدي لأي شائعات تجدد في هذه الأزمة تربة خصبة لانتشارها. (تقية، 2017، صفحة 313)

2.3 الإعلام وإدارة الأزمات:

إن إدارة الأزمة يتطلب فهما دقيقا لتحديد الخطوات، ودراسة ردود الأفعال والنتائج التي تترتب على اتخاذ قرار ما، كما أن الحفاظ على المصالح الوطنية يتطلب عدم دراستها من منظور أحادي، وإنما يجب دراسة ما تمثله هذه المصالح من حيوية وأهمية للطرف الآخر في الأزمة، وبحث الإجراءات التي يمكن أن يقوم بها للحفاظ على مصالحه، ووضع بدائل لكل احتمالات التصعيد بما فيها احتمال السيناريو الأسوأ، حتى لا يمكن استدراج الدولة إلى وضع لم تكن مستعدة له.

وقد تعددت تعريفات إدارة الأزمة، وإن كان المعنى العام لمجمل هذه التعريفات واحد، وهو كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة، وتجنب سلباتها والاستفادة من إيجابياتها. فلكل باحث تعريف مختلف في مفرداته ولكن متفق في معناه. وعليه فمفهوم إدارة الأزمة يشير إلى كيفية التغلب على الأزمة باستخدام الأسلوب الإداري العلمي من أجل تلافي سلباتها ما أمكن وتعظيم الإيجابيات. (سعاد، 2016، الصفحات 70-71)

وهناك ثلاث استراتيجيات لإدارة الأزمات: التسيير القبلي أو الاستباقي والآني والبعدي.

- **التسيير القبلي للأزمة:** يركز على أخذ كل الاحتياطات الضرورية للحيلولة دون حدوثها. ويكون ذلك من خلال التوقع القائم على أسس علمية عبر متابعة كل عمليات التسيير اليومية، ومن خلال بعض الملاحظات نسجل بوادر المشاكل اليومية، فنرشح أي مشكل يومي يمكن أن يتحول إلى أزمة في المستقبل البعيد أو البعيد.

- **التسيير الآني للأزمة:** يركز على تسيير الأزمة في زمن وقوعها، واتخاذ الإجراءات الإدارية والقرارات المناسبة للحد منها وتجاوزها.

- **التسيير البعدي للأزمة:** يعني أخذ جملة من القرارات والاحتياطات التقنية والإدارية من أجل تجاوز آثارها ومخلفاتها، وجملة من القرارات والاحتياطات للحيلولة دون تكرارها في المستقبل. (ناصر، 2017، الصفحات 27-28)

ويشير الباحثون إلى أن استخدام الإعلام في إدارة الأزمات يكون من جانبين:

- **إيجابي:** من خلال استخدام الحملات الإعلامية المكثفة للقضاء على الأزمة، أو التوجيه الصحيح لمعالجتها.

- **سلب:** وذلك عندما تلجأ وسائل الإعلام إلى طريق التعقيم الإعلامي القائم على التجاهل التام للأخبار والمعلومات، وعدم إعلام الجمهور بما بغرض عدم تكوين انطباع عنها، الأمر الذي يؤدي إلى انهيار الثقة بين وسائل الجمهور والمشاهدين. ويتم هذا التجاهل على صورتين:

تجاهل وتعظيم إعلامي كلي، حيث يتم عزل الجمهور عن أحداث الأزمة عزلا تاما وتجهيلهم بشكل تام عنها وعن تطورها، وبالتالي لا يستطيع أي أحد منهم تكوين رأي أو انطباع عنها، ومن ثم لا يحدث سلوك إيجابي بشأنها، وتجاهل وتعظيم إعلامي جزئي، أين يتم الاهتمام بأطراف وتجاهل أطراف أخرى، وصياغة الأخبار عنهم بشكل معين، مع التعظيم والتمويه والتجاهل للطرف الآخر، ويطلق على ذلك التشويه الإعلامي، حيث يتم صياغة الأحداث وإعادة ترتيب الوقائع التي تصاغ أخبارها بالشكل والمضمون الذي يعمل على تأكيد وجهة نظر معينة بذاتها، ونفي وجهات النظر الأخرى، وإثارة الشكوك حول مصداقيتها وحقيقتها. (محسن، 2003، صفحة 227)

يستتبع ذلك، أنه من الأمور المهمة التي تفقد ثقة الجمهور بوسائل الإعلام تناولها لقضايا المجتمع المهمة بطريقة سطحية وغير مسؤولة، وعدم تطرقها للمشاكل الحقيقية الناجمة عن تلك القضايا، فذلك يؤدي إلى ضياع الحقيقة، وعدم الاستقرار وغياب الجدية وانتشار الأوهام والشائعات. كما أن الفشل في الاتصال المؤثر بالجمهور المستهدف يزيد من تفاقم أزمة الثقة بينه وبين وسائله الإعلامية، ويزيد من تأثيراتها السلبية. لذلك يجب بسرعة نشر المعلومات الدقيقة والموضوعية التي تخص الأزمات السياسية عبر وسائل الإعلام، للقضاء على انتشار الشائعات التي قد تحدث في هذا الوقت، حتى لا تؤثر على الجمهور، وعدم التعظيم الإعلامي على الأخبار والمعلومات والحقائق وزيادة درجة الشفافية، وبالتالي تنمية الشعور بالثقة بين الجمهور والإعلام لمنع حدوث أي فجوة أو خلل. (سعد، 2010، صفحة 48)

3.3 دور الإعلام في أوقات الأزمات السياسية:

يعتبر الإعلام عامة في علاقته بالأزمة السياسية متغير تابع، فهو يتحدث عن الأزمة، وقد يكون له بعض التدخل في طريقة تناولها، ولكنه ليس بصانعها، إذ أن الأزمة تحكمها متغيرات ثقيلة مثل العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدولية والحضارية، أي أن الإعلام ليس الواقع ولكن تعبير عنه. (عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2011، صفحة 78)

ويلعب الإعلام دورا مهما في تفاعلات الأزمة السياسية سلبا وإيجابا، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وتوسع البث الفضائي، لدرجة أن الساسة ومتخذي القرار أصبحوا يعتمدون على هذه الوسائل الإعلامية في تقييم الأوضاع وصياغة المواقف والتحركات، مثلما حدث في الفترة السابقة مع القنوات والمحطات الفضائية أثناء ثورة الاحتجاجات في الوطن العربي، وأثرت في تشكيل القرارات واتخاذها حسبما تبثه وتنقله هذه القنوات تعبيرا عن مجريات الأحداث في الشارع العربي.

وقد طرح بك Beck مجموعة من الأفكار تقود إلى تقديم تفسير نظري إلى حد ما للدور الذي تمارسه وسائل الإعلام باعتبارها مواقع قيادية في الأزمات:

- دورها البارز في مجال التشكيل الاجتماعي للأزمة Social Construction
- دورها البارز كساحة للصراع والتنافس بين الأفكار والإيديولوجيات المختلفة التي تقف وراء إثارة الأزمات أو إخمائها في مجتمع من المجتمعات.

- دورها البارز كساحة للنقد المجتمعي لكل من تصوير هذه الأزمات وصورة المجتمع باعتباره مجتمع خطر أو متأزم (Cottle, 1998, p. 7) Risk Society

ويعتمد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في حالات الأزمات السياسية على الدور الذي تلعبه في المواقف العادية، هل تعتبر نفسها زعيما للمجتمع؟ كمصلح؟ كمحفز للتغيير؟ أو مجرد ناقل للأخبار والآراء؟ هل القائم بالاتصال مستقل أم أنه يتأثر ببعض الضغوط والقوى الداخلية والخارجية؟

إن الأزمات السياسية تؤثر على نوع المعلومات التي يطلبها الناس، فبدلاً من البحث عن معلومات سلبية، كالمعتاد في الظروف العادية، يلجأ الناس إلى وسائل الإعلام بحثاً عما يسميه علماء الأعصاب "إشارات السلامة" أي السعي للتأكد بعدم وقوع مكروه. فالناس يتوجهون إلى وسائل الإعلام حين الأزمات إما لمعرفة الأخبار وإما لتفسيرها. (ميلفين و ساندرا، 1993، الصفحات 414-415). يستتبع ذلك، إن وسائل الإعلام 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، وكحلقة اتصال بين الجماهير وصانعي القرار السياسي والقائمين على إدارة الأزمة. (حسن، الإعلام ومواجهة الأزمات، 2005، الصفحات 147-148)

ويرى عزي عبد الرحمن إن وسائل الإعلام عامة بعيدة عن الدور المنوط عادة بالمؤسسات الاجتماعية القائمة على نشر القيمة وتثبيتها بالقول والفعل في أوساط أفراد المجتمع وبالأخص الجيل الناشئ. فهذه الأخيرة تقوم ومن حيث لا تدري بتنشئة "معاكسة" تقوم على "تعويد" آليات الإدراك على ما يبعد الفرد عن طبعه المائل إلى الموجب. فالفرد يولد على فطرته ووسائل الإعلام في هذه الحالة تقوم بإبعاده قسراً عن القيمة. وهكذا تنشأ الخلايا الذهنية لدى الفرد بدون استطلاعات عصبية تذكره أو توجهه إلى ممارسة القيمة فتحل محلها تشعبات عصبية أخرى، يكتسبها إما من هذه الوسائل أو من الواقع "المشوه"، فتحيد به عن القيمة فيصبح "مبرمجاً" إلى حد ما من أجل الابتعاد عن القيمة والدخول في جملة من الانحرافات التي تنهكه وتنهك مجتمعه ويختار الخبراء في أمرها إلا من اهتدى إلى العلم فهده الله إلى القيمة. (عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، صفحة 212)

4.3 أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية:

يعتبر الخطاب الإعلامي من أهم الموارد الثقافية للحصول على المعلومات وفهم القضايا. فعند حدوث أزمة ما، تعمل وسائل الإعلام الجماهيرية كحلقة وصل هامة بين الناس والمنطقة المتأثرة، وذلك من خلال توفير أساس لفهم مشترك للحدث وتعزيز استجابة الجمهور. وبهذه الطريقة، تخلق وسائل الإعلام صورة ذهنية وفهما للأزمة للجمهور الذي يعتمد على معلومات التقارير الإعلامية كمصدر للواقع. فالتعرض المستمر للتلفزيون، على سبيل المثال، يؤدي إلى اعتماد وجهة نظره للواقع الاجتماعي في نهاية المطاف فوق أي نظرة أخرى للعالم الخارجي، ويمكن أن تؤدي الجرعات الثقيلة من التعرض لوسائل الإعلام المثيرة إلى تصورات مبالغ فيها عن حوادث كاذبة في العالم الحقيقي. (Havidán, William, & Joseph, 2018, pp. 24-25)

وتكون وسائل الإعلام أثناء الأزمات السياسية بالنسبة للجماهير أشبه بطوق النجاة الذي يمسكون به، ليتمكنوا من مزامنة الأحداث، ويكونوا على دراية أولاً بأول بما يحدث حولهم، ولذلك لا بد من توفر بعض الأمور التي يحتاجها المجتمع في هذه الأثناء:

- مصداقية الأزمة، فلا تضخيم ولا تصغير ولا تعميم
- العمل على تحقيق التآلف الاجتماعي ومنع التفكك الأسري
- إعلام الجماهير عن الأزمة فور وقوعها
- استمرارية دور الإعلام في تطورات الأحداث خلال جميع مراحل الأزمة
- توفير المعلومات الفنية عن الأزمة وتقديم الرأي الآخر خلال إعلام النخبة العلمية
- تعريف العالم الخارجي باحتياجات المجتمع المتعرض للأزمة والدعاية لدى المجتمع الخارجي بغرض تحقيق المشاركة المنشودة.

وتزداد أهمية وسائل الإعلام كلما ازداد الإحساس بالتوتر، حيث تهتم وسائل الاتصال والإعلام بعرض ومناقشة ما يتطلبه الناس من أخبار أو منتجات إعلامية تساعد على تخفيف حدة التوتر في أوقات الأزمات. (منال، 2007، صفحة 50). كما أكد الباحثون أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الإعلام وزادت درجة الاتفاق بين أولويات اهتماماته وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام.

وتعكس 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. (حسن، 2005، صفحة 146). إلا أن هذه المعلومات في مثل هكذا أوقات تواجه جملة من التحديات، منها:

- الإفراط في المعلومات أو العكس من ذلك أي نقص المعلومات
- العديد من الجهات الفاعلة والوكالات المتنوعة التي تعمل على زيادة كمية المعلومات المنتجة
- تكامل وتنسيق المعلومات من قبل هؤلاء الفاعلين والوكالات
- ربط القنوات الرسمية وغير الرسمية لخلق ونشر المعلومات
- تغير الحاجة إلى المعلومات information needs في المراحل المختلفة للأزمة
- عدم اليقين في المعلومات
- مصادر المعلومات الجديدة بالثقة
- المعلومات المتضاربة
- الحصول على المعلومات "الصحيحة" للشخص "المناسب" في الوقت "المناسب". (Christine, 2012, pp.

كما تبرز أهمية وسائل الإعلام في اتخاذ القرار السياسي عند الأزمات لفهم الواقع السياسي، وذلك عندما " تقوم وسائل الاتصال بتغذية عملية صنع القرار بتيار مستمر من المعلومات، تمثل المدخلات الأساسية للعملية، وذلك عن طريق توجيه الاهتمام بشكل انتقائي إلى جوانب معينة عن البيئة، وهي بذلك تشير وترشح وتبني مدخلات عملية صنع القرار، وهنا تجدر الإشارة إلى دور وسائل الاتصال الجماهيري في بناء أجندة المجتمع، أي أولويات الاهتمامات السائدة لدى أفراد المجتمع، وكذلك أجندة صانعي القرار، أي أولويات اهتمامات صانعي القرار، وكذلك في خلق دينامية صنع القرار، إذ توفر وسائل الاتصال المعلومات القابلة للاستخدام داخل عناصر وأطراف صنع القرار، وهي تسمح بذلك بإحكام دائرة المعلومات داخل الحكومة، كما أنها تيسر مهام صانعي القرار الخاصة بجمع المعلومات وتشغيلها. (بسيوني، 1993، الصفحات 128-129)

4. الإعلام والأزمات السياسية:

أشرنا في جزء سابق من الدراسة إلى أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية، إلا أن الأهم إدراك أن هذه الوسائل تمارس دوراً أكبر عند تحويل هذه الأزمة إلى فرصة تنهض بالفرد والمجتمع انطلاقاً من مرجعيته التاريخية والقيمية والحضارية، على اعتبار أنها إما أن تكون ذات تأثير إيجابي في المجتمعات التي تعصف بها الأزمات السياسية، مما يخفف من حدتها ويقلل من نتائجها الضارة، أو تكون ذات تأثير سلبي، الأمر الذي يعقد الأزمات ويفاقمها وقد ينتج عنها في هذه الحالة أزمات جانبية أخرى يكون لها تأثير سلبي على كافة الصعد الحياتية.

1.4 العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي:

توصف العلاقة بين النظامين الإعلامي والسياسي بأنها علاقة تأثير متبادل، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفق طبيعة العلاقة بينهما، ووفق شكل النظام السياسي ودرجة الديمقراطية التي يتمتع بها، ودرجة الحرية السياسية التي يتمتع بها الإعلام في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات وآراء وسائل الإعلام تجاه القضايا، وتجاه الأداء الحكومي لتلك القضايا. (عادل، 2009، صفحة 116)

فالنظام السياسي يعتمد على مصادر وسائل الإعلام للحفاظ على ذاته والولاء للدولة من خلال عمليات تكوين الرأي العام، وتعبئة المواطنين لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل الاستعداد للحرب والتصويت الانتخابي وغيرها، والسيادة السياسية والسيطرة على الصراعات الداخلية، بالإضافة إلى زيادة وتدعيم الشعور بالمواطنة، وتثبيت القيم والمعايير، في الوقت الذي تعتمد فيه وسائل الإعلام على النظم السياسية في الحصول على المعلومات الرسمية وغير الرسمية، لمواكبة الأحداث ونشرها، والحصول على تصريحات رسمية خاصة، واكتساب الحماية التشريعية والتنفيذية، وتحقيق عائد من الإعلانات السياسية والحكومية أثناء الانتخابات، أو عند نشر قوانين وتعميمات حكومية. (حسن و ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 2012، صفحة 319)

إن العلاقة بين العملية الإعلامية والعملية السياسية علاقة وثيقة ومهمة، متوافقة ومختلفة، يتأثر ويؤثر كلا النظامين في الآخر. ولعل تحليل تلك العلاقة يطرح النماذج التفسيرية التالية:

- **نموذج علاقة العداء:** ويمثل هذا النموذج حالة العداء والخصومة بين النظامين، حيث إن الإعلاميين يرون أنهم لا يمكن أن يعيشوا تحت سيطرة السياسيين، وبالتالي يراقبونهم حتى لا يسيئوا استخدام السلطة، ومن هنا تبدأ عملية الخصومة.
- **نموذج التبادل الاجتماعي:** وهذا النموذج يصور العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين على أنها علاقة اجتماعية تسعى إلى خدمة أهداف كل من النظامين.
- **نموذج الاعتماد والتكيف:** في هذا النموذج، يقدم النظامان في إطاره مضمونا معتمدا على التعاون والعلاقة المتبادلة رغم اختلاف الأهداف بينهما.
- **نموذج العلاقة ذات الأبعاد الثلاثة:** وهو نموذج جاكسون، بيك وكروس: وهذا النموذج يصور العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين والجمهور، ويرى أن الإعلاميين هم أكثر تحمرا في هذه العلاقة لأن لجمهور والسياسيين يعتمدون على وسائل الاتصال للاحتفاظ بقوتهم. (الزهراني، 2015، الصفحات 48-49)
- بناء على ما سبق، يتبين أن العلاقة بين النظام السياسي السائد ووسائل الإعلام تتعدد وتتنوع، من علاقة تعاون واعتماد متبادل، إلى تحول هذه العلاقة التبادلية إلى صراع عند الأزمات، حيث يسعى النظام السياسي لفرض الرقابة وسرية المعلومات، في حين تقوم وسائل الإعلام بدور حارس البوابة الأمين على قضايا المجتمع، ومع ذلك لا يستطيع كل منهما أن يعيش ويحقق أهدافه دون الاعتماد على الآخر.

2.4 المعالجة الإعلامية للأزمات السياسية:

يتوقف التعامل إعلاميا مع الأزمة على طبيعة الأزمة، ونوعيتها، وحجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد، والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني، ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيس في تفاعلات الأزمة إيجابا وسلبا، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي للدرجة التي جعلت الساسة ومتخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام في تقييم الأوضاع الراهنة وصياغة المواقف والتحركات (حسن، 2005، صفحة 147)

يرى أديب حضور أن ثمة نوعان من المعالجة الإعلامية للأزمة: (أديب، 1999، الصفحات 72-73)

المعالجة المثيرة: التي تستخدم تغطية تميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة السياسية 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 والتثقيفية. فوسائل الإعلام في هذا النوع من المعالجة تنحرف إلى المبالغة والتهويل في وصف الأحداث أو السياق الذي ترد فيه، والانتقائية للقضايا والموضوعات والمواقف تبعا لمصلحة القوى الفاعلة في الأزمة السياسية، والوقوع أحيانا في فخ التشخيص الإعلامي، الذي يركي نمطا معيناً في تعامله مع الأحداث، والتركيز على الشخوص والزعامات، دون التركيز على الحدث، أو الوقوع في فخ التبعية الإعلامية سواء السياسية في الداخل، أو للقوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات على المستوى الدولي.

المعالجة المتكاملة: وهي المعالجة التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة السياسية (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق، الخ). وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة، التي تحترم موضوعها ومتلقيها. وتستخدم من أجل تحقيق ذلك أحد الأسلوبين التاليين: النمط العقلي، الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة، والنمط النقدي، ويقوم على أساس تقديم المعلومات مع محاولة إشراك الجمهور المتلقي. والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح واهتمامات الجماهير.

وتهدف المعالجة المتكاملة إلى تكوين موقف متكامل ووعي عميق بالأزمة السياسية من خلال المعرفة العلمية السليمة لمعطيات الأزمة. ولذلك يحاول هذا النوع من المعالجة إعطاء صورة كاملة تتسم بالوضوح والاتساق والشمول لمختلف جوانب الأزمة، وتقديم تاريخ وسياق الأزمة، وكذلك تقديم آفاق تطورها. وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور، والاعتماد على كوادرات إعلامية مهمة ومعروفة، والتركيز على الأبعاد المحلية للأزمة. كما تحاول هذه التغطية تجنب المخاطر التالية: أحادية النظرة إلى الأزمة، والاقتصار على التغطية الجزئية، والاهتمام بالأبعاد الخارجية وإهمال المحلية والعكس.

كما تواجه المعالجة المتكاملة جملة من الصعوبات: صعوبات عامة، تتمثل في عدم وضوح الأزمة، وانعدام وقلة المصادر المؤقتة والدائمة والمتجددة، والدور السلبي لوسائل المعرفة (الوكالات، الإذاعات، المصادر الرسمية)، وغياب التنسيق بين الأطراف المعنية بالأزمة، وصعوبات مهنية إعلامية، أبرزها نوعية وطبيعة السياسة الإعلامية المحددة من جانب دوائر صنع القرار، والمستوى العلمي والمهني للإعلاميين والصحفيين المشاركين في التغطية، وتخلف الأداء المهني للإعلاميين وخضوعهم للبيروقراطية الإعلامية.

ومن المشكلات التي تواجه صناعة الأخبار في فترات الأزمات السياسية التهديدات والمخاطر المرتبطة بها، بالإضافة إلى عنصري الزمن والمفاجأة، مما يرفع من درجة توتر الجمهور ونهمه للحصول على الأخبار، ولذلك يضغط على وسائل الإعلام لتكثيف جهودها، مما ينتج عنه العديد من المشكلات والأخطاء في التغطية الإخبارية يكون نتاجها العديد من التداعيات غير المطلوبة، مثل زيادة شعور الجمهور بالخطر مما يؤدي إلى بلبلة الرأي العام.

إن معالجة وسائل الإعلام للأزمات السياسية تتبع أنماطاً معينة:

- البحث عن معلومات أساسية عن الحادث
- إيفاد المرسلين إلى مكان الحادث
- الوصول إلى مكان الحادث أو المتحدث الرسمي
- تمسح الموقف
- توقع إحاطة كاملة بمعلومات مكتوبة
- يتوقع منك الذعر
- يصبح مرتبكاً بالمعلومات الفنية
- موارد مستنفدة

- تبادل المعلومات فيما بينهم
- يتصرف باحتراف ويتوقع نفس الشيء
- توفير حشو للقصص في حالة عدم توفر معلومات موثوقة (Michael, 2014, p. 165)

كما تلجأ وسائل الإعلام لجملة من الأساليب أثناء عملية المعالجة تتمثل في:

- التطفيف الإعلامي: الذي يشير إلى انتقائية جانب أو جوانب دون أخرى في الأزمة الواحدة، تبعا لمصلحة القوى الفاعلة.
- المبالغة والتحويل: في وصف ومعالجة أحداث الأزمة.
- التشخيص الإعلامي: عن طريق التركيز على الزعامات والشخص.
- التبعية الإعلامية: سواء للسلطة السياسية في الداخل أو للنظام الدولي على وفق علامات القوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات.
- تنازع الجمهور والاستحواذ على الرأي العام: لتشكيل اتجاهاته وفقا لمصالح القوى الفاعلة في الأزمة. (مثنى، 2019، صفحة 84)

3.4 مراحل التغطية الإعلامية للأزمات السياسية:

تعتبر التغطية الإعلامية للأزمات السياسية أشبه ما تكون بسيناريو درامي يمر بمراحل ثلاث: التغطية العشوائية للأزمة، ثم التعبئة المنظمة من قبل الوسيلة الإعلامية لتغطية الأزمة، وأخيرا تأتي مرحلة التكيف الإعلامي مع واقع "ما بعد الأزمة".

مرحلة التغطية العشوائية:

المقصود بالتغطية العشوائية هو أن الجهود المبذولة لتغطية الأزمة السياسية تتناسب والبدايات الأولى لوقوعها. أي أن الوسيلة الإعلامية لم تصل بعد إلى مستوى التنسيق المتكامل والعمل المنظم لتغطيتها، كأن يكون في موقع الحدث طاقم مكلف بتقديم المعلومات الكاملة عنه على مدار الساعة. والسبب في ذلك أن الحدث أو الأزمة ما تزال في مراحلها الأولية ولم يبلغ سيناريو تسلسل الأحداث السياسية ذروته التي تستقطب كل اهتمام الوسيلة الإعلامية. بل إن اهتمام الوسيلة الإعلامية يكون مقسما على هذا الحدث وغيره من الأحداث التي تقع في أماكن أخرى من العالم. ولذلك فإن التسلسل الدرامي للحدث وتصدره لأهم الأنباء في النشرة الإخبارية يتفاوت بحسب ما يستجد من أبناء تستحق الصدارة في برامج الأخبار.

مرحلة التعبئة المنظمة:

هي المرحلة التي تستنفر فيها الوسيلة الإعلامية كل الطاقات وتبذل كل الجهود، وتسخر كل الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية، وتصل التغطية الإعلامية للأزمة السياسية إلى أعلى درجات التنسيق المنظم والعمل المتكامل الذي يرقى إلى مستوى الحدث السياسي.

مرحلة التكيف مع "واقع ما بعد الأزمة":

وهي المرحلة التي تتكيف فيها وسائل الإعلام مع المتغيرات الجديدة للأزمة السياسية، حيث تتبنى استراتيجية جديدة تناسب وما آلت إليه الأمور. فبعد أن كانت الوظيفة الأساس لوسائل الإعلام هي متابعة الإيقاع السريع لأحداث الأزمة في أوج ذروتها وغليانها، ومعاشيتها ساعة بساعة من أجل تقديم صورة حية وفورية للجماهير، نجد أن هذه الوظيفة انتقلت من مجرد "وصف" أحداث الأزمة إلى المشاركة في صياغة الواقع الجديد الذي أفرزته الأزمة، وأن تتكيف مع "واقع ما بعد الأزمة".

والاستراتيجية الجديدة للممارسة الإعلامية في هذه المرحلة تعتمد على المسؤولين والمتخصصين أكثر من اعتمادها على المرسلين الذين كانوا يتنقلون من موقع إلى آخر لوصف الأزمة في مرحلة الذروة. ولذلك تلجأ وسائل الإعلام إلى استضافة القادة المعنيين بالحدث للتعليق على القضايا والموضوعات التي أفرزتها الأزمة، والحديث عن القرارات التي ستحكم الوضع الجديد، كما تعتمد وسائل الإعلام أيضا إلى استضافة المتخصصين في الأمن والسياسة والإعلام والاجتماع للتعليق على واقع ما بعد الأزمة، والمشاركة في بلورة المفاهيم الجديدة لهذا الواقع وتقريبها للرأي العام ومساعدته على تقبلها (مُجّد، 2008، الصفحات 206-215)

4.4 استراتيجيات وسائل الإعلام في تغطية الأزمات السياسية:

تلجأ وسائل الإعلام أثناء تغطية الأزمات السياسية إلى استخدام ثمان استراتيجيات: (K. Bradley, Matt, & Ryan, 2013, pp. 602-605)

- المماثلة **piggybacking**: غالبا ما تستخدم وسائل الإعلام هذه استراتيجية في بناء أزمة جديدة مماثلة لأزمة موجودة من قبل. فوسائل الإعلام تجادل مثلا بأن جهود الحكومة غير الكافية في أعقاب الأزمة كانت مماثلة لتلك التي بذلتها في الأزمات السابقة من أجل مساعدة جمهورها على التواصل مع نطاق الكارثة.
- **إضفاء الطابع الشخصي على المشكلة Personalizing the problem**: يساعد تقديم تفاصيل شخصية عن الأزمة، مثل المعلومات حول أعداد الوفيات، على إثارة رد فعل عاطفي لدى الجمهور.
- **العواقب المروعة Horrifying consequences**: ينطوي ذلك على إقناع الجمهور بأن الأزمة السياسية مزعجة أخلاقيا، من خلال تسليط الضوء على العواقب القصوى، مثل حجم الأضرار التي لحقت بالبنية التحتية في منطقة الصدمة.

- **بناء الأشرار والضحايا Constructing villains and victims**: تحدد وسائل الإعلام من هو المسؤول (الأشرار) عن المشاكل خلال الأزمة والأبرياء المعرضين للخطر (الضحايا).
- **المؤثرات Visuals**: يتم الاستفادة من استخدام المساعدات البصرية مثل الصور أو مقاطع الفيديو لتقديم معلومات حول الأزمة؛ وعادة ما يكون لأحداث الأزمات السياسية مكونات بصرية مثيرة تساعد الصحفيين على توليد اهتمام الجمهور واهتمامه. فمثلا تقوم وسائل الإعلام باستمرار بتصنيع صور الأفراد وهم ينهبون ويفزعون لأنهم يقدمون صورا مثيرة تساعد على توليد حصة عالية من الجمهور ونسبة مشاهدة عالية.
- **الإحصاءات Statistics**: يمكن أن يبرز استخدام الإحصاءات حجم الأزمة السياسية ونطاقها. وفي كثير من الأحيان، توفر الزيادة الإحصائية-مثل تقديرات عدد الإصابات أو الإصابات-لوسائل الإعلام فرصة للإبلاغ عن الخطورة المتزايدة للمشكلة.
- **الموقع الجغرافي Geographic location**: الموقع مهم خاصة عندما يتعلق الأمر بالعلاقة بين قرب ومسافة الأزمة إلى منطقة حضرية كبيرة ومركز إعلامي. وبما أن المؤسسات الإخبارية والعمال يقعون عادة في مناطق حضرية كبيرة، فإن احتمال حصول الأزمات في هذه المناطق على تغطية إعلامية متزايدة أكبر. ولا تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى إنفاق الموارد المالية لإرسال الصحفيين إلى مكان بعيد إذا كان بإمكانها تغطية الأزمات على مقربة من عملياتها الإخبارية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الأزمات التي تحدث في المناطق الحضرية الكبيرة تميل إلى جذب انتباه عدد كبير من السكان الذين يعيشون داخل هذه المناطق.
- **اللوم Blame**: إن القدرة على تحديد شخص مسؤول أو منظمة تساعد وسائل الإعلام على تضيق تركيزها على السبب المفترض للأزمة السياسية وخلق سرد لما ينبغي القيام به لحل المشكلة. وبما أن الأزمات كثيرا ما تنطوي على قدر كبير من المواد المعقدة، فإن وسائل الإعلام كثيرا ما تختار جوانب معينة من المشكلة للإبلاغ عنها، مثلا لطرف المسؤول.
- ويستخدم الإعلاميون هذه الاستراتيجيات في إعداد التقارير لخلق استجابة عاطفية قوية لدى جمهورهم، مثل الشعور بالخوف أو الغضب أو الإحباط الذي سيساعد على تحفيز اهتمام الجمهور باتخاذ تدابير لتصحيح الأزمة.

5. خاتمة:

عاجت الدراسة إشكالية العلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات السياسية، من خلال بيان طبيعة الأزمات السياسية وخصائصها، وعرض نموذج للأزمة السياسية يوضح كيفية ظهورها ومسارها ومختلف المراحل والعوامل المؤثرة والمتأثرة فيها. كما تناولت مفهوم إعلام الأزمات وإبراز دور الإعلام وأهميته في هكذا أزمات، وتم التطرق في الأخير إلى إبراز العلاقة بين الإعلام والأزمات السياسية، بدء من عرض نماذج تفسيرية للعلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي، إلى المعالجة الإعلامية للأزمات السياسية، ومراحل تغطيتها، وأهم الاستراتيجيات التي تستخدمها وسائل الإعلام في القيام بذلك.

وبينت الدراسة أن من أهم خصائص الأزمات السياسية تهديد المصالح العليا والأمن القومي للدولة، كما أنها تفرض على صانع القرار ضرورة اتخاذ قرارات حاسمة ومصيرية لمواجهة الأزمة السياسية. وكشفت أيضا عن وجود عدة نماذج لتفسير العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي، وأن طبيعة العلاقة تتعدد وتتنوع، من علاقة تعاون واعتماد متبادل، إلى تحول هذه العلاقة إلى صراع عند الأزمات. كما بينت الدراسة وجود ثمان استراتيجيات يمكن أن تلجأ إليها وسائل الإعلام أثناء معالجة الأزمات السياسية، منها استراتيجية إضفاء الطابع الشخصي على المشكلة، واستراتيجية العواقب المروعة، واستراتيجية بناء الأشرار والضحايا، واستراتيجية اللوم.

كما أوضحت الدراسة الدور الهام لوسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية نظرا لقدرة على اجتذاب الجمهور والاستحواذ عليه، من خلال برامجها السياسية والرسائل الكثيفة التي تعرضها للمتلقي. كما بينت أن تنافس الوسائل الإعلامية في تقديم الواقع السياسي المتأزم، لتحقيق سبق الإخباري وتزويد المشاهدين بأحدث وآخر التطورات وزيادة حجم البث المخصص له، أدى إلى اختلاف في المعالجة الإعلامية للأزمة السياسية وتباين في الأدوار، فمنها ما يتحول إلى وسائط لنشر معلومات مضللة وإثارة الفتنة والتهويل وخلق المزيد من الانقسامات داخل المجتمع، إضافة إلى التلاعب بالرأي العام وخلق بيئة من الخوف وانعدام الثقة. في حين تستهدف وسائل أخرى تنوير وتوعية الجمهور بالأزمة السياسية، من خلال لغة الحوار والنقاش والتفاهم وإطفاء نار الحقد والكراهية بين أطراف الأزمة السياسية، الأمر الذي يساعدهم في اتخاذ قرارات أكثر استنارة حول كيفية الاستجابة للأزمة السياسية.

وتوصي الدراسة الباحثين والدارسين في مجال الإعلام بضرورة الاهتمام بإعلام الأزمات، من جهة باعتباره أحد التخصصات الحديثة في حقل علوم الإعلام والاتصال، وهو ما يمكن من مقارنة الظاهرة الإعلامية والاتصالية من منظور مختلف لما هو مطروح، ومن جهة أخرى بسبب أن علمنا اليوم يوصف بعصر الأزمات في شتى المجالات والمظاهر الحياتية. كما تدعو الدراسة الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية بضرورة التحلي بروح المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية فيما يقدمونه للجمهور المتلقي، خاصة في أوقات الأزمات السياسية وما ينتج عنها من زيادة درجة التعرض، وذلك تماشيا مع الدور المنوط بها من الانشغال بمصلحة المجتمع وتوجيهه نحو أهدافه وتطلعاته، وما يحققه من خدمة البلاد والعباد.

6. قائمة المراجع:

المؤلفات:

1. أديب، خضور، (1999)، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
2. إسماعيل، عبد الفتاح عبد الكافي، (2005)، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية.
3. الدليمي، عبد الرزاق، (2012)، الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
4. السيد، عليوة، (2002)، إدارة الأزمات والكوارث، مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، دار الأمين، القاهرة.

5. بسبوني، إبراهيم حمادة، (1993) ، وسائل الإعلام وعملية صنع القرار في الوطن العربي، مستقبل الوحدة العربية، بيروت.
6. حسن، عماد مكاوي، (2005) ، الإعلام ومواجهة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة.
7. حسن، عماد مكاوي، وليلى، حسين السيد، (2012) ،الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية المعاصرة، القاهرة.
8. سعاد، العقون، (2016) ، مدخل لإدارة الأزمات، مركز الدراسات والبحوث حول الجزائر والعالم، الجزائر.
9. سعد، آل سعود، (2010) ، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
10. عادل، عبد الغفار، (2009) ، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
11. عبوي، زيد منير، (2008) ، إدارة الأزمات، دار كنوز المعرفة، عمان.
12. عزي، عبد الرحمن، (2011) ، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام ، الدار المتوسطية للنشر، تونس.
13. عزي ، عبد الرحمن، (2009) ، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطية للنشر، تونس.
14. محسن، أحمد الخضيرى، (2003) ، إدارة الأزمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
15. مجد، بن سعود البشر، (2008) ، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض.
16. منال، أسماء، (2007) ، أساسيات علم الاجتماع، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، القاهرة.
17. ملفين ديفلير، وساندرا، بول روكيتش، (1993) ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة عبد الرؤوف، كمال، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
18. ناصر، قاسمي، (2017) ، مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
19. نواف، قطيش، (2009) ، إدارة الأزمات ، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان.
20. Andreas, S., Matthew, W. Seeger., & Claudia, Auer, (2016), *The Handbook of International Crisis Communication Research*, Wiley Blackwell, New York.
21. Christine, Hagar,(2012), *Crisis Information Management*, Chandos Publishing, Oxford.
22. Havidán , Rodriguez., William, Donner., & Joseph, E. Trainor, (2018), *Handbook of Disaster Research* ,Springer, Germany.
23. K. Bradley, P., Matt, S., & Ryan, H,(2013), *Encyclopedia of Crisis Management*, Sage, USA.
24. Martin, N. Ndlela,(2019), *Crisis Communication, a Stakeholder Approach*, Palgrave, London.
25. Michael, J. Fagel,(2014), *Crisis Management and Emergency Planning*, CRC Press, USA.

الأطروحات:

26. تقيية، فرحي، (2017)، الصحافة والأزمات، تعامل الصحافة المكتوبة الجزائرية مع الأزمات الأمنية، أزمتا تقننورين وغرداية أنموذجا- دراسة تحليلية مقارنة للصحف اليومية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ، الجزائر.

المقالات:

27. الزهراني، أحمد قران، (2015) ، السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي،مجلة المستقبل العربي، بيروت، 37، 434،43-53.
28. ظمياء، حسين غضيب، (2012)، التغطية الصحفية للأزمات، مجلة الباحث الإعلامي، بغداد، 17، 4، 154-164.
29. عبد الغفار، عفيفي الدويك، (2017)، الاتجاهات الحديثة في إدارة الازمات الدولية، الشرق الأوسط نموذجا، المجلة الدولية لأبحاث الأزمات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 1، 21-42.
30. مثنى، محمد فيحان الغانمي، (2019)، دور المعالجة الإعلامية للأزمات المحلية في الفضائيات العراقية ببناء أجندة الجمهور- دراسة مسحية على جمهور مركز مدينة بغداد، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية ، العراق، 18، 35-2، 78-101.
31. هويدي، حامد أمين، (1993) ، فن إدارة الأزمات العربية في ظل النظام العالمي الحالي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، 16، 172، 13-23.
32. Cottle, S. U, (1998), Risk Society and the Media: a Catastrophic View?, *European Journal of Communication*, 13,1, 5-32.

مواقع الانترنت:

33. مريم، مخلوف، (2017) ، مفهوم الأزمة الدولية ، الموسوعة السياسية-political- : <https://political-encyclopedia.org/dictionary/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%87%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%87%D9%84%D8%A9> ، (2023/01/15) ، 8%D9%84%D9%8A%D8%A9

34. Wikipedia, (2017), *Crise politique*, Retrieved from Wikipedia: https://fr.wikipedia.org/wiki/Crise_politique, (15/01/2023)