

الصحافة الإلكترونية السعودية وأزمة كورونا رؤية نقدية 2020 ط/م. ميعاد عامر آل غنوم¹

The Saudi electronic press and the Corona crisis Critical vision 2020

تاريخ النشر: 2021/09/15

تاريخ القبول: 2021/08/21

تاريخ الاستلام: 2021/07/10

ملخص:

تعتبر الصحافة الإلكترونية من المنصات الإعلامية ذات الحضور الملحوظ في الحدث الإعلامي حيث ان السرعة في تلقي المعلومة ونشرها وإتاحتها لجميع القراء عبر شبكة الانترنت من مميزات الصحافة الإلكترونية كما أنها تطورت كثيرا عن الصحافة التقليدية في عدة مهام فالسرعة والمرونة أهمها،

وتبعاً لذلك فإن الصحافة الإلكترونية وقت الأزمة تسعى لبث الاخبار المستجدة والمتطورة حول الحدث كما ينبغي اصاله للمتلقي على كافة النطاقات فدور الصحافة يكمن في جعل المتلقي حاضر لكل ماتنص عليه القرارات والقوانين الصادرة من الجهات العليا والتي تصب في حماية الانفس وتسعى للمصلحة العامة.

وما يؤثر على أداء الصحافة في هذه الاثناء هو انتشار الشائعات وقت الأزمة بشكل سريع يصعب الحد منه أو إيقافه فتسعى الصحف لكسب ثقة الجمهور والجهات العليا بالالتزام بالمصداقية أولاً وأخيراً في كل ما يتم نشره خصوصاً مع كثرة المعلومات التي يتعرض لها الفرد وقت الأزمة.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الإلكترونية، الأزمة، كورونا، المعالجة الإعلامية.

Abstract

The electronic press is one of the media platforms with a significant presence in the media event, as the speed in receiving and publishing information and making it available to all readers via the Internet is one of the advantages of electronic journalism, as it has evolved a lot from the traditional press in several tasks, speed and flexibility are the most important.,

Accordingly, the electronic press at the time of the crisis seeks to broadcast new and advanced news about the event as it should be authenticated to the recipient on all levels. The role of the press lies in making the recipient present to all what is stipulated in the decisions and laws issued by the higher authorities, which are aimed at protecting themselves and seeking the public interest.

What affects the performance of the press in the meantime is the rapid spread of rumors at the time of the crisis that is difficult to limit or stop. Newspapers seek to gain the confidence of the public and the higher authorities by committing themselves to credibility first and foremost in everything that is published, especially with the large number of information that the individual is exposed to at the time of the crisis.

Keywords: electronic journalism, crisis, corona, media treatment

¹ المؤلف المرسل: ميعاد عامر آل غنوم ، جامعة الملك خالد عسير المملكة العربية السعودية، MEAAD1996@hotmail.com

مقدمة:

عندما تعرض العالم لأزمة صحية بسبب فايروس كورونا covid19 حظيت هذه الأزمة باهتمام مكثف عابر للحدود من الوسائل الإعلامية والمواقع الإخبارية وقنوات التواصل مما يوفر للجماهير فرصة الحصول على الأخبار والتفاصيل والتحليلات والمعلومات عن هذه الجائحة حيث تعتبر الصحافة الإلكترونية السعودية مرجعا مهما للجماهير للبحث والتحري عن كافة مجريات ومستجدات الأزمة ومتابعتها أولا بأول حيث أن جائحة كورونا تسببت في تدفق هائل من المعلومات عبر الصحف الإلكترونية مما يتطلب عناية إضافية لتقليل مخاطر الأزمة بدلا من زيادتها حيث تتمتع وسائل الإعلام بتأثير ملحوظ في تشكيل الرأي العام واتخاذ القرار، وتعتبر الصحافة الإلكترونية مواكبة للحدث وسريعة في إمداد المتصفح بالمعلومات والأخبار التي يتحرى عنها وهذا يعني بأنها تتخطى الصحافة التقليدية بعدة مراحل من حيث السرعة وطريقة تقديم المعلومة ووصولها للمستخدم حيث لا يعيقها الارتباط بوقت محدد في تقديم الخبر وإخراجه للجمهور فالمرونة والسرعة في مواكبة الحدث طبيعة الصحافة الإلكترونية، كما تحظى بقاعدة جماهيرية كبيرة يتسع نطاقها إلى منظور عالمي بعيد المدى يستطيع الوصول من خلال المواقع الإخبارية إلى كافة الأخبار حول العالم وتتيح الصحافة الإلكترونية للمستخدمين المشاركة التفاعلية من حيث خلق محتوى اتصالي أو إبداء الآراء والاقتراحات في المواقع التي يتردد عليها المستخدم.

كما ان الصحافة الإلكترونية تتحمل عبئا هائلا في إبقاء الناس على اطلاع دائم لما يتم نشره وكيفية معالجة الرسالة الاتصالية ووصولها للمتلقي فالأهم ليس ما يقال، ولكن كيف يقال؟ وعلى هذا النحو يمكن للصحف الإلكترونية إما أن تخفف أو تزيد من حدة الأزمة وهذا ما قد يؤثر على ردة فعل الجماهير اعتمادا على الأخبار والمعلومات التي تم التعرض لها.

1. مدخل تعريف للصحافة الإلكترونية السعودية وأزمة كورونا

1.1. تعريف الصحافة الإلكترونية

هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت ، وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية في توفير المادة الصحفية خبر ، تعليق ، مقال ، تقرير ، تحقيق (.....) على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية Commercial Online Service . (أبو رشيد، ص91، 2020).

2.2. تعريف الأزمة:

إن مصطلح الأزمة أصبح من المصطلحات المتداولة على جميع الأصعدة وفي مختلف المستويات الاجتماعية، وعالم الأزمات عالم حي ومتفاعل وله أطواره وخصائصه وأسبابه، حيث تتأثر به الدولة أو الحكومة فيتأثر به أصغر كائن موجود في المجتمع البشري. (اليازجي 2011، ص129-228).

2. وسائل الإعلام وأزمة فايروس كورونا

1.1. دور وسائل الإعلام تجاه الأزمة

في ضوء الضوابط التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام عند التعامل مع الأزمات نجد أن الإعلام يمر بثلاث مراحل لتحقيق دور فاعل في معالجة الأزمة وهي على النحو التالي: (عشماوي، 2013، ص81)

اولا: مرحلة نشر المعلومات:

في بداية الأزمة يواجه الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وأثارها وأبعادها، وعلى هذا فان السرعة في جمع المعلومات ونشرها على الجمهور بمصداقية وشفافية تمثل عنصر

النجاح في إدارة الأزمة وتلبي حق الأفراد في الحصول على المعلومات أولا بأول.

ثانيا مرحلة تفسير المعلومات:

أي تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة مما يساعد على استجلاء الحقائق وتفسيرها وتحليلها واحتواء أثارها.

ثالثا: مرحلة الوقاية:

وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحصارها حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها بل يجب أن يتعدى الدور الاعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الاعلام للجماهير طرق الوقاية بأسلوب التعامل مع الأزمات المتشابهة.

كما يشير الباحث محمد الشبيري إلى وجود جوانب مهمة يجب مراعاتها عند حدوث الأزمات من قبل وسائل الإعلام وهي: إعلام الجماهير بحدوث الأزمة والتعهد بتوصيل المعلومات وشرح التفاصيل تباعا، من الضروري أن يكون هناك تنوع في استخدام وسائل الإعلام بما يتناسب مع خصائص كل جمهور. (الدليمي، 2012، ص 207)

أكدت العديد من الدراسات أن الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل الأزمات، وتظهر أهمية وسائل الإعلام أيضا في مجال السيطرة على الشائعات التي تنتشر بسرعة بالغة وقت الأزمة، والتي تكون لها أحيانا تداعيات سلبية على معالجة الأزمة، فهي غامضة بطبيعتها ومن الصعب معرفة مصادرها لعدم توافر المعلومات الكافية عنها. (مكاوي، 2005، ص 147).

تعد الأزمات مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام وتحظى بتغطية على نطاق واسع، وتسعى الوسائل الإرضاء جماهيرها حيث أن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق في النفس البشرية فالناس في حاجة إلى أن يعرفوا الأخبار وخاصة الأخبار السيئة، ووفقا لرأي هاريسون فإن الأزمات والكوارث والفضائح والحوادث الطارئة تكون جوهر الأخبار المؤثرة وتحظى بتغطية واسعة من قبل وسائل الإعلام. (الدليمي، سابق، ص 330)

يرى أغلب علماء الإعلام والمتخصصون أن دور الإعلام لا يبدأ فقط عندما تبدأ الأزمة وانما ينبغي أن يبدأ قبلها وهذا وفقا لقدراته على جمع المعطيات اللازمة لبناء الإستراتيجيات والسياسات المطلوبة من قبل القادة السياسيين، لا سيما وأن وسائل الإعلام تساهم في توضيح الصورة العامة للحياة في المجتمع وتبرز المشاكل التي تواجهه وتقترح سبلا لمواجهتها، كما يمكنها التعريف بالآراء والاتجاهات السائدة بين الجماهير وفي الأوساط الرسمية على حد سواء. (الدليمي، سابق، ص 197)

من هذا المنطلق يمكن إبراز دور وسائل الإعلام في التصدي للأزمات بمجالاتها المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية ومدى الاستثمار الأمثل لهذه الوسائل من طرف الجهات الرسمية لدفع مساراتها في ظل التعددية الإعلامية والتطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال وتوفير البدائل الاتصالية المختلفة من صحف واذاعات وقنوات تلفزيونية وانترنت. (الدليمي، سابق، ص 197)

وقد لخص الدكتور أديب خضور أهمية الإعلام ودوره أثناء الأزمات في: (المساعدة، 2012، ص 161-160).

1- يشكل الإعلام خط التماس الأول مع الأزمات، إذ أن الإعلام وموضوعه ودورته، أمور تجعله الجهة الأكثر تأهيلا للتعامل مع الأزمات منذ مراحلها المبكرة جدا، وذلك بعكس الكتب والأبحاث والأفلام والمسرحيات التي تحتاج إلى وقت للتعامل مع الأزمات.

2- أصبح الإعلام المعاصر الشاشة العريضة التي تتسع لمعالجة الظواهر والأحداث والتطورات في كافة المجالات، وهذا ما يفسر تعدد وتوسع وتعمق الهوامش والجسور المشتركة بين الإعلام والعلوم والمجالات

الأخرى، ان اهتمامات الإعلام عامة ومتنوعة تتسع لتشمل مجالات الحياة كافة، كما إن خطابه عام ومنشتر، ويتسع ليشمل شرائح المجتمع كافة.

3- لم يعد الإعلام هو الأسرع في نقل ومعالجة الأحداث والظواهر والتطورات بل اصبح الأكفأ في ترسيخ الصور وتكوين المعاني المتعلقة بها، الأمر الذي يعزز وجوده وقوة تأثيره.

4- لقد أدى تراجع التجربة الشخصية المباشرة كأساس لتكوين الرأي في حياة الفرد المعاصر إلى تزايد أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام، إذ أصبح ما تقدمه هذه الوسائل، وليس الواقع أو التجربة المباشرة هو الأساس لتكوين آراء الناس، وتحديد مواقفهم ونمط سلوكهم.

يستطيع الإعلام أن يسهم في عملية إعادة تقدير الموقف هذا باعتباره المجال المرتبط ، والمعبر عن المجالات الأخرى كافة، بالإضافة إلى كونه الجهة الأكثر وضوحا في التعامل مع الأزمة، ويمثل التخطيط منهجا ووسيلة تعتمد عليهما الدولة فيما تهدف إليه من غايات مطلوب تحقيقها، لهذا تأتي أهمية استعمال التخطيط في التعامل مع الأزمات واحتوائها، ويسهم الإعلام في عملية التخطيط لإدارة الأزمة انطلاقاً من أن الإعلام هو الذي يكون في الواجهة عند مواجهة الأزمة وفي الغالب تتجه الأنظار والسماع لمتابعة الأزمة من خلال وسائل الإعلام، انطلاقاً من ذلك تأتي أهمية العمل على استمرار الخدمات الحكومية وغير الحكومية التي يحصل عليها الأفراد أثناء حدوث الأزمة الإرهابية، مع تحديد مسؤولية القيادات المسؤولة عن هذه المؤسسات في استمرارية هذه الخدمات . ويحظى المنظور الإعلامي في إدارة الأزمات بأهمية متزايدة حيث يعد مكوناً أساسياً من مكونات المزيج التكاملي في دراسة الأزمات، وهو المزيج الذي يفترض أن كل أزمة تحمل في طياتها بعض العلاقات المتداخلة والمركبة من الأمور الفردية والجماعية الداخلية والخارجية. وتبرز أهمية البعد الإعلامي من خلال الدور الذي تقوم به أجهزة الإعلام في تزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة أثناء الأزمة، ويمتد هذا الدور لما بعد انتهاء الأزمة بهدف محو آثارها فالقاعدة الأساسية والأولى في مثل هذه الحوادث الكبرى هي التعامل الصحيح مع الأزمة إعلامياً. بمعنى عدم إخفاء الحقائق أو التستر عليها وتوفير المعلومات الدقيقة والصحيحة لرجال الإعلام والصحافة. فتلك هي القضية المهمة أو بداية الخروج الصحيح من الأزمة، وأعني به التعرف على حقيقتها. يلاحظ أن مواجهة الأزمات واتخاذ إجراءات التعامل معها يمثل أحد السبل للحد من أضرارها أو الوقاية منها، لأن اتخاذ الإجراءات والبرامج التي تواجه الأزمات يعمل على احتوائها ومواجهتها. (الكردوسي، 2008، ص82)

2.2 المعالجة الإعلامية وقت الأزمة

تمر المعالجة الإعلامية عبر عدة خطوات منهجية وهي: (بوسعدة، 2020)

1. الاستحواذ على الحدث او الأزمة ومحاولة فهم وإدراك حيويتها بشكل دقيق متى ظهرت؟ وكيف بدأت؟ وماهي أسبابها؟
2. إصدار بيان اللازمة وانتقاء ما يناسبه من بيانات وتفاصيل مع اظهار التعاطف الإنساني لجماهير الأزمة مثل استعمال بعض الجمل التي توحى على التعاطف والشعور بالطرف الآخر « نحن قلقون مما حدث».
3. اجتماع فريق اعلامي واتصالي بسرعة لتحديد السبل ولتوزيع المهام لمواجهة هذه اللازمة بشكل ملائم.
4. إقرار استراتيجية للتعامل مع هذه الأزمة من خلال تقييم الموقف بشكل هادئ وبصفة دقيقة وبحدود ساعتين من الزمن بعد انفجار الأزمة.
5. تحديد الجماهير المستهدفة للاتصال معها داخل المؤسسة وخارجها، خاصة المتأثرين بنتائج الأزمة بشكل مباشر وغير مباشر.

6. صياغة رسائل الاتصال مع جماهير المؤسسة وتضمينها في بيان صادر في الدقائق الأولى ويشمل على تفاصيل الأزمة وبث الطمأنينة في نفوس الجماهير.

7. معالجة وسائل الإعلام للأزمة بشكل دقيق من خلال تزويد الجماهير بالمعلومات والبيانات وعقد المؤتمرات الصحفية وذلك لتصحيح المعلومات اثناء حدوث نشر سلبي اثناء الازمة او ظهور الشائعات.

8. إعداد خطة استراتيجية إعلامية ينبغي اتباعها من قبل الفريق الإعلامي للأزمة مع التركيز على مايلي:

- سرعة الاتصال بالمتأثرين بالأزمة بشكل مباشر والاستجابة لطلبات ضحايا الأزمة.
- الاتصال بالمواقع القريبة من بؤرة الأزمة لمعرفة تفاصيل الأزمة وكيف حدثت؟ وماذا جرى؟
- الحرص على مركزية المعلومات التي يجب أن تصدر من الفريق الإعلامي للأزمة.
- الاتصال بالأشخاص المناسبين في الإدارة العليا في المؤسسة لتفصي المعلومات والإجراءات التي يتم اتخاذها.

• التصرف بسرعة وبشكل موضوعي مع وسائل الإعلام وتزويدها بالمعلومات الصحيحة والدقيقة لأن الساعات الأولى من الأزمة هي الساعات الجوهرية والحازمة.

• يجب أن يكون هنا ناطق رسمي للمؤسسة يقوم بمهمة مخاطبة الجماهير.

• التعاون الوثيق مع مندوبي وسائل الإعلام المختلفة.

• تفهم مشاعر وعواطف الجماهير خاصة المتأثرين بالأزمة واطهار التعاطف معهم.

• تقديم المعلومات بتفاصيلها الدقيقة باستمرار وإعلام الجماهير بتطورات الأزمة والإجراءات المتبعة لمواجهتها.

• المرونة في التعامل مع وسائل الإعلام وتزويدهم بالمعلومات والبيانات المرتبطة بتطورات الأزمة.

3. الصحافة الإلكترونية وأزمة كورونا

1.3 الصحافة الإلكترونية السعودية

هي وسيلة إعلامية سعودية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني بشكل دوري ، سواء كانت نسخة إلكترونية الصحيفة ورقية ، أو صحيفة إلكترونية مستقلة بذاتها . تستخدم تقنيات واليات حديثة في نشر محتوياتها ، فهي صحيفة مقروءة ومسموعة ومرئية. (باعثمان، سالم، ص144، 2019)

وتعمل الصحافة الإلكترونية السعودية على طرح الأخبار المستجدة حول أزمة فيروس كورونا المستجد الذي أدى إلى إعلان حالة طوارئ عالمية لما تسبب فيه من العديد من الآثار الاقتصادية والسياسية والصحية على العالم اجمع مع تزايد عدد الحالات المصابة وأعداد هائلة من الوفيات لذلك نجد أن نقل المعلومات العاجلة إلى الجمهور في الوقت الفعلي للأزمة يعتبر ضرورة يجب الانتباه فيها إلى تخفيف التعرض السلبي لوسائل الإعلام لذلك تحرص الصحف الإلكترونية على اختيار وتأطير الأخبار المستجدة وتصنيف ما يتم إبرازه والتركيز عليه في المادة الإعلامية ونشرها للجمهور الذي يعتمد على وسائل الإعلام المختلفة في تلقي المعلومات والأخبار حول الأزمة كما تختلف هذه الوسائل في طريقة تناول الأزمة ونقل الصور والأخبار وتحقيق وظائفها من خلال التركيز على تزويد القراء والجماهير بما يشبع رغبتهم وحاجاتهم في الحصول على المعلومات التي تبدد الشك والإشاعات من أذهانهم .

2.3 التفاعلية في الصحافة الإلكترونية السعودية

تتميز الصحافة الإلكترونية بقدرة المتلقي على التفاعل مع المنشور والقدرة على كتابة التعليقات والرد عليها كما أنها توفر مساحة للجمهور بالقدرة على نشر الأخبار بعدة طرق أما بالصور أو مقاطع الفيديو فهي تعتبر الأكثر انتشارا، وقد تؤدي هذه الميزة التفاعلية إلى فتح نوافذ شائكة للأشخاص الذين يستخدمون أسماء وأرقام وهمية تساعد على نشر التعليقات السلبية أو الشائعات التي تثير الخوف وترزعزع الأمن لدى المتلقي أو بث الأخبار التي قد تدعي إلى تشويه القرارات السليمة التي قد تتخذها معظم الجهات وتكون في صالح الجميع وقد يصعب وصول الجهات الرقابية لهؤلاء الأشخاص مما قد يؤثر على تصديق الاخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية السعودية.

4. رؤية نقدية للصحافة الإلكترونية أثناء الأزمة

4.1 أداء الصحافة الإلكترونية في ظل التطبيقات المستحدثة

إن تأثير تكنولوجيات الإعلام قد طال الصحافة كما هو حال جميع وسائل الإعلام الأخرى، لتضيف نفسها «الصحافة» داخل وسط شبكة المعلومات بدلا عن الورق، و تكون المساحة العالمية الانترنت «هي البيئة التي فضل الناشرون أن تكون الفضاء الجديد للصحافة العالمية، ليضيف الانترنت للصحافة خصائص متعددة، بعد أن أصبحت أرقام استخدام الانترنت و الكمبيوتر في ازدهار. انطلقت الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت، لتنشئ مشهدا إعلاميا، جديدا، واستفادت من الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات، و كانت سببا أساسيا في جعل المشهد الإعلامي في متناول الجميع بصورة كبيرة، وواضحة للعالم، و نتيجة لذلك صار المحتوى الإعلامي أكثر انتشار و سرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء و بذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد أنارت آفاقا عديدة، و كان لها عميق الأثر سواء على صناع القرار من ناحية أو من ناحية تشكيل الرأي العام. فمشاريع صحافة بلا أوراق، كانت الريادة فيها من قبل المؤسسات الصحفية ذاتها عبر المواقع الإلكترونية، حيث بات لكل صحيفة موقعها، بصرف النظر عن مكانة الصحيفة و بات الوصول إلى أي صحيفة يحتاج إلى ضغطة صغيرة على فارة جهاز الكمبيوتر، و هذا ما أحدث ثورة هائلة في مفاهيم و معايير العمل الصحفي. (بركون، 2010، ص6).

إن استراتيجيات عرض المؤسسة الصحفية على الانترنت يتطلب جهود كثيرة لإنتاج المحتوى وتطويره، و ظهور الصحافة الإلكترونية على الخط لم يكن ليتحقق دون إدخال أجهزة الكمبيوتر إلى قاعات التحرير، و الذي سمح للمؤسسات مباشرة تخزين الأرشيف و تشكيل مراكز البيانات للمقالات التي يمكن أن يستفيد منها مهني الإعلام و الجمهور.

4.2 مصداقية الصحافة في ضوء الأزمة

المصداقية هي نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة 4 مواقع الصحف الإلكترونية نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات، تستخدم فيه الفنون واليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات واليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة. (المرزوقي، 2020 ص63)

تعد مصداقية الصحفي من الركائز الأساسية في عمله اليومي والمهني، ويعد الصدق من عناصر الخبر الرئيسية، لكن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وسهولة عملية النقل الحي والمباشر، والمحسّنات التي دخلت على

عملية التصوير والنقل كلها ساعدت في خفوت وتراجع مصداقية الصحفي . إذ إن هناك نسبة عالية من الناس يعتقدون أن الصحفيين لا ينقلون الحقيقة لذلك فإن عنصر الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام غير متوفر أو لا يتسم بدرجة كبيرة من المصداقية ، وينقل صالح عن بعض الباحثين أن أسباب تناقص المصداقية بين وسائل الإعلام والجمهور تتمثل في عدة أسباب هي : (البدر، 2012، ص50)

أ- عدم دقة الصحفيين في نقل الأخبار .

ب- عدم عدالة الصحفيين في نقل الأخبار .

ج- عدم احترام خصوصية الحياة الخاصة للناس التي لا يرغبون بنشرها العامة .

د- احتقار أو عدم احترام بعض المناطق المهمشة الفقيرة

هـ- عدم الشعور بحساسية أو خصوصية بعض الأمور المتعلقة بالجنس والعرق والدين .

وعليه فإن على الصحفيين أن يلتزموا بالمعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة حتى يستعيدوا ثقة الناس بهم التي تأتي من خلال الالتزام بالقواعد المجتمعية العامة، وعدم انتهاك الحريات الشخصية والعرقية والدينية والجنسية ، لأن ما يكون مقبولا في مجتمع ما قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر بناء على منظومة القيم والأعراف والمعتقدات السائدة ، وإذا ما تعرف الصحفي على المعايير العامة والأخلاق الاجتماعية التي تنظم المجتمع الذي يعمل به قبل القيام بعمله ، فإنه سيعرف ما هي المهمة التي يقوم بها ، وسيعمل على تحسين المضمون الذي يقدمه عبر التزامه بأهم المعايير الأخلاقية وتحقيق مستوى مرتفع من المعايير المهنية . (مرجع سابق، ص50)

5. الآليات والحلول المقترحة للحد من انتشار الشائعات في الاخبار

يعد انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي إحدى المتغيرات الأساسية لاستهداف المجتمع ، وإفقاد الثقة في مؤسساته العتيدة ، وإعاقتها عن القيام بمهامها ، وتشويه وقائعها وإضعاف الروح الوطنية لدى الأفراد ، وإثارة البلبلة ضد النظام . وتزايد انتشار الشائعات خاصة في ظل أزمة كورونا (Covid19) يكمن في أن الشائعة إحدى آليات الحروب الحديثة (الحروب النفسية والعقلية وأن استخدامها في كافة الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها يرفع من معدل التأثير والخطر على المجتمع ، كما تتسم الشائعة بسرعة التداول والانتشار عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وهذا للطبيعة الآنية لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتي جعلت من الجمهور منتجا للرسالة الإعلامية وليس مجرد متلق ؛ لذا أصبحت الشبكة بيئة خصبة للتضليل ونشر الأكاذيب والأخبار مجهولة المصدر ، كما أنها الوسيلة الأمل والأسرع لإضعاف قوى المجتمع ، ومن هنا أصبحنا في أمس الحاجة إلى استخدام الموارد والقوى اللازمة لمراقبة وتصفية الأخبار ونشر ثقافة التحقق، ودعم الإيمان الكامل بالدولة لتحقيق السلم المجتمعي. (لطفي، 2012، ص49)

كما تشير البحوث التي أجراها « جانيس 1997، وشوماكيرورنر 1996 والخاصة بالعوامل التي تؤثر على محتوى الإعلام إلى وجود ثلاثة مصادر ممكنة على الأقل التأثير هي:-

1. يتمثل المصدر الأول في المؤثرات المرتبطة بالصحفي، حيث يقوم بصياغة أطر وتكوين معني للمعلومات التي يتلقاها، أما صياغة الأطر فيتوسطها متغيرات عديدة مثل الأيديولوجيات والاتجاهات والمعايير المهنية، وهي الأمور التي تنعكس في النهاية على الطريقة التي يصيغ بها الصحفي التغطية الإخبارية.

2. المصدر الثاني هو اختيار الأطر، إذ تتم عادة عملية الاختيار وفق مجموعة عوامل أو ما أطلق عليه « جانيس بالروتين التنظيمي مثل نوع التوجه السياسي

3. المصدر الثالث هو دور العوامل الخارجية في التأثير مثل السلطات والجماعات وأصحاب المصالح والرموز

السياسية.

وقد حاول الباحثون في مناقشتهم للعوامل التي تؤثر في بناء الإطار الإعلامي الربط بين مفهوم الأيديولوجية ومفهوم الإطار الإعلامي، حيث يعكس الإعلام تلك الأيديولوجية التي ينبثق منها، أو التي تعبر عنها الوسيلة الإعلامية وفي هذا الصدد حددتا « روي و جويانيكا Roy & Jyatic » ثلاثة أنواع من الأيديولوجيات يمكن أن تؤثر بدورها في الأطر الإعلامية المختلفة

وهي: - (حيدر، 2006، ص81)

- 1- الأيديولوجية السائدة في المجتمع ، وهي تعبر عن التوجهات العامة لأفراد المجتمع
- 2- أيديولوجية النخبة السياسية السائدة، وهي مرتبطة بالتوجهات السياسية العامة للحكومة والإدارة السياسية والأحزاب ، وغالبا ما تكون متسقة مع الأيديولوجية السائدة .
- 3- الأيديولوجية المهنية للقائمين بالعمل الإعلامي والمؤسسة.

لذلك من الضروري ان تعمل المواقع الإخبارية على تمحيص ومعرفة مصادر الاخبار المنقولة والمنشورة عبر العملية الاتصالية ابتداء بالمرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل اتباعا لآخلاقيات المهنة الصحفي وللمحد من انتشار الشائعات والايخبار المكذوبة التي لاصحة لها .

6. توصيات واستنتاجات

يتوجب على مواقع الصح الاخبارية التأكيد على أن إدارة الاخبار المنشورة في الأزمات مسألة تحتاج إلى الكثير من المهنية الصحفية والاحترافية، والقدرة على التسيير والإدارة والتخطيط، قبل التحكم في مسألة تنفيذ خطط وبرامج اتصال فعالة لعناصر المصداقية الصحفية.

والملاحظ أن كثيرا من الأزمات بدت صغيرة، ومحدودة الآثار، إلا أن سوء التحكم في إدارتها وإدارة العملية الاتصالية أثناء الأزمة، بدءا بمرحلة الاتصال ما قبل الأزمة والتخفيف منها أو تدميرها والمساعدة على التعرف عليها إلى الاتصال أثناء الأزمة حيث تعتبر مرحلة مهمة لمعرفة كل ما يدور وكل ما يساهم في تصاعد الأزمة ووصولها إلى مرحلة ما بعد الأزمة وهي مرحلة التعلم من الأخطاء السابقة وتحدد ما إذا كانت هذه الأزمة فرصة أم كارثة.

ولأهمية دور الصحافة وقت الأزمات لابد من الإعداد الكامل لفريق الأزمة بتوزيع المهام ومحاولة فهم وإدراك مجرياتها وأحداثها وأسبابها وكيف بدأت ليتمكن الفريق من مواجهة الأزمة ومعرفة مدى آثارها ومخاطرها والخسائر المترتبة عليها وتحديد المتحدث الرسمي المناسب ليكون مستعدا ومتوقع للأسئلة التي قد يواجهها أثناء المؤتمر الصحفي المتعلق بالأزمة، ولابد من مخاطبة الجماهير بلغة مطمئنة وغير مقلقة للتخفيف من هول الحدث وعدم إثارة الخوف والرعب فيهم وفي هذه الأثناء لابد من عدم إغفال عنصر الشفافية والمصداقية فالجمهور حريص جدا على معرفة كافة المجريات والأخبار والقرارات المتعلقة بالأزمة فالإعلام يلعب دورا كبيرا في تناول الأزمة على وسائل الاتصال الجماهيري وتصحيح المعلومات والمنشورات المسيئة للحدث وبذلك يتم ردع الشائعات والأخبار المكذوبة ، وينبغي الحرص على وضع استراتيجية إعلامية وتحديد الجمهور المستهدف لتناول أحداث مراحل الأزمة عن طريق رسائل اتصالية موجهة للجماهير وبالأخص المتضررين من الأزمة وإطلاق حملات إعلامية وتوعوية وطرح البيانات الرسمية الصادرة من الجهات المعنية وعقد المؤتمرات الصحفية ونقلها من خلال وسائل الإعلام الرسمية والمتاحة.

المراجع:

1. (بركون: أ. كهينة ، دور الصحافة الالكترونية في تفعيل أداء المؤسسات الصحفية والاقتصادية، جامعة الجزائر 3، المنهل 2010
2. أبو رشيد: د. نهلة ، الإجازة في الإعلام والاتصال BMC، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020).
3. باعثمان: رنيم يحيى ، سالم: دعاء فتحي ، إخراج الصحف السعودية الإلكترونية وعلاقته بانقراطية الجمهور لهذه الصحف: دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3 - العدد 12 - 2019، السعودية
4. البدر: قيس سعود ، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012. ص50
5. حيدر: رانيا محمد علي حيدر2006، الخريطة الإدراكية للراي العام المصري تجاه الصراع الأمريكي، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
6. الدليمي: عبدالرازق الدليمي2012، الإعلام وإدارة الازمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.
7. الكردوسي: عادل عبدالجواد2008، دور الإعلام في إدارة الأزمات، مجلة الأمن والحياة، مصر.
8. لطفي: ا.م.د رشاد عادل ، نشر الشائعات وتأثيرها على الأمن الفكري أثناء الأزمات في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة (رؤية علمية واستشرافية)، مجلة البحوث الإعلامية العدد السابع والخمسون - الجزء الثالث - 2012، مصر.
9. المرزوقي: نورة صالح ، مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد 4- العدد 7- 2020 ص63
10. مكاوي: حسن عماد مكاوي و د. ليلي حسين السيد1419هـ - 1998، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية - القاهرة، الطبعة الأولى