

إستراتيجيات ومحددات المعالجة الإعلامية للأزمات في ظل الإعلام الجديد

Strategies and déterminants of media coverage of crises in light of the new media

أ.د وليدة حدادي^{1*} ، د. فطيمة اعراب²،¹ جامعة سطيف-2- الجزائر.- haddadiwalida@yahoo.fr² جامعة محند أكلي أولحاج البويرة - الجزائر.- fatima19arab@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/ 11/ 22 تاريخ القبول: 2022/ 12 / 28 تاريخ النشر: 2023/ 01 / 10

ملخص:

تمر المجتمعات في الوقت الحالي بزحمة من الأزمات على اختلاف أنواعها ومستوياتها، حتى أنها أصبحت سمة من سمات المجتمع المعاصر على الرغم من التطور الحاصل في التكنولوجيات الحديثة، ما جعل منها محورا أساسيا في المضامين الإعلامية، حيث أصبحت الأزمات والكوارث وغيرها من الأحداث المثيرة مادة أساسية في وسائل الإعلام المختلفة، التي تسارع إلى تغطيتها من أجل تزويد الجمهور بكل مستجداتها، مما زاد من أهمية البعد الإعلامي لمواجهة الأزمة في مختلف مراحلها، ولأن وسائل الإعلام تتأثر بالجوانب السياسية والاقتصادية والإعلامية، فإن لها توجهات معينة في معالجتها وتغطيتها للأحداث و المواقف والشخصيات، قد تحد أو تطور من الأزمة، لذا يجب أن يكون الإعلام طرفا فاعلا في المستويات المختلفة للأزمة، من خلال تقديم المعلومات الصادقة وتفسيرها والتعليق عليها لهيئة المناخ العام للتكاتف مع الأزمة، بالاعتماد على استراتيجيات واضحة ومدروسة وحديثة، تراعي خصوصية البيئة الإعلامية الجديدة.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام؛ الأزمة؛ المعالجة الإعلامية؛ الإعلام الجديد.

Abstract:

This study aims at shedding light on the current societies that are experiencing a crisis of various types and levels, so it is difficult for us to imagine a society without crises, so that it has become a feature of contemporary society despite the development of modern technologies. The media dimension in the different stages of the crisis, and the media as secondary constructions are fully subject to their political and economic influences through the information system provided by these media to their audiences, and their ability to give certain features to the events and Attitudes and personalities from this perspective illustrated the importance of the role of the media in providing information and interpret and comment on the general climate to create the condensation with the crisis and the method of processing and media can be an active party in the various crisis levels.

Keywords:The media; the crisis; media processing; the new media.

*المؤلف المرسل: أ.د وليدة حدادي، الإيميل: haddadiwalida@yahoo.fr

1- مقدمة:

يحتل الإعلام أهمية قصوى في الوقت الحالي، فهو الذي يقوم بإخبار أفراد المجتمع بكل ما يدور حولهم من أحداث على أرض وطنهم وفي الإقليم الذي يعيشون فيه وفي كل العالم، وذلك حتى يكون الفرد قادرا على متابعة ما يدور حوله من أحداث، وعلى فهمها في الوقت نفسه، بذلك فإن الإعلام يقع على عاتقه دور تثقيف الناس، والثقافة هنا لا تعني بها الثقافة بمفهومها المتخصص، وإنما تعني جعل الفرد مدركا لكل ما يحيط به في الأوقات العادية، وفي الظروف الاستثنائية كالأزمات والكوارث وغيرها، إلا أنه توجد العديد من المشكلات التي تحد من دور الإعلام في معالجة الأزمة والحد من تأثيراتها وتداعياتها السلبية، كتمارس الإعلام لنفس الدور في كل الظروف سواء العادية أو خلال الأزمات، ومبالغة رجال الإعلام في تطبيق مبدأ حرية التعبير دون الاهتمام بتداعيات ذلك على المصلحة العامة للمجتمع، إضافة إلى عدم المحافظة على حق الجمهور في الإعلام وحقه في الوصول إلى مصدر المعلومة، مما يتطلب من العاملين في مجال إعلام الأزمات أن يكونوا مختصين، ويتمتعون بالتكامل والنظرة الشمولية في معالجة الأزمات، والتي تتأسس على التعاون والتفاعل والتكامل مع كل العلوم والتخصصات ذات العلاقة بالأزمة، وما تطرحه من تحديات اجتماعية واقتصادية ونفسية وثقافية وإعلامية، حيث أنه من النادر أن تظهر أزمة ذات بعد واحد وأثار محدودة، لذلك يجب أن تقوم عملية مواجهة ومعالجة الأزمات على تعاون ومجهودات مشتركة لفريق العمل الأزموي من تخصصات مختلفة، ومن الضروري أن يتسم هذا الفريق بدرجة عالية من التناسق والقدرة على العمل الجماعي تحت الضغوط المادية والمعنوية التي يحققها موقف الأزمة.

ولا شك أن إعلام الأزمات يعتبر من العلوم والتخصصات الضرورية والمطلوبة ضمن فريق العمل الأزموي، ولكن رغم أهمية وحيوية نشاط الإعلام وقت الأزمة، إلا أن هناك إهمالا كبيرا واستخفافا شديدا بهذا الجانب، وهناك أيضا نظرة جد سطحية لإعلام الأزمات، مما يجعل إسناد مهام ووظائف إعلام الأزمات إلى غير المختصين، أو إلى بعض رجال الإعلام الناجحين في أدائهم الإعلامي في المواقف العادية، الذين قد لا يكونون كذلك في التعامل مع الأزمات، لأن موقف الأزمة يستدعي نوعا خاصا من المعالجة الإعلامية.

إن الاستخفاف بدور وأهمية إعلام الأزمة خاصة في ظل التغيرات التي تشهدها البيئة الإعلامية الجديدة أدى أحيانا إلى ارتكاب أخطاء تسببت في تطور الأزمات والزيادة من حدتها، وعلى هذا الأساس فقد ركزت الدراسات والأبحاث- خاصة مع مطلع هذا القرن- جل اهتمامها على إبراز الدور الكبير الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في معالجة الأزمات بمختلف أنواعها، وذلك تزامنا مع الازدياد الكبير والخطير للأزمات في العالم من جهة، كأزمة الإرهاب الدولي والحروب والأزمات الطبيعية والاقتصادية والسياسية كحرب الخليج الثالثة وتفجيرات أيلول 2001، وغيرها، ومن جهة أخرى ظهور الإعلام الجديد وما أفرزه من تحديات، مما يتطلب تبني استراتيجيات حديثة ومناسبة للتعامل مع الأزمة بسرعة وكفاءة، ومن هذا المنطلق تبرز أهمية تسليط الضوء على أهمية البعد الإعلامي للأزمة وخاصة في ظل الإعلام الجديد، من خلال التعرف على مهام ومحددات دور الإعلام في معالجة الأزمات وكذا إستراتيجيات المعالجة الإعلامية للأزمات.

2- أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية المعالجة الإعلامية للأزمات في الحد من تطورها، وأثارها السلبية على الفرد والمجتمع، خاصة تلك التي تستند إلى إعلام مسؤول، يسند مهامه ووظائفه إلى المختصين، أو إلى رجال الإعلام الناجحين في أدائهم الإعلامي ليس في المواقف العادية فقط، وإنما في المواقف الطارئة أيضا، التي

تتطلب تعاملًا خاصًا مع الأزمات، لأن موقف الأزمة يستدعي نوعًا معينًا من المعالجة الإعلامية، حتى يمارس دورًا فعالًا في مواجهتها بدل زيادة تأجيج الأوضاع وتعقيدها أكثر خاصة في ظل الإعلام الجديد.

3- تحديد المفاهيم الأساسية في البحث

1.3 مفهوم المعالجة الإعلامية:

تتعدد المفاهيم التي تشترك مع مفهوم المعالجة في تناول الحدث الإعلامي، فهناك من يطبق عليها اسم المعالجة الإعلامية، أو التغطية الصحفية أو التناول الإعلامي. وقد جاء تعريف التغطية الصحفية (La couverture médiatique) في قاموس "Le Dicom" على أنها "عمل يقوم به الصحفي لضمان تغطية فعل من الواقع عن طريق جمع ونشر المعلومات" (Westphalien, 1992, P: 22). كما تعرف بأنها التعرض لجوانب مختلفة للحدث (الأسباب، السياق، التطورات، مواقف الأطراف المعنية، والآفاق)، وتسم المعالجة الإعلامية بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة التي تحترم موضوعها ومتلقيها (شليبي، 1989، ص: 33).

وتستخدم لتحقيق ذلك أحد الأسلوبين الآتيين (خضور، 1999، ص: 54):

- النمط العقلي: وهو الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة.
- النمط النقدي: وهو الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات ومحاولة إشراك المتلقي.

2.3 مفهوم الأزمة:

الأزمة هي مجموعة الأحداث والظروف المفاجئة التي تنطوي على تهديد واضح للوضع الراهن المستقر بطبيعة الأشياء ويؤثر هذا التهديد على المصالح العليا للكيانات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة (حسين، 2001، ص: 22).

3.3 مفهوم إعلام الأزمات:

هو مجموع العمليات الإعلامية التي تتوصل بها مختلف الوسائل الإعلامية قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمات لتغطية الأحداث ومواكبتها ويتم تأثير إعلام الأزمات من خلال جانبين (الخضري، ص: 122):

- جانب إيجابي، ويكون هذا عن طريق استخدام الحملات الإعلامية المكثفة ونقل قدر معتبر من المعلومات والأخبار إلى جمهور الأزمة.
- جانب سلبي، ويكون ذلك عن طريق التعتيم الإعلامي من هلال التجاهل التام للأخبار والمعلومات، وعدم إعلام جمهور الأزمة بها، ويتم تجاهل المعلومات من خلال صورتين هما: تجاهل وتعتيم إعلامي كلي، وذلك بعزل جمهور الأزمة أو المهتمين بها عن أحداثها وتطوراتها عزلاً تاماً وتجهيلهم بشكل تام عنها، ومن ثم لا يحدث أي سلوك بشأنها، أو من خلال تجاهل وتعتيم إعلامي جزئي، حيث يتم الاهتمام فقط بأحد أطراف الأزمة وتجاهل الطرف الآخر أو التركيز على هذا الطرف وصياغة الأخبار بشكل معين، مع التعميم والتمويه والتجاهل للطرف الآخر.

4- خصائص الأزمات وأنواعها:

قد حدد الباحث بمركز الدراسات الإستراتيجية بواشنطن "روبرت نورث" مجموعة من الاعتبارات، التي يمكن من خلال توافرها أن نطلق على الحدث لفظ أزمة، هي (حسين، 2001، ص: 22):

- أن تكون الأزمة ذات أبعاد مركبة ومتداخلة (سياسية، اقتصادية، واجتماعية).
- أن يتجاوز تأثيرها حدود مركزها.
- أن تحتوي على نتائج ذات آثار حالية وأخرى مستقبلية.

- لذلك يجب أن تتوافر على عدد من الخصائص، أهمها (عليوة، 2002، ص:14):
- التعقيد والتشابك والتداخل في عناصرها، وأسبابها، وقوى المصالح المؤيدة أو المعارضة لها.
 - وجود مجموعة من القوى ذات الاتجاهات الضاغطة على الكيان الإداري وامتداد القرار فيه لإملاء إرادتها سواء في شكل ضغوط نفسية، أو مادية، أو اجتماعية، أو إنسانية، وتشكل تيارا من الضغط الرهيب عليه.
 - المفاجأة... واستحواذها على بؤرة الاهتمام لدى المؤسسات والأفراد، كما أن مصدرها يمثل نقطة تحول أساسية في أحداث متشابكة ومتسارعة، إضافة إلى أنها تسبب في بدايتها صدمة، ودرجة عالية من التوتر، مما يضعف إمكانيات الفعل المؤثر والسريع لمواجهتها.
 - أن تخرج متطلبات معالجة الأزمة عن طريق الوسائل العادية والمعتادة في مواجهة المشكلات والمواقف الحرجة الأخرى، وتحتاج المعالجة إلى استخدام وسائل غير عادية، بل والاستعانة بقوى خارجية أحيانا من أجل المساعدة في حل الأزمة.
 - أن تصاعدها المفاجئ يؤدي إلى درجات عالية من الشك في البدائل المطروح لمعالجة الأحداث المتسارعة نظرا لأن ذلك يتم تحت ضغط نفسي عال وفي ظل ندرة المعلومات أو نقصها.
 - أمام حالة انعدام التوازن، وفقدان القدرة على الرؤية يصبح متخذ القرار عرضة الاستهواء بعد فشل محاولاته الدفاعية الذاتية، واختراق قوى الأزمة السهل لدفاعاته وتحصيناته واحتياجها لها، ويصبح سيطرة الآخرين المتخصصين منهم وغير المتخصصين، مما يوجد حالة ارتباك مع تعدد القرارات وتخبطها عشوائيا.
 - بما أن الأزمة تمثل تهديدا لحياة الإنسان وممتلكاته ومقومات بيئته فإن مواجهتها تعد واجبا مصيريا.
 - الأزمة تساعد على ظهور أعراض سلوكية خطيرة مرضية، كالقلق، والحيرة، والتوتر، وفقدان العلاقات الاجتماعية، وشيوع اللامبالاة، وعدم الانتماء، وهذا في جانبه السلبي، أما في الجانب الإيجابي فقد تؤدي إلى شيوع التخريب والتدمير والإتلاف لموجودات المادية المتواجدة في الكيان الإداري.
 - إن مواجهة الأزمات تستوجب درجة عالية من التحكم في الطاقات والإمكانيات وحسن توظيفها في إطار مناخ تنظيمي يتسم بدرجة عالية من الاتصالات الفعالة التي تؤمن التنسيق والفهم الموحد بين الأطراف ذات العلاقة (العماري، 1993، ص:19).
- وتصنف الأزمات إلى (صادق، 2007، ص:89):
- 1-4- الأزمات الإدارية: وتنتج من وقوع المنشأة تحت ضغوط حادة، وفقدان الإدارة في المنشآت لقدرتها على اتخاذ قرارات صحيحة، وانتشار الشائعات والمبالغات، داخل المنشأة، فضلا عن تضارب قرارات الإدارة وتعارضها.
- 2-4- الأزمات الاجتماعية: مثل أزمة القيم، وأزمة العدالة الاجتماعية، وأزمة الهوية الوطنية، وأزمة التجانس القومي... وتحدث الأزمات الاجتماعية غالبا نتيجة اختلال نظام القيد والتقاليد وانهيار آليات تسوية الصراعات الاجتماعية، مما يؤدي إلى شعور طبقات أو فئات اجتماعية معينة داخل المجتمع بالاغتراب في ظل الأوضاع الراهنة لمجتمعها.
- 3-4- الأزمات النفسية: مثل أزمة الهوية، وأزمة المراهقة، وأزمة الزواج، وأزمة الطلاق، وأزمة الخروج على المعاش، وهذه الأزمات نتيجة الشعور بالإحباط والاكتئاب وعدم الثقة بالنفس.

4-4- الأزمات السياسية: مثل أزمة المشاركة السياسية، وأزمة العلاقة بين الحكومة وأحزاب المعارضة وأزمة الشرعية... وتشير الأزمة من الناحية السياسية إلى حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله، ولكن الاستجابة الروتينية المؤسسة لهذه التحديات تكون غير كافية، فتحول المشكلة إلى أزمة تتطلب تجديدات حكومية ومؤسسية إذا كانت النخبة لا تريد التضحية بمركزها، وإذا كان المجتمع يريد البقاء.

4-5- الأزمات الاقتصادية: مثل أزمة الطاقة، وأزمة التصدير، وأزمة الركود التضخمي، وأزمة عجز الموازنة، والأزمات الاقتصادية تعبر عن الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية، مما يهدد سلامة الأداء المعتاد لها.

4-6- الأزمات الأمنية: مثل الاعتداء على إحدى الشخصيات المهمة أو الحاكمة، خطف الطائرات، تفجير إحدى وسائل النقل والمواصلات، التهديدات التي تواجه الدول، وقد يختلف التهديد وتتعدد مصادره واتجاهاته من دولة إلى أخرى، وفقا لاعتبارات كثيرة منها الموقع الجغرافي والأهداف والمصالح والإمكانات والمعتقدات الإيديولوجية والسياسية، والدور الذي تلعبه الدولة في دائرة الصراع الدولي.

5- أهمية البعد الإعلامي للأزمة:

يحتل البعد الإعلامي مكانة مهمة في أدبيات دراسة الأزمات، حيث يعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات معالجة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي، للأسباب الآتية (صادق، 2007، ص ص: 18-19):

- أهمية الدور الوسيط الذي تقوم به وسائل الإعلام خاصة بما يتعلق بإنجاز المهام التالية: "تقديم المعلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي وتخفيف التوتر والقلق.
- تجذب الأزمة اهتمام وسائل الإعلام، ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، الذي يصبح أكثر تعرضا واستخداما لها، وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام.
- أن الإعلام أداة من أدوات الأزمة، حيث تشير الدراسات العلمية الحديثة التي تعرضت للدور الإعلامي في معالجة الأزمات، أن هذا الدور اتضح أكثر فيما يتعلق بالأزمات ذات الطبيعة السياسية والعسكرية، بينما كان دوره أقل في الأزمات الصناعية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، ويرجع ذلك إلى ما تتسم به الأزمات السياسية والعسكرية من سرعة تطور الأزمة، وشمولها لأطراف مختلفة، واختلاف الرؤى اتجاهها، واختلاف مصالح الأطراف المتصارعة فيها، مما يستدعي استثمار كافة الأدوات والوسائل لتحقيق أهداف ومصالح طرف ضد الطرف الآخر، وهو ما يزيد من أهمية البعد الإعلامي في هذه الأزمات، حيث يأتي الإعلام كإحدى أدوات الصراع في المراحل المختلفة للأزمة، أما فيما يتعلق بالأزمات الأخرى (الاقتصادية، الصناعية، الطبيعية)، فإن دور الإعلام يختلف بحيث لا يكون الإعلام هو العنصر المحرك للأزمة، بقدر ما يكون وسيلة لنقل المعلومات والبيانات عن المنشأة أو المنظمة، ويمثل أحد أركان مفهوم "اتصالات الأزمة" لتوضيح الحقائق أو إعادة الصورة الإيجابية عن المنظمة، أو لتوعية الجمهور بإتباع سلوك معين اتجاه الأزمة، ولاسيما فيما يتعلق بالكوارث والأزمات الطبيعية.

6- مراحل تناول الإعلام للأزمات:

إن تناول الإعلام للأزمات يجب أن يمر بثلاث مراحل، بحيث يلعب الإعلام دورا محددًا في كل مرحلة من هذه المراحل، كالآتي (صادق، 2007، ص:22):

1-6- مرحلة نشر المعلومات: في بداية الأزمة ليوالكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة، واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها، وآثارها، وأبعادها.

2-6- مرحلة تفسير المعلومات: وتقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة، والبحث في جذورها وأسبابها، ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة، وذلك عن طريق استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية أو من تحليلات وآراء للخبراء، وكذلك لموقف المسؤولين وصانعي القرار اتجاه الأزمة.

3-6- المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي، هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية، وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

7- مقومات فعالية الإعلام الأزموي:

إن التأثير المتبادل بين الإعلام والأزمة، يجعل الدور الوسيط لوسائل الإعلام في معالجة الأزمات مهما جدا، خاصة فيما يتعلق بتقديم المعلومات الخاصة بالأزمة، والتخفيف من حدة توترها، ويرتبط ذلك بتوافر مجموعة من المقومات والأسس، هي:

- متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهاتها والتطورات الحاصلة للأزمة، ويتم ذلك عن طريق نقل المعلومات إلى جمهور الأزمة بأمانة وسرعة ومصداقية، وإحاطتهم بما يحدث فعلا عن الأزمة (الخصري، ص:122).
- التوجيه وإثارة اهتمام المهتمين بالأزمة وتزويدهم بالأخبار والحقائق والمعلومات والبيانات التي يتم إعدادها بشكل معين بمحتوى ومضمون معين.
- أن يكون إعلام الأزمة مبنيا على الحقائق، وأن يكون دقيقا في نقلها حتى تكون له مصداقية لدى جمهور الأزمة (العربي، 1995).
- أن يكون انعكاسا لمجتمع الأزمة، بحيث يعبر عن طموحات الأفراد وآمالهم، ويحقق بذلك عناصر المصداقية والانجذاب إليه بشكل كامل.
- أن يكون الإعلام موجها لمجتمع الأزمة، بحيث يتحول كل فرد فيه من مجرد متلقي للرسالة الإعلامية إلى متفاعل معها ومتجاوب مع عناصرها، ومحققا لأهدافها من خلال القيام بسلوك معين، فضلا عن إحداث وحده في الفكر العام للمجتمع، وتناسق فكري بين قياداته وأفراده.
- صياغة خاصة للغة التخاطب الإعلامي مع جمهور الأزمة الداخلي والخارجي، وبالشكل الذي يسيطر على معالم واتجاهات التفكير لدى هذا الجمهور ويدفعه للتأييد أو معارضة مجموعة من الأفكار الخاصة بالأزمة وفقا لما هو مستهدف (الخصري، ص:246).

ولذلك فإن وسائل الإعلام في أوقات الأزمات تضطلع بمسؤولية مزدوجة، فهي في جانب من عملها تسعى لتحقيق أهداف الأمن الوطني، وفي الجانب الآخر تسعى هذه الوسائل إلى تأكيد الحرص على الحريات المدنية، حيث تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيق التوافق بين الأهداف الإستراتيجية والأهداف السياسية بما يضمن تحقيق التوافق بين مفهوم الأمن القومي والحفاظ على الحريات المدنية . بحيث تخدم الإستراتيجية الإعلامية

أهداف الإستراتيجية السياسية والعسكرية، بما لا يخل بحقوق الرأي العام في الحصول على المعلومات والحقائق الخاصة به (Patterson, 1987, pp: 393-395).

8- محددات المعالجة الإعلامية للأزمات وتحدياتها:

تتخذ المعالجات الإعلامية للأزمات شكلين، هما (صادق، 2007، ص:32):

1-8-المعالجة المثيرة: وتستخدم تغطية تميل إلى التهويل، والمعالجة السطحية والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور.

2-8-المعالجة المتكاملة: وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق) وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة.

إلا أن هناك إشكاليتين تتعلقان بموضوعية المعالجة الإعلامية للأزمات السياسية خاصة، هما (Gruber, 1989, pp: 311-315):

- أنه في الأوقات الأزمات السياسية تزداد الرقابة على الحكومات أو الجهات ذات العلاقة على مصادر الأخبار والمعلومات، ولذلك فإن إشكالية الوصول إلى هذه المصادر تثير قضية جدلية بين السياسيين وبين القائمين على الوسيلة الإعلامية، فبينما يرى الطرف الأول ضرورة أن تبقى المصادر تحت الرقابة، يرى الإعلاميون أن من حق الرأي العام أن يتعرف على حقيقة ما يجري.
- أنه في خصم التسابق المحموم بين مراسلي الصحف والإذاعات ومحطات التلفزيون من أجل تقديم معالجة إعلامية فورية ومتابعة الأزمة في مرحلة الذروة، نجد أن هؤلاء المراسلين يقعون من حيث يشعرون، أولاً يشعرون في شرك الدعاية السياسية لأحد الأطراف المتنازعة.
- ولذلك فإن المعالجة الإعلامية للأزمة تواجه العديد من المصاعب، أهمها:
- عدم وضوح الأزمة وانعدام وقلة المصادر المؤقتة والدائمة والمتجددة. وغياب التنسيق بين الأطراف المختلفة المعنية بالأزمة.
- نوعية وطبيعة السياسة الإعلامية المحددة من جانب دوائر صنع القرار.
- المستوى المهني والعلمي للإعلاميين والصحفيين المشاركين في التغطية الإعلامية.
- تخلف الأداء المهني للإعلاميين وخضوعهم للبيروقراطية الإعلامية (صادق، 2007، ص:33).
- وقد كشفت الدراسات العلمية التي اهتمت بالمعالجة الإعلامية للأزمات السياسية عن بعض العقبات التي تواجه المعالجة الإعلامية، مثل (خضور، 1999، ص:29):
- المصاعب الموضوعية: أبرزها طغيان المصادر السياسية على الإعلامية وانعدام أو قلة المصادر المعرفية المتعلقة بالجوانب المختلفة للأزمة وغياب التنسيق بين الأطراف المعنية بالأزمة.
- المصاعب الذاتية - إعلامية -: تتمثل في الضغوط الكثيرة المفروضة على وسائل الإعلام وعدم توازن في عرض الآراء والاتجاهات المختلفة إزاء الأزمة، وعدم القدرة على رسم الخطط وبرامج ثلاث الوسيلة والجمهور، والافتقار إلى الكادر الإعلامي يتمتع بمستوى مهني مرتفع، علاوة على سيطرة الإعلام البيروقراطي (إعلام الضجيج) خلال الأزمات.
- وفي إطار اهتمام الدراسات العلمية بتحديد دور الإعلام وفق نوعية وطبيعة الأزمة، قامت دراسات أخرى بتقديم ورصد ملامح دور الإعلام بالنسبة لمعالجة الأزمات الداخلية والخارجية في كل من الأنظمة غير التعددية، والأنظمة التعددية، وتوصلت إلى ما يأتي (هويدا، 2000، ص:58):

- أثناء الأزمات الداخلية المتعلقة بقضايا معينة ومحددة (اجتماعية، اقتصادية، سياسية، عرقية، ثقافية) نجد أن "الأنظمة التعددية" توفر قدر من الحرية لمختلف القوى الفاعلة لأن تعبر عن رأيها، وتقدم برنامجها وربما تشترك في عملية الصراع المحتدم لحل الأزمة. ومن تلك القوى وسائل الإعلام على عكس "الأنظمة غير التعددية" التي تستنفر منظومتها الإعلامية الكاملة لتقديم خطاب إعلامي متعلق بالأزمة الداخلية يعكس رؤية النظام ويجسد فهمه، ويقدم معالجة إعلامية للأزمة لا تتصف بالشمولية والعمق والموضوعية، وتستخدم خطابا إعلاميا انفعاليا ودفاعيا رسميا .
- أثناء الأزمات الخارجية نجد في الأنظمة "التعددية" اختلاف المواقف بين وسائل الإعلام حول الأزمة الخارجية، يعكس في حقيقة جوهره اختلاف مواقع القوى المحلية وتناقض مصالحها، مما يعكس مناخا ليبراليا ديمقراطيا وحرية إعلامية. وتقف وسائل الإعلام وراء النظام السائد في الدولة حينما تنشأ أزمة بين دولة ذات نظام تعددي وبين دولة أخرى، وتتبنى موقفا من الأزمة وتدعمها وتساند حكومتها في صراعها ضد الدولة الأخرى، حيث إننا نجد تجانسا وتماسكا إزاء المسائل التي تهم البلد ككل، و النظام كوحدة، وعلى العكس نجد أنه في الأنظمة " غير التعددية" تكون وسائل الإعلام تابعة للدولة، وتكون مهمتها خدمة النظام القائم، وتتسم المعالجة الإعلامية أثناء الأزمات الخارجية في تلك الأنظمة بالتقصير في تقديم نتائج إعلامي متنوع قادر أن يوضح هذا الموقف، وعلى أن يقنع الجماهير به.
- كما توصلت الدراسات العلمية الحديثة التي تناولت مهام وأدوار الإعلام في معالجة الأزمات إلى أن العقبات والمشاكل التي تواجهها مهام وأدوار الإعلام وقت الأزمات هي على النحو التالي (شومان، 2001، ص 163-166):
- عدم التوازن بين أدوار ومهام الإعلام وبين المراحل المختلفة التي تمر بها الأزمة، إذ تركز جهود الإعلام على مرحلتين هما الاستعداد والوقاية، واحتواء الأضرار أو مواجهة الأزمة، بينما يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الأزمة.
- تعدد الأطراف التي تقوم بأنشطة إعلامية أثناء الأزمات، فوسائل الإعلام المحلية تمارس أدوار إعلامية كما تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام في المنظمات ذات الصلة بالأزمات بأنشطة اتصالية، في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام الدولية تقوم بأنشطة إعلامية وهو الأمر الذي يفتقر غالبا إلى التنسيق بحكم موقف الأزمة مربك.
- أن وسائل الإعلام عندما تقوم بتغطية أخبار الأزمات وأسبابها ونتائجها تركز على أنها أحداث منفصلة واستثنائية أكثر من كونها أحداث طبيعية، فضلا عن أن القائمين على تغطيتها في وسائل الإعلام يكونون أقل خبرة، ويعتمدون على مصادر عادة ما تكون أقل خبرة في الحديث مقارنة بالمسؤولين الرسميين.
- وبناء عليه تؤكد الدراسات العلمية أن تطوير المهام وأدوار الإعلام في معالجة الأزمات يتطلب ضرورة مراعاة أمرين، هما على النحو الآتي (صادق، 2007، ص ص: 24-25):
- مراعاة التوازن في مهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة، وتحقيق التوازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في الرسائل الإعلامية، فالإعلام عندما ينشر أخبار الأزمات يستطيع أن يحرك القلوب، والعقول والقيم ومثل الإنسانية، كذلك فإنه لا بد أن يوازن الإعلام بين الجوانب المختلفة للأزمة والمتمثلة في نتائجها وأسبابها والحلول المطروحة.

- أن تقوم وسائل الإعلام بنقل كافة المعلومات المتعلقة بالأزمة بدقة وتناسق، بحيث يتواكب مع المعطيات الواقعة وسياق الأحداث.
كما أنه يمكن مواجهة هذه الصعوبات والتحديات من خلال توافر مجموعة من المحددات والسمات، التي يجب أن تتقيد بها وسائل الإعلام وقت الأزمات، من أجل تحديد بعض العناصر العامة التي تساهم على فهم أبعاد الأزمات، واحتواء آثارها، وتوعية الرأي العام بكيفية التعامل معها، هي (Patterson, 1987, pp: 393-395):

- مراعاة الدقة، وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.
- الاهتمام بالتصريحات السياسية والرسمية التي تساهم في تشكيل الرأي العام اتجاه الأزمة.
- الاعتراف بالخطأ الذي قد يحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة خاصة في الأزمات الطبيعية.
- التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع أجهزة الرأي العام.
- سرعة نشر الحقائق اللازمة، لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة ويعمل على تخفيفها.

9- خصوصية تفاعل الإعلام الجديد مع الأزمات:

ترتبط فعالية المعالجة الإعلامية للأزمات على اختلافها حالياً في ظل تطور وسائل الإعلام الجديد، بمدى استغلال وتوظيف ما أتاحتها هذه الوسائل من أساليب وتقنيات وتطبيقات اتصالية وإعلامية في تصميم استراتيجياتها، فخاصية المشاركة والتفاعل جعلت الرسائل الإعلامية أكثر انتشاراً وقدرة على الوصول إلى جمهور واسع.

وقد أجمال ميفيد "Mayfield" الخصائص التي تجمع أشكال الإعلام الجديد مع مختلف مراحل الأزمات فيما يأتي: (Mayfield, Antony, 2010)

- التشارك في الاستخدام: Participation: تشجع شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها على إبداء آرائهم وتعليقاتهم وردود أفعالهم حول المحتوى وتقييمه، فضلاً عن تداول المعلومات المنشورة وإعادة نشره عبر نطاق واسع من الجمهور لمعرفة مستجدات الأزمة وتحليلها ومناقشتها.
- المناقشة وتبادل الحوار: Conversation: تتبنى شبكات التواصل الاجتماعي نمط الاتصال التحواري الذي يقوم على أساس الاتصال بين الأطراف المشتركة فيه، حيث تتيح هذه السمة للأفراد المهتمين بموضوعات وقضايا واحدة المجال لمناقشتها وتبادل الحوار فيما بينهم إزاءها.
- الانفتاح: Openness: يسمح الإعلام الجديد لمعظم تطبيقاته باستقبال تعليقات ومشاركات الجمهور، كما أنه لا يضع عوائق أو حواجز على هذه المشاركات، أو على تصفح واستخدام المحتوى الموجود فيه، لذا فهي تتسم بأنها مفتوحة أمام مساهمات الجمهور وإضافتهم.
- تكوين جماعات ذات اهتمام مشترك: Community: من أبرز سمات الإعلام الجديد هو القدرة على التقريب بين أصحاب وجهات النظر والاهتمامات المشتركة، أي المهتمين بقضية أو حدث واحد وتدعم هذا التواصل بفاعلية كبيرة، لذا فمن أهم تطبيقات الإعلام الجديد هو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأنها الأكثر نجاحاً في إدارة النقاشات الجماهيرية طويلة المدى بين زوارها والمترددین عليها.
- تعدد وتنوع مصادر المعلومات: Connecteness: تسمح تطبيقات الإعلام الجديد بنشر مضامين وتديمها عن طريق ربطها بمصادر معلومات مختلفة ومتنوعة، فالمدونة الواحدة يمكن أن تنشر

محتوى مدعم بإحالة إلى مدونات أخرى أو إلى إحدى المواقع الإخبارية أو المواقع الرسمية الموجودة على شبكة الانترنت، لذلك يمكن لنا سهولة تدعيم المعلومات والأخبار التي يتداولها مستخدمي هذه التطبيقات وربطها مع مصادر مختلفة، فضلا عن إمكانية نشر وسائط أو مقتطفات من هذه المعلومات سواء كانت وثائق أو مقاطع فيديو... الخ.

ومنه يمكن القول أن لتفاعل الإعلام الجديد مع الأزمات المختلفة خصوصية للأسباب الآتية (أعراب، 2020، ص: 135):

- الإعلام الجديد يقدم الحدث الواحد (الأزمة الاقتصادية) بأكثر توثيق، فنفي الحدث أو تجاهله يستفز الجمهور على نحو أكثر قوة، كما أن عرض الحدث برؤية من شاهده يكون له أكثر تأثيرا على الرأي العام.
- الإعلام الجديد يسجل أدلة على وقائع وأحداث الأزمة الاقتصادية ويقدمها للرأي العام صوتا وصورة ويقدمها للجمهور نفس لحظة وقوع الحدث.
- تعدد المصادر والمعلومات، فضلا عن السرعة والآنية والتواتر في متابعة تطورات أحداث الأزمة الاقتصادية، كما نجد أنه في الإعلام الجديد تكون ردة الفعل لدى الجمهور سريعة وقوية وأكثر تأثيرا بالأدوات التعبيرية، مما يجعلها أكثر قدرة على النفاذ للرأي العام، فضلا عن تعرفه على ردود فعل الجمهور والتقاط بوادر الأزمة ومؤشراتها يظهر ذلك بوضوح في أوقات الأزمات الاقتصادية خاصة أعقاب التصريحات والبيانات الرسمية.
- وفي هذا السياق يطرح الأستاذ نصر الدين لعياضي رؤية في هذا السياق يجسد فيها إستراتيجية البناء الإعلامي للأزمات في ظل الإعلام الجديد في النقاط التالية (لعياضي، 2014، ص: 85):
- تجنب الإثارة، بمعنى عدم لجوء وسائل الإعلام إلى أسلوب الإثارة لبناء الحدث أو عند نقلها للخبر لا تكثر من الدرامية، نقل الحدث كما هو بموضوعية.
- عدم تحديد المسؤولية عن الأحداث والوقائع ولا أسباب وقوعها، حيث أن وسائل الإعلام لا تبحث عن أسباب هذه الأزمة، إلا أنها تخصص العديد من التحليلات والتعليقات، مع التحكم في إثارة ما جرى دون نسبها للمسؤول عن الأزمة.
- غرس الطمأنينة في نفوس الجمهور واستبعاد القلق بمعنى أن وسائل الإعلام تحاول طمأننة الجمهور حول الأزمات المتلاحقة، فهي تلجأ إلى الترقب خوفا من أن هذا الأخير يؤدي بالجمهور إلى القلق، مثلا عند انهيار أسعار النفط حاولت وسائل الإعلام ترقب الحدث ونقله إلى الجمهور مراعية مشاعر الجمهور خوفا من يؤدي به إلى الهلع والخوف والقلق لمن تسببه هذه الأزمة من تداعيات.
- عدم اللجوء إلى الاستعارة والأساطير، بمعنى أن وسائل الإعلام لا توظف الاستعارة، ولا الأحاديث التاريخية والسرديات عند الحديث عن الأزمة المفتعلة.
- استبعاد الجمهور عن الحدث...، أي أن وسائل الإعلام عملت على استبعاد الأزمة من اهتمامات الجمهور خاصة مع التطور التكنولوجي ومع العولمة التي أعطت لكل حدث محلي بعدا كونيا، لذلك تحاول وسائل الإعلام قدر الإمكان رصد الحدث ناهية تأثيرها على البلد وحياة أبنائه لا من قريب أو بعيد.

- الانتقال من الحدث إلى الأزمة، إذ أن وسائل الإعلام تركز على الأحداث التي تثير اهتمام الجمهور وتشتبع رغباتهم واهتماماتهم، فهي تقف عند ما يؤوله الجمهور وما يستميله، فالجمهور إذا لم يجد ذاته أو مصالحه في الحدث المذكور فإنه لا يتابع تمثيلات ووسائل الإعلام.
- تقوم بالتركيز على بعض القضايا لتحقيق مصالح القائمين على الوسائل، فهي لا تنقل الواقع كما هو للمتلقي، وتستغله كونه غير مدرك للحقيقة، ومع الاستمرارية في المشاهدة يبدو لهذا الأخير أن العالم الذي رسمته هذه الوسائل حقيقيا في ذهنه.
- تشكل الإحساس بالخطر الجمعي: حيث يسعى الإعلام قبل وأثناء وبعد الأزمة زرع الخوف والرعب في نفس المتلقي لخلق مجتمع المخاطر ويشدد هذا الإحساس إذا زادت حدة الأزمة وكبرت وتفاقت الحدود المتوقعة (كالأزمة الاقتصادية النفطية).
- إعلام قوي ومتطور وفعال: لقد زادت التطورات التقنية والإنجازات النظرية من مقدره الإعلام على تحمل المسؤولية والقيام بدور مهم في عملية بناء الأزمات، فلا يمكن تصور الأزمات بدون بناء إعلامي قوي وفعال ومتطور لها.
- إن وسائل الإعلام هي التي تحدد سلوك الأفراد من خلال ما تقدمه من تفسيرات للواقع الذي نعيش فيه، سواء بالكلمة أو الصورة أو الحركة، ومن خلالها تبني معاني للواقع المادي والاجتماعي فهي بمثابة نافذة يطل منها الجمهور على عالمهم الخارجي.

10- الإستراتيجيات الحديثة في تعامل وسائل الإعلام مع الأزمات في ظل البيئة الإعلامية الجديدة:

يمكن استخدام إحدى هذه الاستراتيجيات طوال فترة المواجهة مع الأزمة ثم يتم تغيير هذه الاستراتيجيات في بقية المراحل إذا كان هناك فشل في التعامل مع الأزمة، إلا أن اختيار الإستراتيجية المناسبة يمثل أهمية كبيرة في سرعة وكفاءة التعامل مع الأزمة، حيث أن ذلك يعتمد على الهدف المطلوب تحقيقه ومدى تناسب الإستراتيجية معه، وفيما يلي نعرض أهم استراتيجيات المواجهة الحديثة مع الأزمة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة: (محمد عبد الغني هلال، 1996، ص 126)

10-1 استراتيجيات العنف في التعامل مع الأزمة "Violence Strategy":

تستخدم هذه الإستراتيجية في حالة ما إذا كانت المواجهة مع الأزمة المجهولة حيث لا تتوفر المعلومات الكافية، أو إذا ما كانت تتعلق بالمبادئ والقيم، انتشار الأزمة في عدة اتجاهات، وتستخدمها إذا كانت المواجهة مع الأزمات تؤكد المعلومات ضرورة استخدام العنف فيها، كما أن التكتيك المستخدم في التعامل العنيف مع الأزمة يشمل:

- التدمير الداخلي للأزمة، وذلك من خلال:
- خرب العقول المفكرة أو الوقود المشعل للأزمة وشل حركتها في إعطاء التعليمات أو وقف تغذية الأزمة بالوقود اللازم لاستمرارها.
- خلق صراع داخلي عن طريق استقطاب القوى الصانعة للأزمة، في معظم الحالات إعطاء امتيازات مادية هامة في سرية تامة.
- إخفاء الحقيقة وتقديم أخبار كاذبة ومزيفة حول الأزمة ومنع ظهورها من الجوانب والأطراف. مثلا استخدام الدعاية المغرضة.

- التدمير الخارجي للأزمة، وذلك من خلال:
- عدم التصريح بالعناصر المسببة للأزمة من الخارج وقطع المصادر التي تدلي بالمعلومات اللازمة.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة للتعامل عن بعد في التدمير كأجهزة التجسس والإنصات.
- تسلي عناصر خارجية لتدمير المقومات والأعمدة الرئيسية للأزمة.

2-10- إستراتيجية وقف النمو "Growth-Stopping Strategy":

تهدف هذه الإستراتيجية إلى التركيز على قبول الأمر الواقع ومحاولة السيطرة عليه لعدم تفاقمه، وفي نفس الوقت محاولة التقليل من مشاعر الغضب والثورة المصاحبة للأزمة، وعدم وصولها إلى درجة الانفجار، وتستخدم هذه الإستراتيجية في الحالات التالية: قضايا الرأي العام والجمهير، الإضرابات العمالية، وكذا المواجهة مع القوى ذات حجم كبير، أما فيما يخص التكتيك المستخدم في هذه الإستراتيجية كالتعامل بذكاء وحرص مع القوى المسببة للأزمة، تهيئة الظروف المناسبة للتفاوض المباشر عن طريق الاستماع والاهتمام للقوى المعارضة للأزمة وكذا دراسة العوامل المسببة للأزمة ومحاولة التوجيه والنصح والإرشاد لتخفيف من حدة الأزمة.

3-10- إستراتيجية التجزئة:

تعتمد هذه الإستراتيجية على الدراسة والتحليل الدقيق للعوامل والقوى المؤثرة فهي تحول الأزمات الكبيرة التي تشكل تهديدا إلى أزمات صغيرة ذات أقل قوة مما يسهل التعامل معها، فهي تركز الروابط المجمعلة للأزمة وتجزئها، وتحول العناصر المتحدة إلى عناصر متعارضة، أما فيما يخص التكتيك المستخدم في هذه الإستراتيجية فيتمثل في مساعدة بعض القيادات الصغيرة على الظهور والصراع على قيادة أحد الأجزاء وكذا تقديم إغراءات للقوى المعارضة في المصالح لاستمرار التحالفات.

4-10- إستراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة:

الفكر الذي وراء الأزمة يمثل في صورة قيم واتجاهات معينة لها تأثير قوي على الأزمة وفي شدة تأثيرها، فهذه الإستراتيجية تركز على الفكر وإضعاف المبادئ أو الأسس التي يقوم عليها، بحيث تضعف الضغط على نمو الأزمة عن طريق صرف بعض القوى المؤيدة، أما بالنسبة للتكتيك الذي يستخدم في هذه الإستراتيجية هو الاقتراب من بعض الفئات المرتبطة بشكل ضعيف بالفكر والتحالف معها، التحالف مع الفكر الذي يسير الأزمة ثم التخلي عنه محاولين من خلال إحداث انقسام وانفصال عنه وكذا الشك في العناصر المكونة للفكر. (سليم بطرس جلد، 2010، ص 94)

5-10- إستراتيجية دفع الأزمة للأمام "Crisis-Forwarding Strategy":

الهدف من وراء هذه الإستراتيجية هو دفع القوى المشاركة الصانعة للأزمة إلى مرحلة متقدمة تظهر خلافاتهم وتبرز الصراع القائم بينهم، فهي تصلح عند تكتل وتضامن قوى غير متشابهة ومتنافرة من أجل صناعة الأزمة، والتكتيك المستخدم في هذه الإستراتيجية يقوم على أساس دفع القوى إلى التظاهر بعدم القدرة على المقاومة، تسريب معلومات خاطئة عن انيارات حدثت نتيجة لحدوث الأزمة، وكذا تقديم تنازلات تكتيكية وذلك لخلق صراع وفتح ثغرة للنقاش حول كيفية الاستفادة منها.

6-10- إستراتيجية تغيير المسار "Change-of-Route Strategy":

تهدف هذه الإستراتيجية إلى التعامل مع الأزمات التي يصعب الوقوف أمامها، فهي تحقق بعض النتائج الجيدة التي يمكن أن تعوض بعض الخسائر التي أفرزتها الأزمة، عن طريق خلق نوع من التحدي لدى الأفراد

بغرض تعويض الخسائر وتحقيق نتائج أفضل من تلك التي كانوا يحققونها قبل بداية الأزمة، والتكتيك الذي يستخدم في هذه الإستراتيجية يقوم على أساس إحكام السيطرة على اتجاه الأزمة، محاولة إبطاء سرعة العاصفة، تصدير الأزمة لخارج المجال الأزموي إلى مسارات فرعية، وكذا استثمار نتائج الأزمة بشكلها الجيد لتعويض الخسائر السابقة (أعراب، 2020، ص: 144).

وتجدر الإشارة إلى أن كل هذه الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها وسائل الإعلام في معالجتها وتتبعها لتطورات الأزمة تعتمد على الانفتاح على البيئة الإعلامية الجديدة، "حيث يمكن للإعلام الجديد في تفاعله مع الأزمات الأمنية المختلفة أن يعمل على تفاقم الأزمات فيما لو انحرف عن أهدافه الإيجابية، وبالمقابل قد يعمل على التخفيف من حدة الأزمات، وما ينتج عنها إذا أحسن القائمون على وسائل الإعلام إيصال الرسالة الإعلامية إلى الجمهور بطريقة علمية مدروسة، وبأساليب فنية مؤثرة، تنم عن وجود مؤهلات وخبرة لديهم، خاصة أن موضوع الأزمات يتسم بأنه حساس وواسع وشامل ودقيق وجذاب، وعلى صلة عميقة بالمجتمع وبكل مناحي الحياة، حيث أن استخدام الانترنت في حالة الأزمات والكوارث القائم على التخطيط الجيد يمكنه تحقيق الفعالية والسرعة في الاتصال ونقل المعلومات وتقديم كميات وفيرة منها، وضمان لتبادل الحوارات والاستجابة المباشرة والسريعة لمصدر المعلومات ليكون المستخدم مرسل ومستقبل في وقت واحد خلال الأزمة" (حدادي وبريك، 2019، ص: 94).

الخاتمة:

مما سبق نستنتج أن الإعلام له دور جد هام في معالجة الأزمات، لأن الأزمات والكوارث وغيرها من الأحداث المثيرة تعد مادة أساسية في وسائل الإعلام المختلفة، التي تسارع إلى تغطيتها ومعالجتها من أجل تزويد الجمهور بكل مستجداتها، لكن بقدر ما يكون لها دور إيجابي، قد يكون لها أيضا دور سلبي، وذلك بأن تزيد من حدة توتر موقف الأزمة، ويكون ذلك في حالة سوء استعمالها من قبل القائمين عليها، وبهذا نقول أن الإعلام بإمكانه تسيير ومعالجة الأزمة، ليس من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات فقط، خاصة في ظل التوترات التي يعيشها الأفراد والمجتمعات على حد سواء، وما قد ينجر عن ذلك من تهديدات للاستقرار الاجتماعي فيها، وإنما يجب أن يكون هناك اهتمام حقيقي بمعالجة هذه الأزمات، ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة، بعيدا عن إثارة القلق والرعب في نفوس الجماهير، وذلك من خلال فتح حوار جماعي تفاعلي بين علوم وتخصصات عديدة، وبين مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع، من أجل الاستفادة من خبرات متنوعة، يسعى فيها كل طرف تقديم معرفته وخبراته لمواجهة هذه الأزمات واحتواء أثارها المدمرة، وما تطرحه من تحديات اجتماعية واقتصادية ونفسية وثقافية وإعلامية، في إطار نظرة متكاملة وشمولية في معالجتها، تتسم بالتنسيق والقدرة على العمل الجماعي مهما كانت الضغوط والظروف، بحيث تأخذ بعين الاعتبار تحقيق المصلحة العامة للمجتمع قبل كل شيء، وهذا ما يتطلب رجال إعلام مختصين في إعلام الأزمات، للتقليل من حدة هذه الأزمات، والتعامل بشكل إيجابي مع مختلف المشكلات المعقدة، إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار كل متغيرات البيئة الإعلامية الجديدة التي يمكن أن تكون سلاحا ذو حدين في مواجهة واحتواء الأزمة.

الهوامش وقائمة المراجع:

- أعراب، فطيمة (2020)، المعالجة الإعلامية لتداعيات انخفاض أسعار النفط في الجزائر-دراسة تحليلية لصحيفتي الخبر والشعب- (2015-2016)، جامعة الجزائر 3، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الصحافة المكتوبة والمليديا.
- الخضري، محسن أحمد (د.ت)، إدارة الأزمات، مكتبة مدبولي، القاهرة.

- العربي، عثمان محمد (1995)، اتصالات الأزمات، مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها، مجلة المصرية لبحوث الإعلام، (5 جانفي - أفريل 1995).
- السيد، عليوة (2002)، إدارة الأزمات والكوارث، مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، دار الأمين، القاهرة، ط2.
- العماري، عباس رشدي (1993)، إدارة الأزمات في عالم متغير، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، ط1.
- جلدة، سليم بطرس (2010)، الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.
- حدادي، وليدة وبريك، الزهرة (2019)، الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات (دراسة في تأثيرات البيئة الإعلامية الجديدة)، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر3، المجلد17، العدد28.
- حسين، عبد الرزاق (2001)، إدارة الأزمات، علم التحديات، حرس الكويتي، 15 ديسمبر 2001.
- خضور، أديب (1999)، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط1، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- شلبي، كرم (1989)، معجم المصطلحات الإعلامية (إنجليزي-عربي)، دار الشروق، القاهرة، بيروت.
- شومان، محمد (2001)، إشكاليات في مسارات تطور إعلام الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الثالث، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو، سبتمبر 2001.
- صادق، عادل محمد (2007)، الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري _ تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، لبنان، ط1.
- لعياضي، نصر الدين (2014)، وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.
- هلال، محمد عبد الغني هلال (1996)، مهارات إدارة الأزمات، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، ط2.
- هويدا، مصطفى (2000)، دور الإعلام في الأزمات الدولية: دراسة حالة للإدارة الإعلامية لحرب الخليج، القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر.
 - Gruber, Doris (1989), mass media and american politics, new youk, Longman.
 - Mayfield, Antony (2010), What Is social media, an e-book from icrossing retrieved. From: [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/ebooks/what-is-social media-icrossing-ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/ebooks/what-is-social-media-icrossing-ebook.pdf). Viewed at: 17/6/2018.
 - Patterson, Oscar (1987), an analysis of television coverage of the vitnanwar, journal of broadcasting, vol-40, no.4 autumn.
 - Westphalien, Marie Hélène (1992), Le Dicom, le dictionnaire de la communication, les pratiques professionnelles de la communication, Edition Triangle, Paris.