

أزمات الدول والإعلام الاجتماعي

الأستاذ : م . م بسمان رائد خلف

basman.raad.khalaf@utq.edu.iq

جامعة ذي قار / كلية الاعلام

المقدمة :

تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تزويد الجمهور والمواطنين بحقائق وإجراءات تتعلق بماهيات الأزمات التي تضرب الدول سواء من الداخل، أو من الخارج، سواء أكانت هذه الأزمات ذات صبغات كارثية طبيعية، أم حروب وصراعات ونزاعات على السلطة والحكم، وخاصة أن تأثير الأزمات على المجتمعات كبير من ناحية تعرضها للشائعات والتحريفات، فيكون الضرر حينها مضاعفاً، ومن هنا كان لوسائل الإعلام الاجتماعي الدور الأهم في نقل حقائق الأزمات، وفي كثير من الأحيان في خلق هذه الأزمات، أو تصعيدها، وهنا تتبلور السمات الإيجابية، والسلبية لدور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة أزمات البلدان، فما هو هذا الدور، ما هي أدواته، وطبيعته، ومدى مصداقيته، وما علاقة التصعيد والتزوير بكواليس الإعلام الاجتماعي، هذا ما سنحاول التعرف عليه من خلال هذا البحث، مستخدمين المنهج الوصفي.

مشكلة البحث :

تأتي مشكلة البحث من كثرة وأهمية الأزمات وحاجتها الدائمة للمواكبة الإعلامية السليمة، والبحوث المتصلة بهذا الموضوع، لمواكبة التغيرات والتأثيرات والتطورات، والتنوعية بأهمية الإعلام وأثره بالأزمات في الدول في علاجها أو تفاقمها، وللتعرف على دور الإعلام الغامض لبعضهم في ظل الأزمات، وخاصة في ظل كثرة وخطورة الأزمات التي تضرب دول العالم العربي في السنوات الأخيرة.

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى توضيح ومناقشة ما يلي:

- اتصال الأزمات ووسائل الإعلام.
- أهمية اتصالات وإعلام الأزمات.
- مراحل تطور الأزمات وكيفية تعامل الإعلام معها.
- المنظومات الإعلامية.
- دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تصعيد الأزمات.
- مراحل التغطية الإعلامية للأزمة.
- البرنامج الإعلامي وجدولته أثناء الأزمة.

أهمية البحث :

تأتي أهمية البحث من وجود كثير من الأزمات المتوالية على المنطقة العربية مما يجعل أي مناقشة لكيفية تعامل الإعلام مع هذه الأزمات مهما، لما للإعلام من دور محوري في المشكلات سلبي أو إيجاباً بحسب طبيعة الإعلام والتعاطي معه وتلقيه، كما تكمن أهمية هذا البحث في مناقشة عدد من الأفكار المهمة والعملية في كيفية تعامل الإعلام مع الأزمات.

اتصال الأزمات ووسائل الإعلام :

في المفهوم العام للشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مجموعة من الهويات الاجتماعية التي يقوم بإنشائها الأفراد، أو المنظمات، لديهم من الروابط نتيجة لهذا التفاعل الاجتماعي، ونشأتها بدأت من أجل تفعيل علاقات الصداقة، والعلاقات المهنية، وتعددت تسمياتها بين الويب، الشبكات الرقمية الاجتماعية، ومواقعها، وهنا يترافق جانبان، الجانب التكنولوجي متمثلاً بالإنترنت، والجانب الاجتماعي المجتمعي، وبحسب (فروست) فإن الاتصال عبر الشبكة الاجتماعية بين الأفراد قام على نوع من العلاقات كالصداقة، التعاون، استشارات بلوغرافية، وهذه المصادر رسمية، وغير رسمية، ملموسة، وغير ملموسة.^١

وفيما يسمى باتصال الأزمة فإنها قد افتقرت لتعريفات واضحة، في حين حاول بعض الدارسين الإحاطة بمفهومها، فهي الاتصالات التي تجريها العلاقات العامة بالمؤسسة عند حدوث الأزمة، وعادةً ما تتصف بالعداء والسلبية، كونها تجري في ظروف غير عادية، ووسط أجواء مشحونة، لذلك يجب عليها أن تتعامل مع التغطية السلبية لوسائل الإعلام، هذا فيما يخص الأزمات الاقتصادية، حيث تستلم العلاقات العامة في المؤسسات مهمة التعامل مع اتصال الأزمات،

١ - ينظر يحيى نقي الدين، الجهود التواصلية للنخب الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية لأزمة انخفاض أسعار النفط نموذجاً، بحث مقدم للمنتدى السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال ٢٠١٦م، ص ٨.

والمنحى الذي يمكن أن تسوق فيه وسائل الإعلام الاجتماعي باتجاهات قد تفاقم من الأزمة، لا أن تحد منها.^٢

وهنا لا بد من التعرف على أنواع الأزمات، والتي تختلف تصنيفاتها بحسب المقياس المعتمد للتصنيف فبحسب معيار مرحلة التكوين هناك الأنواع التالية للأزمات : أزمة في مرحلة الميلاد، أزمة في مرحلة النمو - في مرحلة النضج - في مرحلة الانحسار - في مرحلة الاختفاء، أما بحسب معيار تكرار الأزمة فهناك : الأزمة المتكررة الحدوث - الأزمة الفجائية العشوائية غير المتكررة، أما بحسب مستوى العمق فهناك : الأزمة الهامشية التأثير، السطحية، والأزمة البالغة التأثير، والعميقة، أما بحسب درجة الشدة : فهناك الأزمة المتفجرة العنيفة، وهناك الأزمة الناعمة، الهادئة، أما بحسب الشمولية : فهناك الأزمة ذات الطابع الجزئي، الخاصة، وهناك الأزمة الشمولية، أما بحسب الموضوع : فهناك الأزمة المادية، الأزمة المعنوية، الأزمة المختلطة، أما بحسب المظهر، فهناك الأزمة المفاجئة، الأزمة العلنية الصريحة، الأزمة الضمنية المستترة، الأزمة الزاحفة، وإن طريقة التعامل مع الأزمة إلى جانب الدور الأساسي لوسائل الإعلام في التعامل معها من ناحية التصعيد، أو التهدئة هو الذي يضخم من هذه الأزمات، أو يقلصها، فمن الطرق التقليدية في التعامل مع الأزمات عدم الاعتراف بالأزمة، وإنكارها، وكبت الأزمة لحين الوصول إلى حل قبل أن تتفجر، وتخفيف حدة الأزمة من خلال تنقيتها، وتفرغ مضمون الأزمة، الأمر الذي يؤثر على حدة زخمها، والعمل على استبعاد أطراف معينة بالأزمات من خلال عزل قوى الأزمة، والعمل على إخماد الأزمة من خلال الإقدام على المناورات، والقبول بالحل الوسط، وتقديم التنازلات.^٣

ويظهر وسائل الإعلام الاجتماعي تغيرت بيئة اتصال الأزمات، كونها قدمت منهاجاً جديداً للاتصال، فباتت المرتكز الأساسي لاتصالات الأزمات والكوارث، فهي تقدم خدمة الاتصال الفوري والمباشر بين أصحاب الرأي العام والمنظمات والدول، حيث تمثل فرصة للتواصل، ونشر المعلومات، وإيصالها لأكبر

عدد من الناس وفي أسرع وقت، ومن هنا جاءت قوة وأهمية وسائل الإعلام الاجتماعي واستجابتها للآزمات الطارئة من خلال تسخير خصائصها وإمكاناتها في ذلك، لافتقار ممارسي العلاقات العامة للوقت من أجل التخطيط، حيث أن ميزة نشر المعلومات والأخبار في دقائق هي أساس وسائل الإعلام الاجتماعي، حيث يصل الخبر إلى الملايين، وهنا كان اللغظ والتدخل في مفهوم الاتصال، ومفهوم وسائل الإعلام، فالإتصال ينحصر في عودة المعلومة من المستقبل إلى المرسل، أي أنها تتم بين اتجاهين، في حين أن الإعلام لا يتطلب عودة المعلومة لأن المستقبل غير محدد، بالتالي فإن الإعلام جزء من الإتصال، وشكل من أشكاله، بالتالي فإن الإتصال أكثر شمولية، وليس وسائل الإعلام الاجتماعي، إلا أن وسائل الإعلام الاجتماعي ذات صبغة عصرية^٤.

هذا ما جعل منها بشكل أو بآخر عصب التحركات السياسية، والأزمات التي تقع فيها الدول سواء كانت اقتصادية، أم سياسية، أو بيئية، لتأخذ الأزمات أبعاداً ما كانت في الحسبان قبل عصر الإعلام الاجتماعي، حتى أن صناعة كثير من الأزمات بات يعد في غرف التواصل الاجتماعي، وهنا يبرز الدول التحريضي الذي لا يمكن أن يتقاطع اتصال الأزمة معه، كونه دائماً يحاول أن يبحث عن الحلول، أما الإعلام الاجتماعي، وكونه مجال مفتوح، ولا يخضع لأي ضابط، وبإمكان أي كان التدخل في موضوع أزمة ما، والعمل على مفادتها، هو ما جعل خطر إعلام الأزمة أكبر من ذي قبل، فهو لا يكتفي بالتغطية الإعلامية، إنما يتعداها إلى فرض سيناريوهات داعمة، أو مكثفة.

أهمية اتصالات وإعلام الأزمات :

للإتصال والإعلام الاجتماعي دور كبير، وأهمية بالغة خلال وقوع الأزمات، عبر العديد من المحاور، والمجالات، أهمها :

١ - انعكاسات الأزمة السيكولوجية : فإن أي أزمة لابد أن تخلف العديد من الآثار النفسية، والتي تحتاج إلى التعامل معها بشكل سريع قبل أن تتفاقم، ويمكن أن يحصل ذلك عن طريق الخطأ الإعلامية للأزمة، فعلى وسائل الإعلام الاجتماعي التركيز على هذه الآثار، والعمل على تقليصها وأبرزها (الخوف، نقص الشعور بالأمان، والتوتر، والتأثر بما يتم إعلانه من مواقف).

٢ - في ظل ثورة الإتصال، تتعدد وسائل الإعلام الاجتماعي، حيث تتجلى أهمية إعلام الأزمة على الصعيدين المحلي، والعالمي، وأصبح هناك نوع من المنافسة بين وسائل الإعلام الاجتماعي في تغطية الأزمات كنوع من الاستئثار بالحدث.

٣ - دور وسائل الإعلام الاجتماعي في عملية خلق الآراء، وتكوين الاتجاهات، فعند حدوث أزمة في أي دولة من الدول، أو منظمة من المنظمات فإن مواقف واتجاهات وآراء المواطنين فيها، والأفراد كلها تقع تحت تأثير الكيفية والأسلوب الذي تعتمد وسائل الإعلام في التعاطي مع هذه الأزمة، وعلى الأخص وأن الإعلام بات يتعامل مع كافة مراحل الأزمة، كما أنها تقوم بتقديم جملة من الاقتراحات التي تصب في سبل معالجة الأزمة، وكيفية التنفيذ، كما يتم تحديد الأسلوب الأمثل للإتصال للتعامل مع طبيعة ونوعية، وأبعاد الأزمة^٥.

وفي العديد من الدراسات الإحصائية فإن مواقع التواصل الاجتماعية في تزايد مستمر شعبياً، حيث تم تقدير عدد المستخدمين في عام ٢٠٠٨م بنحو (٤٨٩)، ليصل إلى الضعف في عام ٢٠٠١م إلى (٩٠٧) ملايين (، ونتيجة لذلك تم افتتاح نوافذ لأهم وسائل الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعية، كالتقنوات الفضائية، لتحقيق مشاهدة ومتابعة أكبر، ومن أجل الحصول على كم أكبر من المعلومات، وإن نجاح هذه المواقع، واستمراريتها يكمن في مقدرتها على شد انتباه أعضائها، بحسب (ديفيد بال) أستاذ التسويق في كلية (

وارنتون)، كما أن للتشاركية، والتفاعلية، والتي هي من سمات الإعلام الاجتماعي دورها في رصد آخر الأخبار والتطورات المتعلقة بالأزمات، بالإضافة إلى سمة الحضور الدائم غير المادي، عن طريق الرسائل النصية، والصور، والمعلومات، كلها سمات عامة أعطت الإعلام الاجتماعي أهمية فاعلية في أي أزمة من الأزمات التي قد تلحق بإحدى الدول، أو إحدى القطاعات، حيث تتجلى الأهمية في المقدرة على الإحاطة الكاملة فيما يخص هذه الأزمات، وهذا ما تحققه وسائل الإعلام الاجتماعي.^٦

كما أن الإعلام المعاصر يعد خط التماس الأول للتعامل مع الأزمات، حيث أن موضوع، وأنية، ودور، ومرونة، وتنوع الإعلام هو ما يجعله الأحق في التعاطي مع الأزمات بشكل فعال، على عكس الكتب، والروايات، والأبحاث، والدراسات، وحتى الأفلام، والتي بطبيعة الحال تستلزم وقتاً أطول للإحاطة بالأزمة، والتعريف بها، واقتراح الحلول لمعالجتها، كما تأتي أهمية الإعلام الاجتماعي من خلال شأسته العريضة، والتي من خلالها تتكشف جميع النزاعات، والأزمات، كما أن اهتمامات الإعلام الحديث المتنوعة، والمرافقة لمختلف جوانب الحياة، وخطابه المنشور، والعام، هو ما يعلي من سقف أهميته خلال الأزمات، وهذا ما يفسر الساحة الإعلامية التي تعج بالفعاليات السياسية، والاقتصادية، والدينية، من أجل عملية تشخيص الواقع، ومخاطبة الجماهير، وبالتالي رفع سقف التأثير لديها، كما أن التصاقه بالنظام السائد، وبالقوى الفاعلة في المجتمع، حيث أن مرجعية وسائل الإعلام الفكرية، والمادية، والإعلامية في ظل الأنظمة التعددية تعود إلى القوى الاقتصادية الفاعلة في المجتمعات، هذه القوى التي ترتبط بشكل أو بآخر بألية الدول، فتلتحم بها إلى درجة الاندماج، إلا أنها ترتبط بالنظام وأجهزته، ومؤسساته في الأنظمة غير التعددية، والمتغير الوحيد في كل ذلك هو أساليب وأشكال الخدمات، والحرفية الإعلامية التي يتم استخدامها.^٧

مراحل تطور الأزمات وكيفية تعامل الإعلام معها :

- ١ - المرحلة التحذيرية : وهي التي يكون فيها شيء يلوح في الأفق ويحذر بموقف مبهم، وغير معروف الاتجاه والشدة، ويأتي دور الإعلام هنا في الاستقصاء، وتحضير سبل مواجهته.
- ٢ - مرحلة الولادة : هنا تشتد الأزمة وتنمو بشكل سريع، وهنا يتخذ الإعلام شكل الواقعية والدقة في التعامل مع الأزمات، ويعمل على تنشيط سبل المواجهة.
- ٣ - مرحلة الانفجار : وهنا تكون سمة هذه المرحلة الشدة والقوة والعنف، ويأتي دور الإعلام هنا في وجوب غدر كافة المتغيرات، والأسباب التي أدت إلى خلق الأزمة، ومدى خطورتها، والعمل على اتخاذ كافة التدابير في عملية حسم الأزمات لصالح البلد.
- ٤ - مرحلة الانحسار : وفي هذه المرحلة تبدأ الأزمة بالتلاشي وفقد القوة الدافعة لها، وهنا دور الإعلام أهم، وأعظم، حيث يتوجب عليه التعامل مع آثار الأزمة والنتائج التي تمخضت عنها، من أجل العودة إلى الوضع الطبيعي الذي كان يسود الدولة قبل حدوث الأزمة.^٨

المنظومات الإعلامية :

- ١ - الإعلام الوطني القومي ويتضمن المنظومة الصحفية العامة : وتضم مختلف صحف المجتمع، الثانوية منها، والمتخصصة في مجال معين (رياضة - اقتصاد - طب)، منطقة معينة (ولاية - إقليم)، جنس معين (رجل - امرأة)، عمل معين (أطباء - مهندسون...)، شريحة اجتماعية محددة (شبيبة - أطفال...)، والمنظومة الإذاعية العامة : وتشمل جميع المحطات الاجتماعية في البلد المركزية منها، والمحلية، والمتخصصة، والمنظومة التلفزيونية العامة : وتشمل مختلف المحطات التلفزيونية في الدولة)

محطات محلية - شبكات عامة - فضائية - أرضية - ...)، وتعد هذه المنظومة متلائمة مع الحاجات المحلية، ويعود تنوعها إلى : القوة - الجال - الموضوع - الانتشار - الرسالة - الجمهور - المستوى.

٢ - الإعلام الإقليمي : من حيث انقسام العلم إلى عدة أقاليم كأوروبا الشرقية، والغربية، والشرق الأوسط، وأمريكا اللاتينية، إفريقيا، القرن الأفريقي... والتعرض لرسائل إعلامية، إقليمية مختلفة كنتيجة الروابط المشتركة فيما بينها، وتقارب اللغة، والقرب الجغرافي، والعادات والقيم والتقاليد المتشابهة، وهنا تبرز أهمية الدور الفاعل للإعلام الإقليمي، ويتمثل هدفه في اتجاهين : تحقيق نوع من التنوع والتعدد الاتصالي، الأمر الذي يثري الخطاب العالمي، أما الاتجاه الثاني فهو السيطرة الأمريكية على الخطاب الإعلامي العالمي، فهي قوى رابكة لموجة التكنولوجيا.

٣ - الإعلام الدولي : قبل ثورة التكنولوجيا كان الإعلام الدولي محدود، ولا يصل إلا بعد تصفيته من قبل الرقابات الحكومية إلى العامة، إلا أنه بعد الاندفاع التكنولوجية القوية، والتي تعد باهظة التكاليف، فسيطر عليها قوة معينة يميل التوازن الدولي لصالحها من الناحية الاقتصادية، والعسكرية، والاتصالية، حيث تمكن مالكي هذه الاندفاع التقنية من إيصال الرسائل الإعلامية التي يرغبون إلى أي مكان يريدون، ومن مظاهر الإعلام الدولي، تعاظم التمرکز، زيادة القوة الاحتكارية المضمون الإعلامي ذو البعد الأوحد، الاتجاه نحو أسواق ضخمة من أجل تحقيق الربح للرساميل التي يتم استثمارها.^٩

وفي دراسة للحركات الشعبية، والانتفاضات عبر التاريخ الإنساني، نرى أنها كانت تتم على فترات زمنية طويلة، لما تتطلب من الوقت، والإمكانات البشرية، والمادية لتجهيز المشاركين في الثورة، وإعداد المنشورات، إلا أنه بعد ثورة الاتصالات التكنولوجية فقد تمكنت شعوب العالم من التواصل الاجتماعي، وبين المواطنين، داخل الدول، وخارجها، وتبادل التجارب، والخبرات المتنوعة، الأمر الذي ساهم في رفع الانتفاضات الشعبية، والتي يرغب المواطن في تحقيقها، عن طريق نقل ثورات الشعوب الأخرى، ودراسة أبعادها السلبية، والإيجابية، والعمل على الاستفادة منها في الثورات المستقبلية، ما يخدم تحقيق أهدافها بأقل خسائر، وأسرع ما يمكن، وهذا كله يتم عبر اتساع رقعة الإعلام الدولي، وتطور أدواته، وسهولة الوصول إلى معلوماته، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، والمنصات الإلكترونية، التي قصرت المسافات، ووسعت مجال الانفتاح على تجارب، وأزمات، وتحركات الشعوب عبر العالم، والتحقق من مصداقية الأحداث الجارية على الساحة الدولية، والعالمية، من خلال هذا الإعلام، الأمر الذي قض مضجع السياسات المتحكمة في نوعية الأخبار التي لا ترغب في وصولها إلى شعوبها.^{١٠}

إلا أن العديد من الأبحاث، والدراسات التخصصية وجدت أن وسائل الإعلام الاجتماعية لا يمكن الاعتماد عليها كمصدر كافٍ للبيانات والمعلومات، حيث تختلف معدلات تغلغل وسائل التواصل الاجتماعي عبر العالم، الأمر الذي سينعكس على الكمية المتوفرة من البيانات من أجل تحليلها، والعمل على تطبيقها، ضمن مجال محدد للعمليات، كما أن بيانات وسائل الإعلام الاجتماعي لا تنصف بكونها تمثيلية، حيث يقوم المشاركون باختيار أنفسهم، لذلك تميل البيانات التي يتم تداولها فيما بينهم باتجاه المجموعات المشاركة، فعلى سبيل المثال يكشف تحليل بيانات الصور الممكن، والتي يتم اختيارها من الصور التي يتم تبادلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن أمور يستحق أن يتم تبادلها بالنسبة لمجموعة فرعية من المجموعات.^{١١}

دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تصعيد الأزمات :

على إثر الثورة التكنولوجية الحديثة، لم تعد وسائل الإعلام الاجتماعي تقتصر على آلية نشر الأخبار، والأحداث التي تهم المواطن، إنما تعدتها إلى عملية برمجة، وتدجين لعقليات الأفراد، والعمل على تنظيم

سلوكياتهم، والتحكم بانفعالاتهم تجاه أزمات، وأحداث معينة، من خلال تطبيعهم بطريقة تفكير واحدة، التماهي مع قيم جديدة، تم التسويق لها من خلال أساليب جذابة ومقنعة، تنتشر من وراء مصالح الجهات المتحكمة بالوسائل الإعلامية، كما أن عملية تبني الخطاب الإعلامي المقنع لا يأتي عن عبث، وغما له آلياته، وأدواته المتنوعة، والتي تؤثر على مستخدميها، ومتلقيها، ما يدفعه للإنجاز، وهناك جملة من الاستراتيجيات التي تطبقها وسائل الإعلام الاجتماعي للتأثير في وعي المتلقين، من أجل الحصول على رد الفعل المطلوب، والتمكين لأيديولوجيا مخصصة، ومن أهم هذه الاستراتيجيات، استراتيجية تكريس الأمر الواقع، عن طريق دعم الحدث القائم بغض النظر عن صحته أو عدمها، فوسائل الإعلام الاجتماعي تدعم طريقة إدارة المجتمعات، لذلك تعد من أدوات النخبة الاجتماعية، وأصحاب القرار، للتحكم بالعامّة من أفراد المجتمعات، لأن سياسة وسائل الإعلام تلك غالباً ما تكون مسيرة من أصحاب النفوذ، فالرسالة الإعلامية التي يتم العمل على أن تصل إلى المتلقي لتكرس واقعاً ما، لها مرجعياتها المحددة، من أجل تبرير هذا الواقع وفق ما يخدم مصالح أصحاب النفوذ المتحكمة بوسيلة الإعلام، كاستراتيجية صناعة الثقافة في المنطقة العربية عن طريق قولبة الوعي الفردي والجماعي، وهناك أيضاً استراتيجية إنشاء المعاني وتشكيل الصورة الذهنية، حيث تلعب وسائل الإعلام الاجتماعي الدور الأكبر في تشكيل الصور الذهنية المسبقة عند المتلقين، بسبب انتشارها الواسع، ووصولها إلى أكبر عدد من الناس من دون رقابة، فتقوم بعملية تكرارية للمضمون، وبالتالي ترسيخه، دفعاً نحو تشكيل جملة من المشاعر المعينة لدى المواطن، أما استراتيجية الاستئثار العاطفية فهي الأخطر، حيث من خلالها تقوم وسائل الإعلام الاجتماعي بتشكيل وعي الجمهور.^{١٢}

ومن خلال هذه الاستراتيجيات تفعل وسائل الإعلام الاجتماعي دورها في خلق، وابتكار، وتصعيد الأزمات الدولية، حيث أنها تمارس عملها بمنهجية، ودقة وفق منظومة محضّر لها مسبقاً ضمن خطط تطبيق البرامج المحصلة لمصالح وأهداف فئات معينة لها من الاستفادة الكثير من خلال تصعيد تلك الأزمات، وعلى الأخص الاقتصادية منها، والسياسية الأمنية، كثورات الربيع العربي، وما شهدته الساحة الإعلامية من مغالطات، وتزويرات، ومحاولات لتغيير السمة العام لواقع ما كان يحصل على الأرض، بهدف تدجين المتظاهرين، والأخذ بهم نحو المنحى الذي تريده قوى الغرب من أجل السيطرة والتحكم على دول منطقة المتوسط الزاخرة بالموارد الأولية والتي بات النقص فيها يشكل تهديداً كبيراً لعمالة الدول الصناعية، الأمر الذي دفع بها إلى تطوير، وتنظيم وسائل الإعلام الاجتماعي، بحيث تدخل إلى بيت وخصوصية كل مواطن، ما يسهل الأمر عليها لخلق منظومة من الجمهور المدجن، والمسير، نحو خلق، أو تصعيد أزمة من هم معاشي يومي، إلى تغيير مسار حياة شعوب بأكملها، حيث أن تطور وسائل الإعلام جعل منها أداة مشاركة في شن الحرب النفسية عن طريق الصحف والإذاعات ومواقع التواصل الاجتماعي، لما لها من التأثير على إدراك الأفراد، وعادةً ما تسبق الحرب النفسية الأسلوب العسكري، وتقوم بالتمهيد له في الأوساط الداخلية، والدولية، من أجل كسب التأييد والشرعية كما حصل في الحرب على العراق ٢٠٠٣م من قبل الاحتلال الأمريكي، والذي قام بحقق الرأي العام العالمي بفكرات ومبررات، للقيام بعملية الحرب على العراق، كما أن الحرب النفسية قد العمل الاقتصادي، أو الدبلوماسي، من أجل تنفيذ سياسة إثارة الجبهة الداخلية للجانب المضاد، أو العمل على التكثيف من الحملات الإعلانية، التي من وظيفتها أن تقوم بتوجيه الرأي العام لدعم موقف ما، أو مناهضته.^{١٣}

وكون وسائل الإعلام باتت ملازمة لحياة الناس وهمومهم، وجب عليها أن تتحلى بجملة من الأدبيات أهمها :

- ١ - أن تقوم بتزويد المتلقي بالمعلومات الدقيقة والسليمة، وخاصة تلك المتعلقة بالشؤون العامة.
 - ٢ - لزوم احترام القيم الاجتماعية الخاصة بكل بيئة وإقليم، وإن تساهم في التنشئة الوطنية.
 - ٣ - الارتقاء بالذوق العام للمتلقي من خلال نشر المضمون الهادف والمدرّس.
 - ٤ - لزوم إجراء دراسة للمجتمعات التي تتوجه إليها وسائل الإعلام من أجل التعرف على حاجاتها الرئيسية، ومكامن الفساد فيها، ومحل الأزمات الحقيقية داخلها.
- من خلال هكذا قيم تستطيع وسائل الإعلام الاجتماعي أن تكون الطرف الدام لحل أزمات الدول، أو التخفيف من وطأتها، لا أن تكون عاملاً رئيسياً في مفاقمتها، وتصعيدها، إلا أن هذه الأدبيات باتت تفتقر حتى ضمن وسائل الإعلام المحلية لدولة من الدول، بسبب المرجعيات المسيطرة على وسائل الإعلام الاجتماعي، والتي غالباً ما تكون على صراع ونزاع طبقي، أو طائفي، أو سياسي.^{١٤}
- مراحل التغطية الإعلامية للأزمة :**

- ١ - التغطية الإعلامية العشوائية : وعادةً ما يكون ذلك في بداية الأزمات، نتيجة لقلة المعلومات والبيانات، والإحاطة الكاملة بالأزمة، ومعطياتها، وأسبابها، وعادةً ما تنتظم هذه التغطية في ذروة الأزمة وترجع إلى الاتساق والانتظام.
 - ٢ - التغطية الإعلامية المنظمة للأزمة : وذلك عندما تتضح الخطوط العريضة للأزمة والمعالم الرئيسية لها، وتتحسر الآثار التي تمخضت عنها، وهنا يتم تسخير كافة الإمكانيات المادية والبشرية من أجل التغطية الإعلامية للأزمة، والعمل على التزويد بالمعارف الكافية للفئات المستهدفة، وهنا يستوجب على الكادر الإعلامي التركيز على أن يتم تحقيق التواصل السليم مع الوسائل الإعلامية، وأن يحقق نوع من التنسيق مع غرفة عمليات الأزمة، وأن يكون في حالة متابعة دائمة ومستمرة لتطورات الأزمة وأحداثها، ومتابعة إعلام الجهات المعادية والرد عليه من خلال المعلومات الحقيقية والصادقة، كما يجب عليه أن يقوم بتهيئة الفئة المستهدفة بما يتوقع من نتائج هذه الأزمة، والعمل على إصدار خطاب إعلامي موجه للجهات الخارجية.
 - ٣ - مرحلة التكييف بين التغطية الإعلامية وواقع ما بعد الأزمة : فهنا تقل التغطية الإعلامية، نتيجة لتأثرها بالأحداث التي توصلت إليها الأزمة، حيث أن كثير من المواقف الإعلامية تتغير بعد المستجدات التي تحدث في ظل مرحلة ما بعد الأزمة، وفي هذه المرحلة يبدأ الإعلام بالتدخل، من أجل وضع الخطط والاستراتيجيات التي من شأنها أن تتعامل مع الواقع الجديد الذي أنتجته الأزمة.^{١٥}
- حيث يلعب الإعلام الحالي والحديث دوراً هاماً كأحد عناصر أدوات المنظمة أو الدولة في تغطيتها لإدارة الأزمات، بالنظر لما يتوفر له من قدرات فنية، ومرونة عالية، تتمثل في التحرك بسرعة كبيرة، وتخطيه للحدود، وتخطيه للمعوقات بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة، ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد، والتوجيه الفكري للجمهور، في المجتمعات المختلفة، ولما له من دور وسيطي كقديم المعلومات، وشرح أهمية ومضمون الحدث، والتخفيف من القلق والتوتر، والعمل على بناء التوافق الاجتماعي، كما تشير بعض الأبحاث والدراسات إلى أن الأزمة تؤدي إلى مساندة أدوار وسائل الإعلام، بما ينسجم مع بناء الوفاق، والتخفيف من حدة التوترات الناجمة عن الأزمات، إلا أن هناك رأي مخالف يجد أن تداخلات الأزمات، والإجراءات التي تفرضها ستؤدي إلى تعظيم الأزمة، كما لا يخفى أن الأزمات لا تجذب اهتمام وسال الإعلام الاجتماعي فحسب، إنما تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام تلك، حيث تصبح أكثر استخداماً، ومتابعة، فإن حركية الأزمة، والسرعة التي تتم بها، تتسجم مع الخصائص

العامّة لشبكات التواصل الاجتماعي، في حال التوظيف الجيد لها، من أجل الوصول إلى حل ومعالجة لهذه الأزمة.^{١٦}

البرنامج الإعلامي وجدولته أثناء الأزمة :

ويمكن تحقيق ذلك من خلال عدة استراتيجيات أهمها :

١ - الجدولة المركزة : والتي تعني أن تقوم الوسيلة الإعلامية بتقديم مكثف للرسالة ولفترة زمنية محددة، ويمكن تكرارها بحسب درجة التأثير التي تحدثها.

٢ - الجدولة المستمرة : والتي تعني أن تقوم الوسيلة الإعلامية بالتركيز على مضمون معين على امتداد فترة الحملة، وبصورة مستمرة، ولكن تختلف الأساليب والطرق.

٣ - الجدولة المتقطعة : والتي تعني أن تقوم الوسيلة الإعلامية بتقديم المضمون في أوقات زمنية منعزلة طوال فترة قوام الأزمة، مع وجود احتمالية للتوقف، ومن ثم المتابعة، وعادةً ما يتم القيام بهذه الجدولة من أجل إحداث تغيير في الاتجاهات السلبية، وخلق تيارات جديدة.

فمن الصعب أن تقوم وسائل الإعلام بتقديم حقائق الأزمة كاملة، وقد يكون إخفاء جزء من حقائق الأزمة، هو خطوة في حلها، إلا أنه من الضروري الحد من الشائعات، والتفقيطات، والتي بإمكانها أن تعلي من سقف تفاقم الأزمات، والتي هي نوع من الاستراتيجيات التي تعتمد على كثير من وسائل الإعلام الاجتماعي من أجل تشويه الحقيقة، وهذا ما اعتمدته تشرشل في الحرب العالمية الثانية، وكان يكرر مقولته الشهيرة : ((المعلومة الصحيحة ثمينة جداً في زمن الأزمة، وتستوجب حمايتها بسور من الأكاذيب))^{١٧}.

ونظراً لخصائص شبكة الانترنت من التفاعلية والتي هي آلية للتواصل بين اتجاهين، ولكل طرف فيه مقدرة التأثير على العملية الاتصالية ضمن الوقت الذي يتناسب مع الوجهة التي يراها، وخاصية التنوع ضمن عناصر العملية الاتصالية، والتي عملت على توفير جملة من الخيارات الواسعة للمتلقى ليقوم بتوظيف العملية الاتصالية وفق ما يحتاجه، كما أن خاصية التكامل من تخزين، وطباعة، وتسجيل، وخاصية الآنية، والتي تتعلق بالوقت القياسي الذي قد يستغرقه المتصل لإرسال وتلقي الرسائل، وخاصية حرية التعبير عن الرأي من دون قيد كنوع من البرلمان المفتوح حيث يقوم أي كان بالتعبير عن رأيه، كلها خصائص وميزات جعلت من وسائل الإعلام الاجتماعي مفتاحاً رئيسياً في حل، وجدولة الأزمات على اختلاف أنواعها، بل ووأعطته الحق الشرعي للتحكم في هذه الأزمات، وتوجيهها وفق المنظور المشكل من قبل الرأي العام المسير له من قبل هذه الوسائل الإعلامية، لتغدو المسألة سيف ذو حدين، بإمكانه حل أعقد الأزمات وتسويقها من جهة، كما يمكنه في نفس الوقت المماطلة، والتشويش عليها لتأخذ مدى أبعد مما كان متوقعاً لها كالأزمات المتعددة التي عانت منها دولة العراق منذ بدء الاحتلال الأمريكي لها، والنزاعات الداخلية، والصراعات الإقليمية والطائفية، كلها كانت تحدث ضمن خطة إعلامية ممنهج لها، من أجل عدم السماح بحل أزمة الاحتلال.^{١٨}

الخاتمة :

ومن خلال ما سبق استطعنا التعرف على المعنى العام لاتصال الأزمات ووسائل الإعلام، فهي الاتصالات التي تجريها العلاقات العامة بالمؤسسة عند حدوث الأزمة، وعادةً ما تتصف بالعداء والسلبية، كونها تجري في ظروف غير عادية، ووسط أجواء مشحونة، لذلك يجب عليها أن تتعامل مع التغطية السلبية لوسائل الإعلام، كما تعرفنا على أنواع الأزمات بحسب التكوين : أزمة في مرحلة الميلاد، أزمة في مرحلة النمو - في مرحلة النضج - في مرحلة الانحسار - في مرحلة الاختفاء، أما بحسب معيار تكرار الأزمة فهناك : الأزمة المتكررة الحدوث - الأزمة الفجائية العشوائية غير المتكررة، أما حسب مستوى العمق فهناك :

الأزمة الهامشية التأثير، السطحية، والأزمة البالغة التأثير، والعميقة، أما بحسب درجة الشدة : فهناك الأزمة المتفجرة العنيفة، وهناك الأزمة الناعمة، الهادئة، أما بحسب الشمولية : فهناك الأزمة ذات الطابع الجزئي، الخاصة، وهناك الأزمة الشمولية، أما بحسب الموضوع : فهناك الأزمة المادية، الأزمة المعنوية، الأزمة المختلطة، أما بحسب المظهر، فهناك الأزمة المفاجئة، الأزمة العلنية الصريحة، الأزمة الضمنية المستترة، الأزمة الزاحفة، كما تعرفنا على أهمية اتصالات، وإعلام الأزمات، حيث أن التشاركية، والتفاعلية، والتي هي من سمات الإعلام الاجتماعي دورها في رصد آخر الأخبار والتطورات المتعلقة بالأزمات، بالإضافة إلى سمة الحضور الدائم غير المادي، عن طريق الرسائل النصية، والصور، والمعلومات، كلها سمات عامة أعطت الإعلام الاجتماعي أحقية الفاعلية في أي أزمة من الأزمات التي قد تلحق بإحدى الدول، أو إحدى القطاعات، حيث تتجلى الأهمية في المقدرة على الإحاطة الكاملة فيما يخص هذه الأزمات، كما عرضنا إلى مراحل تطور الأزمات، من المرحلة التحذيرية، إلى مرحلة الولادة، إلى مرحلة الانفجار، إلى مرحلة الانحسار، كما أشرنا إلى مجموعة المنظومات الإعلامية كالإعلام الوطني القومي، والإعلام الإقليمي، والإعلام الدولي، كما تعرفنا على دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تصعيد الأزمات فمن خلال استراتيجياتها تفعل وسائل الإعلام الاجتماعي دورها في خلق، وابتكار، وتصعيد الأزمات الدولية، حيث أنها تمارس عملها بمنهجية، ودقة وفق منظومة محضرها مسبقاً ضمن خطط تطبيق البرامج المحصلة لمصالح وأهداف فئات معينة لها من الاستفادة الكثير من خلال تصعيد تلك الأزمات، وعلى الأخص الاقتصادية منها، والسياسية الأمنية، كثورات الربيع العربي، وفي مراحل التغطية الإعلامية للأزمة من العشوائية، إلى المنظمة، إلى مرحلة التكيف بين التغطية الإعلامية وواقع ما بعد الأزمة، إلى آلية البرامج الإعلامية في جدولتها للأزمات من الجدولة المركزة، إلى المستمرة، إلى المنقطعة، إلى خصائص وميزات جعلت من وسائل الإعلام الاجتماعي مفتاحاً رئيسياً في حل، وجدولة الأزمات على اختلاف أنواعها، كالأزمات المتعددة التي عانت منها دولة العراق منذ بدء الاحتلال الأمريكي لها، والنزاعات الداخلية، والصراعات الإقليمية والطائفية، كلها كانت تحدث ضمن خطة إعلامية ممنهج لها، من أجل عدم السماح بحل أزمة الاحتلال.

المراجع:

١. أحمد اسماعيلي، أيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، باحث في سلك الدكتوراه في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة - المملكة المغربية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثامن، أغسطس ٢٠١٩م.
٢. د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ط١، الرياض، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م.
٣. خالد سعيد، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي، أزمة الربيع العربي نموذجاً، إشراف : عبد الإله عبد القادر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، كلية العلوم الإسلامية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، أحمد بن بلة، ٢٠١٦ - ٢٠١٧م.
٤. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار، وتكريت،

من ١ - ٣ - ٢٠١٣ ولغاية ١ - ٦ - ٢٠١٣ م)، جامعة البتراء الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١٣ م.

٥. راند، رصد وسائل التواصل الاجتماعي عبر تحليلات وزارة الدفاع الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل دعماً لعمليات المعلومات، سانتا مونيكا، كاليفورنيا، ٢٠١٧ م. National

.Defense research Institute

٦. شوقي بوشارب، اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات (مديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال وعلاقات عامة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٤ - ٢٠١٥ م.

٧. لواء جبار جمعة، اتجاهات طلبة الجامعات العراقية نحو تغطية الحراك الشعبي العربي في وسائل الإعلام العراقية (جامعة أهل البيت نموذجاً)، إشراف : حميدة سميسم، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الفصل الأول ٢٠١٢ - ٢٠١٣ م.

٨. نسرین عبدالله محمود عمران، إشراف أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، دور الصحافة السعودية في التعامل مع " الأزمات والكوارث " دراسة تحليلية لصحف عكاظ، والرياض، والوطن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، أيار ٢٠١١ م.

٩. هامل مهدية، اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالات لوحدات من المؤسسات الصناعية والخدمية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم على الاجتماع، ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩ م.

١٠. يحيى نقي الدين، الجهود التواصلية للنخب الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية لأزمة انخفاض أسعار النفط نموذجاً، بحث مقدم للمنتدى السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال ٢٠١٦ م.

٢ - ينظر شوقي بوشارب، اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات (مديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال وعلاقات عامة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٤ - ٢٠١٥ م، ص ٢٢.

٣ - ينظر د. أيوب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ط١، الرياض، ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م، ص ٩ - ٢٢.

٤ - ينظر هامل مهدية، اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالات لوحدات من المؤسسات الصناعية والخدمية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم على الاجتماع، ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩ م، ص ٢٦.

٥ - ينظر شوقي بوشارب، اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات (مديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي نموذجاً)، ص ٣٥ - ٣٦.

- ^٦ - ينظر يحيى نقي الدين، الجهود التواصلية للنخب الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية لأزمة انخفاض أسعار النفط نموذجاً، ص ١٠ - ١١.
- ^٧ - ينظر د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، ص ٦٩ - ٧٠.
- ^٨ - ينظر نسرين عبدالله محمود عمران، إشراف أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، دور الصحافة السعودية في التعامل مع " الأزمات والكوارث " دراسة تحليلية لصحف عكاظ، والرياض، والوطن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، أيار ٢٠١١م، ص ٣٦.
- ^٩ - ينظر د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، ص ١٨ - ٢٤.
- ^{١٠} - ينظر رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار، وتكريت، من ١ - ٣ - ٢٠١٣ ولغاية ١ - ٦ - ٢٠١٣ م)، جامعة البتراء الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١٣م، ص ٤.
- ^{١١} - ينظر راند، رصد وسائل التواصل الاجتماعي عبر تحليلات وزارة الدفاع الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل دعماً لعمليات المعلومات، سانتا مونيكا، كاليفورنيا، ٢٠١٧م، ص ٢٧ - ٢٨. National Defense research Institute
- ^{١٢} - ينظر أ. أحمد اسماعيلي، أيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، باحث في سلك الدكتوراه في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة - المملكة المغربية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثامن، أغسطس ٢٠١٩م، ص ٦٩ - ٧١.
- ^{١٣} - ينظر خالد سعيد، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي، أزمة الربيع العربي نموذجاً، إشراف : عبد الإله عبد القادر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، كلية العلوم الإسلامية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، أحمد بن بلة، ٢٠١٦ - ٢٠١٧م، ص ٧٣.
- ^{١٤} - ينظر لواء جبار جمعة، اتجاهات طلبة الجامعات العراقية نحو تغطية الحراك الشعبي العربي في وسائل الإعلام العراقية (جامعة أهل البيت نموذجاً)، إشراف : حميدة سميسم، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الفصل الأول ٢٠١٢ - ٢٠١٣م، ص ٢٥ - ٢٦.
- ^{١٥} - ينظر شوقي بوشارب، اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات (مديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي نموذجاً)، ص ٤١ - ٤٢.
- ^{١٦} - ينظر يحيى نقي الدين، الجهود التواصلية للنخب الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية، دراسة تحليلية لأزمة انخفاض أسعار النفط نموذجاً، ص ١٢.
- ^{١٧} - ينظر د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، ص ٦٤.
- ^{١٨} - ينظر رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار، وتكريت، من ١ - ٣ - ٢٠١٣ ولغاية ١ - ٦ - ٢٠١٣ م)، ص ٣٣ - ٣٤.