

المسؤولية الإعلامية في زمن كورونا "كيف نحول الإخفاقات إلى دروس"

Media Responsibility in the Time of Coronavirus "How to Turn Failures into Lessons"

(1) نادية بن ورقلة*

(1) جامعة زيان عاشور الجلفة (الجزائر)، nadiabenouargla@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/10/09 تاريخ القبول: 2022/11/09 تاريخ النشر: 2022/12/30

ملخص:

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية عند السلطة الرابعة ينص في جوهره على أن يعمل الإعلام سواء كان فرداً أو منظمة على خدمة مصلحة المجتمع ككل، عبر تزويده بالأخبار والمعلومات في إطار من الدقة والموضوعية والشفافية، بما يحقق المصلحة العليا للمجتمع وسنهدف في هذا المقال إلى إبراز أهمية التحلي والالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية من أسس العمل الصحفي في مختلف الظروف، إلا أن قيمة ذلك المبدأ تزداد أهمية وتتضاعف في أوقات الأزمات والأوقات غير العادية، كتلك التي يعيشها العالم حتى الآن و لو بنسب ضئيلة مقارنة بما كان سائداً في الأشهر القليلة الماضية بعد تفشي جائحة كوفيد. وكما كان متوقعا من الصحفي ومنذ بداية أزمة كورونا عدم الاكتفاء بنقل البيانات والبلاغات من الزاوية المعالجة الإخبارية فقط، أو عرض المعلومات بطريقة سطحية بدون إعطاء أهمية أو إفراغ مساحة للتحليل والتثقيف والتنوير. لنصل الى نتيجة مفادها أن المسؤولية الاجتماعية وخدمة المصلحة العليا للمجتمع تضاعفت أهميتها وحساسيتها في زمن كورونا، فالواقع لا يتطلب فقط تحول المعالجات والأخبار المتعلقة بكورونا إلى سلم الأولويات، إنما المطلوب أيضا الاهتمام بنوعية وكيفية نشر تلك المعلومات ورفع جودة أساليب المعالجة وإنتاج مضامين عميقة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية - السلطة الرابعة-كوفيد 19-المعالجة الإخبارية، مضامين عميقة.

Abstract :

the concept of social responsibility of the fourth Power stipulates that information, whether individual or organized, shall serve the interests of society as a whole by providing it with news and information in a framework of accuracy, objectivity and transparency, in the best interest of society. In this article we will aim to highlight the importance of being committed to the principles of social responsibility from the foundations of journalistic work in various circumstances, but the value of that principle increases and doubles in times of crisis and extraordinary times, such as those the world is experiencing so far and in small proportions compared to those of the last few months after the outbreak of the Covid-19 pandemic. Since the beginning of the coronavirus crisis, journalists have expected not only to transmit data and reports from the news processing angle, or to present information in a superficial manner without giving importance or empty space for analysis, education and enlightenment. To reach the conclusion that social responsibility and the service of the supreme interest of society has increased its importance and sensitivity in the time of the coronavirus, reality requires not only turning coronavirus treatments and news into a priority, but also attention to the quality and how to disseminate that information and raise the quality of processing methods and produce deep contents.

Keywords: Social Responsibility - Authority IV-COVID-19-News Processing, Deep Contents

مقدمة:

إن التحلي والالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية من أسس العمل الصحفي في مختلف الظروف، إلا أن قيمة ذلك المبدأ تزداد أهمية وتتضاعف في أوقات الأزمات والأوقات غير العادية، كذلك التي يعيشها العالم حتى الآن ولو بنسب ضئيلة مقارنة بما كان سائدا في الأشهر القليلة الماضية بعد تفشي جائحة كوفيد

19

يعتمد انتشار الإعلام في المجتمعات على مجموعة من الوسائل الإعلامية الرئيسية، من أهمها الصحف اليومية، التلفاز، الراديو (المذياع)، المجلات، والإعلام الإلكتروني، حتى وإن كان الهدف واحد ومشارك بين هذه الوسائل الإعلامية، إلا أن لكل منهما منهجية ومنظومة إعلامية في الطرح والتعامل مع القضايا والأزمات المستجدة في الساحة العالمية.

كما يعتمد الإعلام أيضا على مجموعة من الوظائف التي ترتبط بطبيعة الدور الخاص فيه، إذ يحرص على مواكبة حاجات الأفراد الفكرية والمادية، ونظرا لاختلاف وظائف الإعلام بين المجتمعات، أدى ذلك إلى قيام مجموعة من المفكرين الإعلاميين بتحديد أهم وظائف الإعلام، ومنها: تعزيز الإعلام، تحقيق التنشئة الإعلامية، الحوار، التربية، الإعلان والدعاية، ويرتبط الإعلام بمجموعة من التأثيرات التي تؤثر على مختلف مجالات الحياة، كالتأثيرات الاقتصادية، التأثيرات الاجتماعية، والتأثيرات السياسية.

قبل أزمة انتشار فيروس كورونا في العالم، كان هناك اعتقاد راسخ لدى قطاعات واسعة من أهل مهنة الصحافة وحتى من الأكاديميين المختصين في هذا الحقل المعرفي بأن زمن الصحفي الخبير، أي المتخصص في مجال دقيق بعينه، انتهى بعدما أفل نجمه وأضحى خارج سياق التحولات التاريخية التي تعيش على وقعها المؤسسات الإعلامية بفعل الثورة التكنولوجية وإكراهات السوق وسطوة الميديا الجديدة. لقد كان هؤلاء يبشرون بأن عصرنا اليوم عصر الصحفي الشامل الذي يقوم بكل شيء ويكتب في كل المجالات ويناقش جميع القضايا بلا استثناء، بقطع النظر عن الجنس الصحفي المعتمد.

غير أن السياق العالمي الجديد أحدث رجّة طالت عديد المفاهيم والنظريات التي تهّم قطاع الإعلام، وساهم في دق ناقوس الخطر من أجل إعادة النظر والتفكير في هذه الثنائية الجدلية، حيث أكدت الوقائع حدود مقولة خسوف دور الصحفي الخبير وتراجع مكانته من منظور المسؤولية الاجتماعية ووظيفته في المجتمع.

و كما كان متوقعا من الصحفي و منذ بداية أزمة كورونا عدم الاكتفاء بنقل البيانات والبلاغات من الزاوية المعالجة الإخبارية فقط، أو عرض المعلومات بطريقة سطحية بدون إعطاء أهمية أو إفراغ مساحة للتحليل والتثقيف والتنوير. مع الأخذ بعين الاعتبار أن الوسط الإعلامي في المنطقة العربية يعاني من ندرة الصحفي المتخصص بالمجالات الطبية أو ما سمي ب: "الصحفي العلمي".

إن المسؤولية الاجتماعية وخدمة المصلحة العليا للمجتمع تضاعفت أهميتها وحساسيتها في زمن كورونا، فالواقع لا يتطلب فقط تحوّل المعالجات والأخبار المتعلقة بكورونا إلى سلم الأولويات، إنما المطلوب أيضا الاهتمام بنوعية وكيفية نشر تلك المعلومات ورفع جودة أساليب المعالجة وإنتاج مضامين عميقة. وقد بات دور ما يسمى وسائل الإعلام الجديد محورياً خصوصاً أنها أصبحت أكثر انتشاراً وفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي التي تراجع دورها بشكل لافت للنظر.

وقد قامت وسائل الإعلام الوطنية، بالفعل، بدور كبير في دعم جهود الدولة لمكافحة هذه الجائحة، من خلال دور تلك الوسائل في توعية الجمهور بالخطر الكبير الذي يمثله فيروس «كوفيد-19»،

و أهمية التجاوب مع الجهود الحكومية لحصاره و منع انتشاره، من خلال الالتزام بتطبيق الإجراءات. وفي زمن كورونا، أدّت وسائط التواصل الاجتماعي دوراً إنقاذياً لأشخاص كثيرين من الذين يعانون خلال الحجر بسبب العزلة. وأصبحت تطبيقات التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان، بديلاً عن شاشات التلفاز والراديو وغيرهما من الوسائل الإعلامية. لذلك، قامت كبرى وسائل الإعلام المحلية والعالمية بالتعويل كثيراً على هذه المنصات لإيصال المحتوى الذي تقدمه لجمهور أوسع،

خاصة فيما يتعلق بأخبار فيروس كورونا وعدد الإصابات وكيفية الانتشار، كون أغلب الأشخاص يعتمدون على هذه المواقع للوصول إلى المعلومة بجوانبها المختلفة. كما أنه لمن المعلوم أن الأزمات -أيّ كان نوعها وطبيعتها ومدى تأثيرها- تعيد ترتيب المشهد دائماً. فبفضلها، قد يصبح تفصيل صغير جداً لم يكن في السابق ذا بال وعناية تامة، يحتلّ أعلى هرم الأولويات وضمن لائحة ألحّ الضرورات، بينما غالباً ما تشكّل الأزمات وطريقة إدارتها قطائع ترسم حدوداً فاصلة بين مرحلتين: ما قبل وما بعد؛ سواء في حياة الأفراد أو في حياة الجماعات والدول.

القاعدة المشار إليها أعلاه تكاد تنسحب على مُجمل أنواع النشاط البشري ومجالاته على اختلافها، والإعلام ليس بمعزل عنها، بل هو من أكثر المجالات التي شهدت -ولا تزال- تطوراً متسارعاً بفضل وسائل التكنولوجيا والتواصل الجديدة التي فرضت على غرف التحرير والأخبار أنماطاً غير معهودة في مضامين

وأشكال الإنتاج الإعلامي، فضلاً عن طرائق التفاعل مع الجمهور المتلقي. إذ لا شك في أنّ أخباراً زائفة كثيرة طُبعت في ذهن القارئ في الشهور الأولى لتفشي الفيروس؛ "معلومات" عن أهداف الصين في "تصنيع" الفيروس، دور الجيل الخامس من الإنترنت في تقليل المناعة، فاعلية بعض الأعشاب والثمار في تشكيل مناعة ضد الفيروس، وعلاقة الوباء بنظريات الحدّ من الكثافة السكانية، وليس انتهاءً بادعاءات تثير الإعجاب بأن كوفيد-19 ليس إلا وهماً، ولا تزيد خطورته عن الإنفلونزا. هذا كما نهضت بعض هذه السرديات المختلفة، ونظريات المؤامرة حول كورونا على قاعدة موثوقة من الحقائق، لكنها سرعان ما أصبحت كالأبنية المفككة والمعلقة في الهواء. ولأنها تظهر في زمن الخوف والقلق وقلة الخبرة بالتهديدات الموجودة، تصبح ذات قدرة أكبر على الانتشار. ويؤكد ما سبق ذكره على الطابع الرقبي المتنامي بقوة والذي يطبع كل ممارسة إعلامية مستقبلاً، إذ من المتوقع أن يصير البث المباشر المنزلي للبرامج أو النشرات الإخبارية مثلاً، تقنية معمولاً بها بشكل عادي ضمن ما أصبح متعارفاً عليه في أدبيات تدبير الموارد البشرية "بالعمل عن بعد". كما يمكن لمنصات الإعلام الرقبي أن تشكّل حلقة وصل لا مفر عنها في نقل تلك الندوات الصحفية وغيرها من الأنشطة؛ على صفحاتها في شبكات التواصل¹.

المسؤولية الاجتماعية للصحفي زمن الأزمات:

يعدُّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للصحفي من النظريات الحديثة التي تمّ اجتراحها في سياق تخليق العمل الإعلامي ووضع ضوابط تُنظّم مهنة الصحافة وأدوارها المجتمعية. فالصحفي ليس فقط صاحب حقوق مهنية تتعلق بالمسائل المادية والظروف المعنوية وهامش الحريات المتاحة له، وإنما هو أيضاً فاعل اجتماعي بامتياز من واجبه الالتزام بجملة من الواجبات المناطة بعهدته والتي عادة ما تبلور في مدونة أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف².

من هذا المنطلق، يمكن تناول مسألة المسؤولية الاجتماعية للصحفي التي تكون مضاعفة لا سيما زمن الأزمات، حيث يكون خلالها كمن يمشي على رمال متحركة. هذه المسؤولية تنبع مشروعيتها أساساً من انتظارات الجمهور وحاجيات المجتمع الذي لا يطالب فقط بالمعلومة الدقيقة والموثوقة.

وإنما يرى في وسائل الإعلام -التي يمكن اعتبار العنصر الصحفي قطب الرchy فيها- الوسيلة التي يمكن أن تنير له درب الحقيقة بالتحليل والتفسير والتحقّق والتنوعية، بعيداً عن أسلوب الإثارة الممجوجة، خاصة أنّ منصات التواصل الاجتماعي ساهمت -بشكل أو بآخر- في انتشار الإشاعات والأخبار الزائفة والمضلّلة، ربّما بنفس مقدار تفشي فيروس كورونا في الأجساد أو أكثر.

إنّ الصحفي في هذا المضمار ليس من دوره تخويف الجمهور وتهويل الأمور، كما يدعو إلى ذلك بعض المسؤولين السياسيين حتّى يلتزم المواطنون بالحجر الصحي الشامل وبقرارات الحكومات والسلطات الرسمية للدول حمايةً للمجتمع والمصلحة العامة. وليس من دوره أيضاً إشاعة مشاعر الأمل بمرور الحاجة إلى الموجات الإيجابية، على حساب الحقيقة التي هي جوهر عمله ورسالته الإعلامية.

كان الإعلان العالمي لأخلاقيات المهنة الصادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين والمنقّح في المؤتمر الأخير المنعقد بتونس في يونيو/حزيران 2019، حاسماً بخصوص هذه المسألة. فعلى امتداد 16 مادة، وردت واجبات الصحفيين وحقوقهم المتعلقة بأخلاقيات مهنة الصحافة بشكل واضح لا لبس فيه، حيث ينصّ في الديباجة على أنّ حقّ الناس في الحصول على المعلومات والأفكار بمثابة الركيزة الأساسية لرسالة الصحفيين المهنية، إذ إنّ مسؤولية الصحفي تجاه عموم المواطنين تتقدّم على أيّ مسؤوليات أخرى، حتّى لو ارتبط ذلك بالمسؤولية تجاه المشغلين أو إزاء السلطات العمومية. كما أنّ هذه الوثيقة العالمية المرجعية ذاتها تؤكد أنّ احترام الحقيقة وحقّ الجمهور في هذه الحقيقة، يشكلان المسؤولية الأولى للصحفي.

وفي استطلاع أجراه معهد إيبسوس لموقع "أكسيوس" الإخباري إلى أنه للاطلاع على التطورات المرتبطة بالفيروس، لا يزال نصف الأميركيين يثقون بوسائل الإعلام التقليدية، بينما تثق نسبة أقل بكثير بشبكات التواصل الاجتماعي. ويمكن أن تشكّل هذه الأزمة فرصة لوسائل الإعلام لاستعادة ثقة قرائها. كما أنها فرصة للقرء الذين يخضعون للعزل لاختيار وسائل الإعلام الكبيرة والصغيرة التي يثقون بها.

إن ما يحدث في العالم اليوم، ومنذ أكثر من شهرين تقريباً، يبين لنا ما لوسائل الإعلام المختلفة من التأثير العميق والبالغ على المستجدات الحاضرة ما بين المسؤولية الكاملة أو عدم المسؤولية، فمنذ لحظة تفشي فيروس كورونا في العالم وبسرعة قياسية، تبين لنا الهلع والذعر والخوف الذي أصاب العالم كله، ليس فقط بسبب سرعة انتشار وتفشي هذا الفيروس، وإنما في بعض من وسائل الإعلام تقوم على تضخيم الأمر، وإن كان هذا لا يعني التهوين والتقليل من شأن هذا الفيروس في الوقت ذاته، لكن السيل المتهمر من الأخبار العاجلة والمستجدة، والمتابعات الحثيثة لهذا المرض، ونشر تفاصيله بكل دقة وثانية، حيث لم يعد العالم حديث سوى كورونا، أدى ذلك إلى تعطل أو تكاد تعطل الحياة في أجزاء كبيرة من العالم، فلم يعد هنالك رياضة ولا فن ولا ثقافة ولا فكر ولا حياة اجتماعية، بل بدلاً من ذلك تبدلت الأولويات عند الشعوب والدول، فصار المطلب الرئيسي هو كيفية وقف انتشار هذا الفيروس.

للأسف الشديد باتت بعض وسائل الإعلام عند حديثها عن المرض وكيفية إنتشاره، وكيفية تجنب الإصابة به، أصبح يخدم في الدرجة الأولى مصلحتها الإعلامية الشخصية، بعيدا عن المصلحة الوطنية العامة، فباتت أغلب وسائل الإعلام تتسابق وتتهاتف بالسرعة الكبيرة في استباق المعلومة واحتكارها قبل وسائل الإعلام الأخرى.

و من خلال الحديث عن الإعلام العالمي الدولي، والصراعات من أجل استباق الأحداث، ولا أعمم على كافة وسائل الإعلام الدولية ولكن البعض منها، أثبت مهنية عالية في الطرح الاعلامي وقدرتها على تلقي المعلومة ومن ثم طرحها، ومصادقيتها في نقل الأخبار مع الوثوق من مصادرها، وجودة الإعلام لديها، وقدر عالي من المسؤولية في التعامل مع هذا الوضع الطارئ الذي أصاب جميع دول العالم.

وسائل الإعلام، ودورها في الأزمة:

إنّ وسائل الإعلام لم تقم بدورها"وأشار عالم الاجتماع الإيطالي "إدواردو نوفيلي" من جامعة "روما" إلى أن عدداً من وسائل الإعلام تباطأت في العمل في بداية الأزمة. وكتب في دراسة بعنوان "إنفومود" تتعلق بما نشرته 257 وسيلة إعلام أوروبية على موقع "فيسبوك" جرت بين الأول من كانون الثاني/يناير و14 آذار/مارس 2020 أن "الصحف تأثرت إلى حد كبير بحكوماتها الوطنية التي قللت، في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا، من خطورة الأزمة المقبلة". وعبر الصحفي السابق، الذي أصبح أستاذاً في الاتصال وعلم الاجتماع، عن أسفه لأنّ وسائل الإعلام هذه "لم تقم بدورها". ونقلت بعضها أخباراً مضللة، مثل "ديلي ميل" في بريطانيا التي أوردت فكرة أن الفيروس التقطه شخص تناول حساء خفاش في الصين. وهذه المعلومات تناقلتها صحف صفراء عديدة تعيش على أخبار الإثارة.³

وفي دراسة أجريت في الأردن ركّز باحثون على فكرة التربية الإعلامية، وعلاقتها بالسلوك الاجتماعي، حيث أجرى البحث مقارنات حول الفرق بين متابعي التلفزيون، ومتابعي وسائل التواصل، والتي كشفت كيف أن متابعي وسائل التواصل الاجتماعي كانوا أكثر إيماناً بالخرافات، والأقل امتثالاً لأساليب الوقاية، وهذا يلفت إلى أثر هذه الوسائل في خلق حالة من التخبط والجهل في المعلومات. بدورها، تناولت الدكتورة فاطمة السالم أستاذة الإعلام في جامعة الكويت دراسة أجرتها مؤخراً حول مصداقية الإعلام الرسمي خلال الأزمات، وأخذت كورونا نموذجاً.

استهدفت الباحثة مؤشر ثقة الناس بالوسائل الإعلامية الرسمية، منطلقة من طرق تفكير المجتمع الكويتي الذي هو بطبيعته مجتمع سياسي نقدي فيما يخص هذه الوسائل، وكشفت أنها لاحظت تغير موقف الناس في الوسائل خلال الأزمة، حيث ازدادت ثقة الناس بوسائل الإعلام الرسمي خلال الأشهر الأولى من الأزمة. وإلى زيادة كبيرة في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي، من دون أن ترافق هذه الزيادة ارتفاع في الثقة بهذه الوسائل⁴.

وينبغي على الحكومات مراقبة التقارير الإعلامية عن الأزمة عن كثب، ما يسمح للسياسيين فهم تأثير الأزمة على حياة الناس بشكل أفضل. ويمكن للصحفيين الوصول إلى القصص الشخصية التي يمكن أن تساعد في فهم أفضل لأثر الأزمة على المواطنين العاديين. ويمكن لهذه الشهادات أن تثير النقاش عند اتخاذ القرارات السياسية، وتعطي المراقبة الإعلامية أيضاً فكرة أفضل عما يفكر فيه المواطنون بشأن الاستجابة للأزمة. وسيخبر ذلك السياسيين، إذا كان المواطنون موافقين أم لا، وإذا كانوا راضين عن تدابير الطوارئ أم لا، وإذا كانت التدابير الشاملة بما يكفي، وسيسمح ذلك برصد وسائل الإعلام بتحديد المعلومات الخاطئة حول الأزمة بسرعة⁵.

تحديات جديدة إعلامية في زمن الأزمات :

من أهم التحديات التي فُرضت على الصحفي خلال أزمة انتشار فيروس كورونا من منظور المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى الأخطاء المهنية الكلاسيكية، خطر انزلاق هذا الفاعل الاجتماعي وتحوله إلى مجرد أداة اتصالية ودعائية للسلطات العمومية يتم عبرها نقل البلاغات والبيانات والرسائل السياسية، دون تدقيق وتمحيص وتفسير يشفي غليل الجمهور المتعطش إلى الحقيقة وإلى فهم ما يجري من حوله بخصوص موضوع تقني وفيروس طارئ قلب نسق حياته رأساً على عقب وبات يهدد مصير الإنسانية جمعاء.

لقد طرح هذا التحدي إشكالية أعمق وأصعب، تتمثل في الحاجة إلى الصحفي الخبير الذي له من المؤهلات والكفاءة والدربة والمعرفة في الاختصاص الطبي ما يلزم لضمان معالجة صحفية مهنية ومسؤولة تخدم الصالح العام وتدور في فلك مفهوم صحافة الجودة، دون السقوط في أي مطب من المطبات، وكما هي كثيرة ومتشعبة في زمن مجابهة فيروس مستجد مثل فيروس كورونا الذي خلق مناخات أشبه بحالة الحرب. بعيداً عن الجوانب النظرية التي يطول حولها النقاش، من المهم إلقاء نظرة فاحصة على هذه الإشكالية من منطلقات مهنية ميدانية وتجارب مقارنة. ففي حالة تونس أين يتمتع الصحفيون بهامش كبير من الحريات، إذ يفيد أحدث تقرير لمنظمة "مراسلون بلا حدود" لسنة 2020 بأنّ هذا البلد الذي قطع

خطوات عملاقة نحو الديمقراطية منذ ثورة 2011 ويعتبر الأول عربيا في مؤشرات حرية الإعلام بفضل الحصول على المرتبة 72 عالميا.

كشفت التجربة منذ انطلاق أزمة كورونا في مارس/آذار الماضي من السنة نفسها قصورا على مستوى التعااطي الإعلامي مع هذه الظاهرة، مردّه بالأساس إلى ندرة الصحفيين المختصين في المجال الصحي.⁶

-التوصيات ومقترحات البحث :

-التركيز على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث التفاعلية حول المواضيع الصحية و الحملات التوعوية خاصة للمؤسسات الحكومية كوزارة الصحة من حيث التخطيط الاستراتيجي المستقبلي لتوجيه الحملات التوعوية لمواجهة الأزمات الصحية .

-على وزارة الصحة والأطباء إنشاء مبادرات توعوية عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف الأشكال .(صور ،فيديو) حتى تتلائم مع حواس و نمط المتلقي و توقعات التلقي التفاعلي لتقديم محاضرات توعوية صحية عبر البث المباشر .

-الاعتماد على وسائل الإعلام كوسيلة قادرة على بث التحذيرات و التوصيات قبل حدوث الأزمات الصحية و على المسؤولين في الدول أخذ آراء و مشاكل الناس بعين الاعتبار من خلال وسائل الإعلام و تداركها .

-وجوب وضع ضوابط أمنية للجهات المختصة بالدولة من شأنها تتبع المواقع المغرضة و غلقها و تتبع الحسابات مجهولة الهوية التي تبث الشائعات و تنبيه الجمهور لتلك المواقع و حث الجمهور على التعاون مع الجهات الأمنية من خلال " خط ساخن " للتبليغ الفوري .

-الرقابة الإعلامية من خلال وزارة الإعلام لتحليل المضامين المغرضة في وقت الأزمات الصحية التي تبث عبر وسائل الإعلام الجديدة لتوجيه و إعداد الرسائل و التصدي لها عبر مختلف الوسائل التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة للرد عليها ..

و الاهتمام بالتخطيط البرامجي ، فوضع الإعلام الصحي و المحتوى التوعوي ضمن أولويات التخطيط لخريطة البرامج ليس فقط في وقت الأزمات كجزء مهم من الدور التثقيفي لوسائل الإعلام على اختلافها للمتلقين .

-تشجيع وزارة الإعلام لصناع المحتوى الصحي لوسائل الإعلام الجديدة و تنظيم مسابقات و جوائز للإبداع في مجال صناعة ((المحتوى الصحي الاحترافي)) بهدف تطوير المحتوى التوعوي الصحي و محتوى

إدارة الأزمات الصحية بما يتناسب و مستحدثات و إمكانيات التطور التقني لتلك الوسائل و لتشجيع الطاقات لتطور تكتيكات العرض و تنوع آليات التأثير الفعال و التفاعلي لدى الجمهور .

-ضرورة قيام وسائل الإعلام بتقديم معالجة شاملة و عميقة .

-التكامل و التعامل بين وسائل الإعلام و لجهات الصحية المعنية مع ضرورة تشكيل فرق عمل تضم

خبراء إعلام وأخصائيين من القطاع الصحي لإعداد و إنتاج المواد و البرامج الإعلامية في المجالات الصحية.

-احترام الحكومات حق وسائل الإعلام في حرية التعبير و الوصول الى المعلومات، دون إبطاء أو تأخير

و ضبط هذه الحرية في إطار القوانين و المعايير الدولية و المصالح العليا للأوطان دون تعسف للحد من الشائعات .

-ضرورة قيام الجهات الإعلامية باستحداث منصات إعلامية اجتماعية قوية و تفعيل ما هو موجود

منها بشكل أفضل لتشكيل التوازن الإعلامي في تبادل المعلومات .

- قيام وسائل الإعلام بوضع خطط إستباقية يشترك فيها مختصون و خبراء للتعامل مع الأوبئة و

الأمراض المعدية و ما يصاحبها من أزمات ،ترتكز إلى أهداف واضحة و مجددة ، ترسم بذلك معالم الطريق الصحيح لجميع وسائل الإعلام .

خاتمة

إن مسؤولية الإعلام في مواجهة الأزمات الصحية باتت تشكل أولوية متقدمة في دائرة اهتمامات

الجهات و المؤسسات المعنية خاصة في وقتنا الراهن الذي لا يقتصر فيه تأثير الأزمات على دولة أو منطقة

بعينها إنما يشمل العالم أجمع، و في ظل عصر الأزمات الذي يعيشه العالم الآن تضاعفت مسؤولية وسائل

الإعلام الجديدة و أصبحت من أهم أهم الأطراف الفاعلة و المؤثرة في إدارة هذه الأزمات مهما كانت طبيعتها

و خطورتها ، فالإعلام الجاد و المسؤول يسهم في دعم الإدارة الحكومية و المؤسسة لأي أزمة و احتواء الآثار

الناجمة عنها، بينما قد يؤدي تقاعس الإعلام عن القيام بدوره الى تعثر الجهود الحكومية ، و لعل أزمة انتشار

فيروس كورونا (كوفيد19) كانت كاشفة لهذا الأمر. مع العلم أن وسائل الإعلام التقليدية تتمتع بثقة أكبر

لدى الجمهور من وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة خلال الأزمات ، أما بالنسبة إلى وسائط التواصل

الاجتماعي فقد خاضت تجربة جديدة مع انتشار لفيروس، هذه التجربة شابهها الكثير من الأخطاء، ولكنها

بعد فترة قصيرة نظّمت نفسها وتأقلمت مع الواقع الجديد، بل إنها حوّلت التهديد إلى فرصة، فزادت من

خلالها أعداد المشاركين والمتفاعلين معها ملايين الناس عبر العالم، ما زاد من أرباحها بمليارات الدولارات.

وبما أنّ عصر الفيروسات لن ينتهي مع جائحة كوفيد19 ؛ وقد تكون تلك بداية لهذا العصر؛ فإنّ الإفادة من التجربة السابقة سيكون مؤثراً وفاعلاً وحاضراً في أي استحقاق قادم على مستوى المعمورة.

بيّنت أزمة كورونا جسامه ثقل المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق الصحفي الخبير الذي تحتاجه مهنة الصحافة، كما تحتاج إلى الصحفي الشامل. فالعلاقة بينهما يمكن أن تكون قائمة على التكامل، لتصبّ في خانة مصلحة الجمهور الذي ينادي بصحافة الجودة.

ولا نبالغ إذا قلنا إن الصحفي الخبير هو حجر الزاوية في معادلة بناء منظومة إعلامية تقوم على مفهوم صحافة الجودة. هذا الهدف المنشود النابع من طلب اجتماعي ملحّ، يقتضي لزاما وضع سياسات وإستراتيجيات في مجال التكوين الأكاديمي الصحفي، علاوة على مؤسسات التدريب. ويمكن اعتبار صحافة الاختصاص من هذا المنطلق النواة الصلبة في عملية الارتقاء بالمشهد الإعلامي التونسي لمواجهة تحديات الانتقال الديمقراطي ومخاطر عصر "ما بعد الحقيقة" الذي تلعب فيه وسائل التواصل الاجتماعي دورا مثيرا للجدل بشأن مسألة صناعة الرأي العام والوعي الوطني.

هذه التجربة تثبت الأهمية القصوى والوازنة للصحفي الخبير، ليس فقط في المجال الصحي، وإنما أيضا في بقية التخصصات كالإقتصاد والبيئة وشؤون الهجرة وحقوق الإنسان والإرهاب والعلاقات الدولية وغيرها من المجالات، ليس في تونس فقط بل في العالم ككلّ، حتى تكون الصناعة الإعلامية ذات جودة عالية على مستوى المضامين الصحفية المقدّمة للجمهور. وفي هذا السياق بالذات، حتما سيكون الصحفي الخبير في الخطّ الأول للدفاع عن أخلاقيات المهنة عبر آلية التعديل الذاتي الضمني.

هذا و كانت قد أوضحت إحدى الدراسات و هي دراسة لعديل أحمد الشرمان (2022)عنوانها دوان الاعلام في مواجهة الأوبئة و الأمراض المعدية وباء فيروس كورونا نموذجا " بأن بعض الحكومات العالمية و العربية منها لا تتعامل بشفافية ووضوح مع وسائل الإعلام أوقات الأزمات و إتخذت من وباء كورونا ذريعة لتشديد رقابتها على وسائل الاعلام، كما بينت الدراسة أن وسائل الإعلام بشكل عام أسهمت الى حد كبير في نشر الوعي الصحي بطرق الوقاية من مرض كورونا و فتحت بهذا المجال على نحو واسع لتبادل الآراء بين المختصين حول أفضل الطرق للوقاية منه و التعامل معه .

المراجع:

¹ يوسف يعكوبي، وسائل الإعلام ما بعد أزمة "كوفيد 19" .. المستقبل يبدأ الآن، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2020/12/6

² متابعة الموضوع يمكن زيارة الرابط التالي :

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1063/12/06/2022>

³ موقع هيئة الإذاعة البريطانية: BBC NEWS 29/3/2020

⁴ وسائل التواصل الاجتماعي.. في أثر متاهة المعلومات العربي الجديد:

<https://www.alaraby.co.uk/culture/10/06/2022>

⁵ كوين بوستينز، إبريل 2020 المعهد الديمقراطي الوطني، NDI خطة التعامل مع الأزمة، دليل عملي للسياسيين للتعامل مع جائحة فايروس كورونا/كوفيد 19

⁶ محمد اليوسفي، الصحفي الخبير لقاح نادر في زمن كورونا ، مجلة الصحافة الإلكترونية الصادرة، معهد الجزيرة للإعلام :

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1063/15/06/2022>