دور الإعلام الجزائري في إدارة الأزمات الداخلية (الصحافة الجزائرية المكتوبة أنموذجا).

د. قادري حسين /أ. جلول مختار
جامعة باتنة - الجزائر -

مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام أدوارا ووظائف مختلفة على المستوى الفردي والاجتماعي، ومع التطور الذي عرفته هذه الوسائل تطورت هذه الوظائف، ولم يعد الإعلام ناقلا للأحداث والوقائع فحسب كما كان من قبل، بل أصبح عاملا مهما في إدارة الأزمات وتسييرها من خلال اقتراح الحلول اللازمة والعمل على جمع مختلف الأطراف المتصارعة وتقريب وجهات النظر بينها، ففي أوقات الأزمات والحروب والكوارث التي عرفتها المجتمعات الإنسانية ساهمت وسائل الإعلام بدرجة كبيرة في إدارتها، فظهر تخصص جديد يسمى إعلام الأزمات، إضافة إلى الإعلام الحربي واعلام الكوارث، والذي يقوم على إستراتيجية معينة في معالجة وتغطية الحروب والأزمات وإدارتها في مختلف مراحلها، فهناك إدارة قبلية تسبق مرحلة الأزمة وتقوم على بث رسائل تحذيرية والتنبيه عن مختلف الأخطار والإشارات التي تطلقها الأزمة في بداياتها الأولى، ثم تأتي المرحلة الثانية من الإدارة الإعلامية والتي تتمثل في إدارة ومعالجة الأزمة أثناء وقوعها وتستند في ذلك على نقل كل تطوراتها وأحداثها ومستجداتها، ولا تتوقف الإدارة عند هذا الحد فحسب بل تتطلب معالجة بعدية تقوم على تقييم أوضاع الأزمة وآثارها الناجمة، فالإدارة الإعلامية المثلى هي التي تقوم على إدارة الأزمة في مختلف مراحلها والتخطيط الجيد لها قبل وقوعها من خلال التنبؤ بها وتحذير صانعي القرار السياسي منها خاصة في الأزمات الداخلية التي تعرفها الدول وإبلاغ الجماهير بها أيضا، ثم تأتي مرحلة التغطية المباشرة لأحداث وتطورات الأزمة من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات وتوفير مصادر الأخبار وضمان تغطية ومعالجة شاملة ومتوازنة وموضوعية في نفس الوقت إلى غاية انتهاء الأزمة، لتأتي مرحلة التقييم فيما بعد والتي تشمل رصد لمختلف الخسائر والأضرار الناجمة عنها، وتحديد مستويات القصور في إدارة الأزمة من كافة المستويات السياسية والاجتماعية وحتى الإعلامية.

وسنحاول من خلال هذا المقال أن نكشف عن الدور الذي يلعبه الإعلام الجزائري في أوقات الأزمات مع تركيزنا على الصحافة الجزائرية المكتوبة كأنموذج، إذ سنقارب أداء هذه الأخيرة ونسقطه على أزمة غرداية التي تظهر ككل مرة إلى الواجهة وتختفي.

1) مدخل لإعلام الأزمات:

إن العلاقة بين الإعلام والأزمات هي علاقة ينظر إليها على أساس التكامل والتداخل، فالإعلام عامل مهم في إدارة الأزمات، وذلك من خلال ضمانه لسيرورة تدفق المعلومات داخل المجتمع وتغطيته المتواصلة لمختلف تطورات الأزمة، ومراقبته لما يحدث في البيئة المتأزمة ونقله لمختلف الطروحات، ولدور الفاعلين السياسيين في ذلك، وجهودهم لكبح الأزمة وحلها، ومنع نشاطها من جديد، والممارسة الإعلامية في أوقات الأزمات تختلف عن الأوضاع الأخرى التي يمر بها المجتمع، إذ لابد من إعلام خاص لإدارة الأزمة يتوفر على كل شروط المهنية والمصداقية والموضوعية، لأن أي خطأ سيكلف ذلك غاليا ويزيد من درجة التوتر ويؤدي إلى انحراف الأحداث واستمرار نشاط الأزمة وتغذية أسبابها، خاصة في ظل انتشار الشائعات.

وفي هذا السياق فإن للإعلام "تأثيرات خطيرة وكاملة ذات أبعاد ومضامين متعددة وتأثيرات متباينة، وهي في الوقت نفسه أحد العوامل الرئيسية، وأداة من أدوات إدارة الأزمة، فالإعلام أداة لصنع الأحداث والتأثير على مجرياتها وعلى اتجاهاتها كوسيلة لنقل أخبارها، وذلك لما يتوفر للإعلام من قدرات هائلة تساعد على انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود وتخطي العوائق عبر العديد من الوسائل المسموعة والمرئية والمقروءة، ولما له من قدرة على التأثير النفسي على الأفراد والتحكم في سلوكياتهم وفي توجيههم."[1]

ويطلق غالبا على الإعلام الذي يواكب الأزمة ويغطيها وينقلها للرأي العام مصطلح إعلام الأزمة، إذ يقدم الدكتور عبد الرزاق الدليمي تعريفا لهذا المفهوم، يرى من خلاله أن إعلام الأزمات مفهوم يراد به:

"تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها واحتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت والمحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور الكافي مع مراعاة وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات المندلعة بحيث لا تسبب ذعرا وهلعا وردودا سلبية لدى المواطنين."[2]

يتضح من هذا أن "وقوع الأزمة يعطي لوسائل الإعلام فرصة التنافس في نقل الأخبار لأن التغطية الإعلامية للأزمات تمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي، وهذه الحالة كانت مجال بحث ودراسة من قبل الباحثين والمتخصصين، وأصطلح على تسمية ذلك بإعلام الأزمات."[3]

وهناك جانب أخر لمفهوم إعلام الأزمات يتجلى من خلال "الانطلاق من إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم تعتمد على التخطيط الإعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية لتوحيد الخطاب الإعلامي وانتاج رسائل إعلامية واتصالية متوافقة في إطارها العام من أجل التصدي لأية شائعات تجد في هذه الأزمات تربة خصبة لانتشارها."[4]

إن إعلام الأزمات هو "مفهوم علمي يقوم على أسس مهنية تتفاعل مع الحدث لحظة وقوعه وترسم رؤية لما يمكن أن يقع بعد ذلك بحيث ينطلق إعلام الأزمات من إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم تعتمد على التخطيط الإعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية، لتوحيد الجهد الإعلامي وانتاج رسائل إعلامية واتصالية متوافقة في إطارها العام."[5]

إن مفهوم إعلام الأزمات ارتبط بمكانة ودور وسائل الإعلام في مختلف مراحل الأزمة، فنتيجة لتطور وسائل الإعلام وازدياد حدة الأزمة، ظهرت الحاجة إلى ضرورة توظيف الإعلام في مختلف مراحل الأزمة لإمداد الجمهور بمختلف التطورات ولمعالجة الأزمات وإدارتها، وهذا المفهوم حديث لم يظهر ويتطور إلا في الخمسين سنة الأخيرة، ومهما اختلفت وتعددت المفاهيم الخاصة به إلا أنه يشير في الغالب إلى حالة استثنائية في الممارسة الإعلامية وتغطية وسائل الإعلام للأزمات وإدارتها والتعامل معها في فترة زمنية معينة، من خلال صياغة رسائل إعلامية محددة وواضحة وإيصالها لجمهور الأزمة، فهذا النوع من الإعلام يعتبر بمثابة جسر لإيصال الأخبار والمعلومات من بيئة الأزمة ومحيطها إلى الجمهور المتعطش لمعرفة الأزمة وتطوراتها ونتائجها خاصة إذا علمنا أن البحوث الخاصة بهذا النوع الإعلامي تؤكد حاجة الجمهور واعتماده الكبير على وسائل الإعلام كمصادر لاستقاء أخبار الأزمة ومعرفة جديدها، وهو جوهر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تؤكد ارتباط الجمهور بوسائل الإعلام في الأوقات الحرجة التي يمر بها المجتمع خاصة في فترة الكوارث والأزمات والاضطرابات المختلفة.

2) دور الإعلام في إدارة الأزمات.

أ. الإعلام وإدارته لمرحلة ما قبل الأزمة.

إن مرحلة ما قبل الأزمة هي المرحلة التي تسبق ظهور الأزمة، فهذه الأخيرة لا تحدث مباشرة دون سابق إنذار بل تطلق ما يسميه البعض بالإشارات المبكرة تكون بمثابة إنذارات للأزمة، تدفع المجتمع إلى ضرورة الاستعداد لها قصد مواجهتها، وتؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في هذه المرحلة يتمثل في جس نبض أطراف الأزمة والكشف عن أسبابها وإبراز إشاراتها الأولى والتحذير منها من خلال التنبيه المستمر للرأي العام وللسلطة السياسية ودفعها إلى اتخاذ إجراءات أولية للحد من وقوعها والاستعداد لمواجهتها، وإذا ما لعب الإعلام دوره على أكمل وجه في هذه المرحلة، فإن آثار الأزمة وأضرارها لن تكون كبيرة، لأنه سيكون هناك وعي بها لدى كل الجهات والأطراف مما يتطلب استعداد مسبق للحد منها، ففي الأزمات الداخلية مثلا والتي تكون لأسباب عرقية أو طائفية فإن وعي الدولة بذلك يستوجب اتخاذ إجراءات حاسمة في هذا الأمر، تتمثل في معالجة المشاكل التي لها صلة بذلك، كالإسراع في تحقيق مشاريع تنموية في المناطق المعنية أو دعوة هذه الأطراف للحوار والتشاور، أو حتى تعزيز الجانب الأمني بنشر القوات الأمنية داخل هذه المناطق وغيرها من الحلول الاستباقية التي قد تأتي بمفعولها وتجنب المجتمعات مثل هذه الأزمات، فإعلام الأزمات يستشعر مثل هذه الأزمات مبكرا وينذر بوقوعها ويحذر مسبقا منها.

إن من مهام الإعلام في هذه المرحلة هو "تجنب وقوع الأزمة بالتعرف المبكر على مصدرها ومدى خطورتها عبر مراحلها الأولى وتحديد مداها الزمني، فالأزمة لا تنشئ من فراغ ولكل أزمة مقدماتها وأسبابها، ومن هنا تأتي أهمية الدراسات الإعلامية الاستطلاعية لقضية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وإعداد سيناريوهات لها بمفاهيم استباق تلك الأزمات ومنعها، ولن يتحقق هذا إلا بتوفير المعلومات الموثقة، علما أن لكل أزمة سماتها الخاصة وليس هناك بالضرورة تطابق بين أزمتين."[6]

والإعلام يمكن أن يلعب دورا في "تهيئة الجمهور أو المواطنين لاستقبال الأزمة وبث روح الطمأنينة وإثراء روح العمل الجماعي وتشجيع التطوع والمشاركة الفعالة، وعلى الإدارة الإعلامية أن تبث المعلومات الصادقة وتطلع عليها الجمهور أولا بأول، وأن تزرع الثقة في المؤسسات الحكومية القائمة على معالجة الأزمة، فبالثقة يتحقق التعاون مع هذه الجهات إذا ما كانت صورتها الذهنية ايجابية."[7]

إن الإدارة الإعلامية للأزمة قبل وقوعها تستوجب تحقيق ثلاثة مهام رئيسية بحسب الخبراء والمتخصصين في مجال إعلام الأزمات، وإذا ما تحققت هذه المهام فإن وسائل الإعلام ستساهم في احتواء الأزمة والسيطرة عليها منذ بدايتها، وتتمثل هذه المهام فيما يلي:

- **إشباع الجوع إلى الإعلام:** تتضمن هذه الخطوة توفير كم معلوماتي عن الأزمة ومحيطها، ومعالجة ذلك في قوالب إعلامية مناسبة وتقديمها للجمهور ذات الصلة بالأزمة حتى يكون أكثر دراية بما يحدث وما يدور حوله، "ففي المرحلة الأولى من تغطية الأزمة تستطيع القيادة الإعلامية الخبيرة والمؤهلة أن تعبر عن رأيها وموقفها من خلال المنظور الذي يقدم به المعلومات والوقائع والحقائق، ومن خلال نوعية هذه المعلومات، وطريقة معالجتها وصياغتها وترتيبها وأشكال تقديمها يتم تحديد هذا المنظور في ضوء الإستراتيجية العامة لإدارة الأزمة."[8]

- **التغطية التحليلية والنقدية:** لا تعتمد وسائل الإعلام عند تغطيتها للأزمة على تغطية إخبارية تقوم على نقل الأخبار وتزويد الجماهير بها فحسب، بل لابد أن تقدم تغطية تحليلية ونقدية لمختلف أحداث وتطورات الأزمة حتى يستطيع تفسير مختلف جوانب الأزمة (الأسباب، الآثار، التطورات)، "إذا لابد من اعتماد منهج تحليلي تفسيري نقدي، يتعرض للأبعاد المختلفة للأزمة ويحلل أسبابها، ويلقي ضوءا على مواقف الأطراف المختلفة ويساهم في زيادة بلورة تشخيصها وتوضيحها بشكل شامل وعميق، وضمن السياق الذي نشأت فيه وتطورت، وفي ضوء الإستراتيجية العامة التي حددتها هيئة الأركان المركزية* لإدارة الأزمة."[9]

- **البعد اللغوي للأزمة (حرب المصطلحات):** إن اللغة عموما ليست محايدة وإنما لها دلالات ومعاني في سياق معين، لذلك لابد على القائمين بالإعلام خصوصا في أوقات الأزمات الحذر قدر الإمكان عند استعمال الكلمات والرموز اللغوية، لأن هذه الأخيرة إما أن تكون لها مساهمة في تهدئة الأوضاع وطمئنة الجمهور، وإما أنها تؤدي إلى شحنهم وتزيد من توترهم وبالتالي تصعد من وتيرة الأزمة.

لذلك يصاحب كل أزمة "صراع في المصطلحات المستخدمة أو حول المون الذي يحتويه المصطلح الواحد، فلابد أن تحسم هيئة الأركان المركزية أمرها، وأن تحدد مصطلحاتها، وأن تعمم هذه المصطلحات وأن

تشرف القيادة الإعلامية على استخدامها في وسائل الإعلام كافة، وحتى في المساهمات التي يقدمها كتاب من خارج المؤسسات الإعلامية."[10]

ومنه يستوجب على أعضاء فريق إدارة الأزمة إعلاميا مراقبة كل ما يحرر حول الأزمة إعلاميا قبل نشر ذلك أو إذاعته في مختلف الوسائل المكتوبة والسمعية البصرية وحتى الالكترونية الخاصة والعمومية لضبط كل ما ينشر للحفاظ على الأمن والوحدة ولتفادي كل ما يثير الرأي العام ويزيد من درجة التوتر والصراع.

وإذا ما نظرنا إلى دور الصحافة المكتوبة كوسيلة من وسائل الإعلام قبيل الأزمات فإنها تلعب "دورا بارزا في مرحلة ما قبل الأزمة، كما أنها تمتد إلى مشاركة المجتمع في إدارة أزماته والتصدي لها عند وقوعها، فالصحافة لها أهميتها في التنبؤ بوقوع الأزمات من خلال دورها الرقابي والتوعوي والتثقيفي والإخباري وغير ذلك من الأدوار التي تمارس في نطاق ميثاق الشرف الصحفي ومبادئه، ويمكن إجمال أهم الأدوار التي تقوم بها الصحافة في هذه المرحلة في أنها تقوم برصد المشكلات والأزمات التي يتعرض لها المجتمع والتنبؤ بوقوعها، وتأتي هذه المهمة انطلاقا من اهتمام الصحافة بمراقبة البيئة الداخلية والخارجية والإطلاع المستمر على أحوال المجتمع وما يمر به من أحداث، وتمثل تلك المهمة مرحلة اكتشاف الأزمات المحتملة الوقوع من خلال رصد التغييرات والتجاوزات في المجتمع."[11]

وإذا نظرنا إلى أداء الإعلام الجزائري عموما والصحافة خصوصا فإن هناك بعض الصحف لم تهتم أصلا بهذه المرحلة على غرار الجرائد الوطنية الواسعة الانتشار سواء العربية منها أو الفرنسية كالمجاهد والشعب والشروق والوطن والخبر...الخ، لأنها ببساطة تامة لم تستطع أن تستشعر هذه الأزمة أو تحذر من وقوعها، رغم أن أحداثها كانت تتجدد من حين لأخر، فالاهتمام الإعلامي بها لم يكن إلا بعد انفجار هذه الأزمة، وهذه هي المشكلة التي يقع فيها الإعلام الجزائري في بعض الأحيان إذ أنه لا يعالج أو يدير القضايا والأحداث إلا بعد وقوعها، فمثلا في الكارثة التي عرفتها الجزائر العاصمة وتحديدا فيضانات باب الواد في 2001 يقول الدكتور أحمد حمدي عن أداء وسائل الإعلام الجزائرية عموما بما فيها الصحافة المكتوبة: "يأتي النقد الموجه للإعلام الجزائري وسلوكه إزاء هذه الكارثة، ويمكن أن نحدد الإشكال التي يمكن بواسطتها التخفيف أو التقليل من حدة هذه المأساة الكارثية، فقد كان بإمكانه أن يستشعر الحاسة الإعلامية، ويبادر إلى دق ناقوس الخطر، بل وقد كان من واجب الإعلام المحلي، وأعني هنا بالضبط الإذاعات المحلية مثل البهجة ومتيجة، إضافة إلى المحطات الوطنية وخاصة التلفزة ...الخ أن تقوم بدورها."[12]

فقد كان بإمكان وسائل الإعلام الجزائرية المكتوبة منها أو السمعية البصرية أن تعمل على تعبئة الرأي العام ودفع السلطة لاتخاذ التدابير اللازمة في مرحلة ما قبل حدوث الأزمة أو الكارثة، خاصة إذ علمنا أن مصالح الأرصاد الجوية أطلقت نشرية خاصة قبل خمسة أيام تحذر من حدوث كارثة محتملة بسبب قدوم أمطار غزيرة ورياحا قوية ...الخ.

من خلال ما سبق يمكن أن نستشف أن أداء الصحافة الجزائرية في مرحلة ما قبل الأزمة هو أداء واحد فكثيرا ما كانت تقع هناك مناوشات بين طرفي الصراع في غرداية مثلا بسبب أمور كثيرة كالعقار والسكن ومباريات كرة القدم المحلية كلقاء الناديين المحليين لمدينة القرارة والذي كان يخلف ككل مرة جرحى وإصابات في أوساط الجماهير، إلا أن الصحافة الجزائرية لم تقدم ذلك إلى الرأي العام أو للحكومة من أجل تدارك الأمر بطرحها لحلول استعجالية وتوزيعها العادل لقطع الأراضي بالتساوي بين الطرفين العربي والمزابي، فوظيفة الصحافة في هذه المرحلة هي استشعار الخطر وطرح الحلول وتنبيه السلطة والرأي العام بما قد يحدث مستقبلا، وبهذا يمكن للمجتمع أن يتجاوز الأزمة محتملة الوقوع.

ب. الإعلام وإدارته لمرحلة الأزمة.

إن دور الإعلام في مرحلة وقوع الأزمة يتطلب مضاعفة الجهود أكثر من أي مرحلة، فإذا فشلت وسائل الإعلام في إدارة الأزمة قبل وقوعها، فإن إدارتها بعد وقوعها تظل حتمية لابد من تحقيقها، لأنه يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام من طرف الجمهور في هذه المرحلة أكثر من أي وقت مضى، كما أن المهمة الإخبارية لوسائل الإعلام تتزايد من أجل ضمان تدفق الأخبار داخل النظام الاجتماعي ومكوناته ولتتبع سيرورة الأزمة وتطوراتها وهذا حتى يكون الجمهور على صلة بما يحدث في البيئة المحيطة به، إذ ينبغي أن نشير إلى "أن إدارة الإعلام أثناء الأزمة يرتبط بالنسيج الاجتماعي والاقتصادي والبنية السياسية والأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع، إذ من الاستحالة بمكان إيجاد وصفة جاهزة يمكن تطبيقها على كل أزمة وعلى كل بلد، ولاسيما وأن وسائل الإعلام تسعى إلى إشباع جوع الجماهير للمعلومات التي يجب أن تقدمها بالسرعة والوضوح والدقة المطلوبة وفق سياسة مرسومة."[13]، ويكون ذلك بشكل محايد أو غير محايد.

فالمطلوب من وسائل الإعلام أن تكون على قدر كبير من السرعة والدقة في تغطية الأزمة ومواكبتها، لأن هذه الأخيرة تتسم بالتعقد والتشابك في الأسباب، كما يتطلب منها أن تكون على مستوى عالي من الحياد والا اعتبرت جزء من الأزمة.

إن مساهمة وسائل الإعلام في إدارة الأزمات أثناء وقوعها يكون من خلال الحرص على الأمور التالية:[14]

- ❖ أهمية الدور الوسيطي الذي تقوم به وسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق بتقديم المعلومات وشرح أهمية الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي وأيضا تخفيف التوتر والقلق الذي يصاحب الأزمة.
- ❖ أن الأزمة تؤدي إلى دعم ومساندة أدوار وسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق ببناء الوفاق وتخفيف التوتر وهناك من يرى أن ظروف الأزمة وما تفرضه من تدخلات وقيود وإجراءات سوف تؤدي إلى تحجيم دور الإعلام خاصة ما يتعلق بتقديم المعلومات وشرح مغزى الأحداث وأهميتها.
- ❖ تجذب الأزمة اهتمام وسائل الإعلام ولكن في المقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام الذي يصبح أكثر تعرضا لها، وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام.

ففي أوقات الأزمات "فإن المراقبة والمحاسبة لوسائل الإعلام تكون أقوى راشد في الكثير من المجتمعات، وفي كل الأحوال فإن من حق الجمهور أن يتعرف ويطلع على الأحداث والأزمات."[15]

هذا عموما عن الأداء الإعلامي ودوره في إدارة الأزمات عند وقوعها، فإذا ما أخذنا نموذج الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية ودورها في إدارة الأزمات فإنها "عادة ما تهتم وفق هذا الدور بالتعمق في دراسة الأسباب التي أدت لوقوع الأزمات، وتحليل رأي المتخصصين وإجراء المقابلات مع المتضررين من الأزمة وشهود العيان في موقع الأزمة والرجوع إلى بوادر الأزمة والدوافع التي تراكمت وأدت إلى وقوعها، وتختلف المعالجات الصحفية وفق توجهات وسياسات الصحف سواء قومية أو حزبية أو مستقلة، إلا أن الصحافة عند تحليلها لموقف الأزمة يمكن أن تلتزم بعدة مبادئ منها: عدم الحكم على مسببات الأزمة وإصدار الأحكام قبل انتهاء جهات التحقيق القانونية منعا لإثارة الرأي العام وعدم المبالغة والتهويل أو التهوين من شدة وخطورة الأزمة."[16]

إذا أسقطنا هذا الدور المنوط بالصحف أثناء إدارة الأزمات، فإن الصحافة الجزائرية عند إدارتها وتغطيتها لأزمة غرداية لم تتعمق في فهم الأسباب المحركة للصراع بمنطقة وادي مزاب، فإما أنها تتجاهل ذلك أو أنها ترجعه لأسباب هي في حد ذاتها غامضة كالسبب المرتبط بالمؤامرة الخارجية التي تستهدف المنطقة، فهذا في حد ذاته غير معقول بدليل أن هذه الصحف لم تحدد هذه الجهات، هذا

من جهة ومن جهة أخرى لم تذكر حتى الجهات الداخلية التي تنفذ في هذه المؤامرة، ولم تقدم مؤشرات واقعية تثبت فعلا أن هذه الأزمة سببها خارجي، كما أن بعض الصحف الجزائرية عند تغطيتها لهذه الأزمة لم تكلف نفسها عناء إجراء مقابلات مع المتضررين من هذه الأزمة من جراء الحرق والتخريب والتهجير من الطرفين المالكي والاباضي واكتفت فقط بالقالب الصحفي الخبري في رصد تطورات هذه الأزمة، فمن خلال اطلاعنا على عينة مختارة لكل من جريدتي الخبر والشروق اليومي والمحددة ب 24 عدد لكل جريدة خلال فترة الأزمة التي عرفتها غرداية نهاية شهر نوفمبر 2013 والتي امتدت على مدار ستة أشهر حتى نهاية شهر أفريل 2014 وجدنا أن جريدة الخبر اعتمدت على 38 خبر صحفي من مجموع 51 موضوع تناولته الجريدة أي ما نسبته 74.50%، أما عن جريدة الشروق فوظفت في هذه الفترة 23 خبر صحفي من أصل 39 مادة صحفية تناولتها الجريدة وذلك بنسبة 58.98%، ونفس الشيء بالنسبة للاعتماد على شهود العيان كمصادر في استقاء الأخبار وتحليلها، زيادة على ذلك عدم إعطاء سياق تاريخي عن هذه الأزمة وبداياتها لتزويد القارئ بذلك ووضعه في السياق العام لها، خاصة وأنها تتكرر من حين لأخر.

إن ما يستنتج من خلال ما سبق أن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في إدارة الأزمات أثناء وقوعها من خلال لعبها لدور الوساطة بين محيط الأزمة والجمهور وربطه هذا الأخير بما يحدث وتفصيل ذلك أكثر وتزويده بالأخبار والمستجدات الراهنة عن الأزمة وتطوراتها وتحليلها لجذور ومسببات هذه الأزمة وانعكاساتها على أفراد المجتمع، وتعبئة الرأي العام لمواجهة ذلك وتجنيده لتقديم يد العون والمساعدة للجهات الرسمية من أجل إيجاد حل لهذه الأزمة، فضلا عن تنسيقها بين مختلف الفواعل الأمنية والسياسية في فريق إدارة الأزمات، وبهذا فإذا كان الإعلام في مجتمع الأزمة قويا وفاعلا فإن مساهمته تكون أكبر في إدارة الأزمة وتجنب وقوعها من جديد.

ج. الإعلام وإدارته لمرحلة ما بعد الأزمة.

لا يتوقف دور وسائل الإعلام عند مرحلة وقوع الأزمة فقط، والعمل على تدفق الأخبار إلى الجمهور ومراقبة البيئة المتأزمة بل إن دوره مستمر إلى مرحلة ما بعد الأزمة، هذه المرحلة التي تتطلب تقييم مختلف الجهود المبذولة لإدارة الأزمات ورصد لمجمل الأضرار والآثار الناجمة عن هذه الأزمات وغير ذلك، ويتحدد دور الإعلام في هذه المرحلة من خلال:[17]

- ❖ عدم التوقف فجأة عن تناول الأزمة، فعلى الرغم من تراجع أهمية الأزمة على أجندة الأحداث، يجب التدرج في تخفيف درجة التركيز عليها حتى لا تترك الجمهور في فراغ قد تسعى لملئه مصادر أخرى.
- ❖ التركيز على استخلاص العبر والدروس، بالاعتماد على الكوادر الإعلامية وقادة الرأي والمتخصصين، ومن شأن ذلك أن يسهم في ترسيخ التأثير الذي استهدف في المرحلتين السابقتين.
- ❖ ضرورة إجراء عملية تقييم شاملة لإدارة الأزمة إعلاميا.

إن وسائل الإعلام في مرحلة ما بعد الأزمة تكون لها مهام تقييمية من خلال قيامها "بدراسة ما قام به الإعلام، والتركيز على الجوانب الايجابية لتنقيتها ومعالجة السلبيات"[18]، إضافة إلى عرضها ونقدها لعمل فريق إدارة الأزمة، وما هي النجاحات التي حققها؟ وما أسباب الفشل في ذلك؟ وذلك بتحليل جوانب النجاح والفشل المترتبة عن عملية إدارة الأزمة.

ويرى الدكتور أديب خضور في سياق حديثه عن مهام الإعلام في مرحلة ما بعد الأزمة أن تشمل عملية التقييم الإجابة عن مجموعة من التساؤلات المرتبطة بذلك منها "كيف كان أداء الإعلام عموما؟ ومدى واقعية ومرونة البرامج الموضوعة، ومصاعب تنفيذها ومواقف الكادر وسلوكه وأداء الوسائل الإعلامية المختلفة، واستجابة الجمهور، ومجابهة الإعلام المضاد...الخ، ورفع دراسة شاملة عن التجربة كلها إلى هيئة الأركان المركزية."[19]

إن للصحافة المكتوبة دورا معتبرا في إدارة الأزمة وحتى في مرحلة ما بعد الأزمة إذ "تؤدي دورا بارزا في تلك المرحلة في حالة اهتمامها بتتبع الأزمات والقاء الضوء على جوانب إدارتها من قبل الأجهزة المعنية بها، ومن تلك الأدوار متابعة جهود المؤسسات في إدارة الأزمة ورصد الجوانب الايجابية والسلبية في إدارتها، كما تمارس الصحافة أنشطة تقييمية لما حدث وتوجه الأنظار نحو أهمية الاستعداد للأزمات إلى جانب الضغط على المؤسسات الصحفية بتطوير مجال صحافة الأزمات والتعامل معها."[20]

وإذا ما رجعنا لسيناريو معالجة الصحافة الجزائرية لأزمة غرداية في هذه المرحلة أي ما بعد الأزمة نرى أنها لم تعتمد أصلا على المعالجة في هذه المرحلة، فبمجرد انتهاء الأزمة وتوقف نشاطها تتوقف معها التغطية وتطوى صفحة هذا الملف، فلا يقيم الإعلام الجزائري عموما والصحافة خصوصا نتائج هذه الأزمة، ولا حتى دور المؤسسات الحكومية الرسمية في ذلك كأجهزة الأمن وجهود وزارة الداخلية

والحكومة، وكأن المعالجة الصحفية مرتبطة فقط بتجدد الصراع داخل هذه المنطقة، باستثناء البعض على غرار جريدة الخبر التي رصدت في أحد أعدادها خسائر تجار المنطقة جراء أعمال الحرق والنهب.

والأجدر بالصحافة الجزائرية في هذه المرحلة أن تعالج ذلك من خلال تنقلها ومعاينتها لكل المتضررين من جراء هذه الأزمة من التجار والمواطنين كمعاينة المحلات والبيوت التي تعرضت للنهب والحرق وضحايا هذه الأزمة، وإحصاء لعدد المتضررين من كلا الجانبين أي الطرف المزابي والعربي، ورفع تقرير إعلامي مفصل عن الأزمة للسلطات المحلية والأمنية بالمنطقة وحتى للسلطات المركزية من أجل مساعدة هؤلاء الضحايا والتكفل بهم، مع تقييمها لكل الأطراف الفاعلة في إدارة هذه الأزمة بدأ من عمل الحكومة ودورها في تهدئة الأوضاع وحل هذه الأزمة إلى دور مجالس الأعيان وشيوخ المنطقة في ذلك، ورصد لسلبيات هذه الإدارة وكشفها حتى لا تتكرر من جديد، كالأخطاء التي وقعت فيها الحكومة أو الأجهزة الأمنية وحتى الأجهزة الإعلامية باعتبارها جزء من فريق إدارة الأزمة.

الخاتمة:

من خلال ما سبق يمكننا أن نخلص إلى أن دور الإعلام الجزائري ممثلا في الصحافة المكتوبة في إدارة الأزمات الداخلية هو دور لا يتعدى مستوى التغطية الصحفية الظرفية والتي ترتبط في الغالب بوجود تطور في منحنى الأزمة وبلوغها مرحلة الذروة وذلك مقاسا على ما تخلفه من نتائج على المستويين المادي والبشري، وسرعان ما تنتهي هذه التغطية بمجرد نهاية الأزمة أو توقفها، وهو ما يطرح اهتمام الصحافة الجزائرية في أغلب الأحيان بمرحلة ذروة الأزمة وإغفال باقي المراحل الأخرى على غرار مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة ما بعد الأزمة، على الرغم من أنهما مرحلتين مهمتين تؤثران في الأزمة ايجابا وسلبا، وبالتالي فإن الصحافة الجزائرية على العموم استطاعت أن تغطي بعض الأحداث، فالإدارة الإعلامية الناجحة للأزمات هي التي تعتمد على توظيف وسائل الإعلام في مختلف مراحل الأزمة بدءا من مرحلة ما قبل وقوعها من خلال جس نبضها واستشعار أسبابها الجوهرية وتنبيه المجتمع وإخطاره بها حتى تكون مختلف الجهات على استعداد دائم لحدوثها، ثم تتواصل الجهود الإعلامية في مرحلة حدوث الأزمة وذلك بإمداد الجمهور بالأخبار والمعلومات المرتبطة بالأزمة وتقديم كل المستجدات في حينها حتى لا يكون هناك تعتيم أو تضليل من بعض الجهات، وحتى لا يقع الجمهور في مرحلة فراغ إعلامي وعزلة عن تطورات هذه الأزمة، ولا تتوقف الأمور عند هذا الحدث بل تتواصل إلى مرحلة ما بعد الأزمة التي يكون فيها نشاط وسائل الإعلام نشاطا تقييميا لفريق إدارة الأزمة لمحاولة تصحيح الأخطاء والفجوات التي وقعت من قبل.

قائمة الهوامش

[1]- علي عجوة، كريمان فريد،**إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات**، عالم الكتب، القاهرة، ، 2008، ط2، ص209.

[2]– عبد الرزاق محمد الدليمي،**الإعلام وإدارة الأزمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ط1، ص193، 194.

[3]– إسماعيل عبد الفتاح،**الإعلام وإدارة الأزمات**، دار العالم العربي، القاهرة، 2012، ط1، ص112.

[4]– عبد الرزاق الدليمي، **الإعلام وإدارة الأزمات**، مرجع سبق ذكره، 194

[5]– نفس المرجع، ص194

[6]– أحمد يوسف القرعي،**الإعلام وإدارة الأزمات في عالم متغير**، مقال متوفر على الرابط: **http://www.ahram.org.eg/archive/2004/12/31/opino.html** تاريخ النظر2015/02/20، الساعة 10:00.

[7]– محمد بن سعيد الشعشعي،**إدارة الإعلام للأزمات**، مقال متوفر على الرابط: **http://alroya.com/ar/writer-blogs.html.**تاريخ النظر 2015/02/20، الساعة 10:30.

[8]– علي فلاح الضلاعين وأخرون، **الإعلام إدارة الأزمات**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان ، 2014، ص132.

* يقصد بهيئة الأركان المركزية في الغالب فريق إدارة الأزمة على اعتبار أنه الجهاز الأول المسئول عن ذلك.

[9]– أديب خضور،**الإعلام والأزمات**، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ،1999، ط1 ، ص90.

[10]– على فلاح الضلاعين وأخرون،**الإعلام وإدارة الأزمات**، مرجع سبق ذكره، ص137، 138.

[11]–محمد عبد الوهاب حسن عشماوي،**دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية**، ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2013،ط1 ، ص96.

[12]– أحمد حمدي، **الخطاب الإعلامي العربي أفاق وتحديات**، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2002، ص129.

[13]– علي بن فايز الجحني،**الرقابة الإعلامية في وقت الأزمات**، ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، أعمال ندوة الإعلام الأمني العربي وقضاياه ومشكلاته، السعودية، 2001، ط1، ص137.

[14]– عادل صادق، **الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ، 2007، ط1، ص40.

[15]– عصمت عدلي،**الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، ص201.

[16]– محمد عبد الوهاب حسن عشماوي،**دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية**، مرجع سبق ذكره، ص102.

[17]– حمدي شعبان،**الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات،القاهرة، 2005، ص260.

[18]– قدري عبد المجيد،**اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات**، ، دار الجامعة الجديدة، القاهرة،2008، ص350.

[19]– أديب خضور، **الإعلام والأزمات**، مرجع سبق ذكره، ص99.

[20] محمد عبد الوهاب عشماوي،**دور الصحف في إدارة الأزمات**، مرجع سبق ذكره، ص105.