



تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطية تبعات جائحة كورونا

تشريح للواقع و استشراف لعالم ما بعد الأزمة

Challenging professional ethics in covering the consequences of the Corona pandemic Understand the present and Exploring the post-crisis phase

بن دريس أحمد *

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)، bendris.ahmed@univ-oran1.dz

تاريخ النشر: 2021/09/30

تاريخ القبول: 2021/8/6

تاريخ الاستلام: 2021/05/12

المخلص

تميزت التغطيات الإعلامية للأزمة الصحية العالمية في وسائل الإعلام العالمية والمحلية ، بالتباين و الإختلاف بين التهوين و التهويل و التحسيس، و ظهرت ممارسات إعلامية أكدت أن وسائل الإعلام بحاجة إلى فهم طبيعة السلوك المهني الذي يجب ان تتحلى به لتغطية تبعات الجائحة و نقل كل ما يتعلق بها للجمهور. تأرجحت التغطية بين التعقيم و التضليل الذي يتنافى مع حق الجمهور في الإعلام من جهة ، و التوعية و التكافل الإعلامي الذي يظهر إحساسا عاليا بالمهمة الملقاة على عاتق رجل الإعلام من جهة أخرى ، نبحث عن التجليات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية قبل و أثناء أزمة كورونا و نحاول استشراف المستقبل ، للحديث عن عالم ما بعد كورونا إعلاميا ، و نقدم بعض المقترحات لتغطية إعلامية منصفة و غير متحيزة ، تمتثل إلى القيم الأخلاقية المهنية في الإعلام .

الكلمات المفتاحية : التغطية الإعلامية ، أخلاقيات الإعلام ، جائحة كورونا ، الأزمة

Abstract: The media coverage of the global health crisis has distinguished the contrast and the difference between understatement, intimidation, and sensitization, Media practices have emerged that have confirmed that the media need to understand the nature of the professional behaviour they must adopt to cover the consequences of the pandemic and convey everything related to it to the public.

Coverage fluctuated between obfuscation and misinformation that is inconsistent with the public's right to the media on the one hand and media awareness and solidarity that shows a high sense of the mission entrusted to the media man, on the other hand.

In this study, we look for ethical manifestations in media practice before and during the Corona crisis, and we try to foresee the future, to talk about the post-Corona world in the media. And we present some proposals for fair and unbiased media coverage, in compliance with professional ethical values in the media.

Keywords : media coverage , Media Ethics , Corona pandemic , the crisis



1. مقدمة:

التغطية الإعلامية للوقائع والأحداث والكوارث يُعد من صميم عمل وسائل الإعلام على اختلافها ، لكن مع ظهور جائحة كورونا تغيرت ملامح العمل الإعلامي و تغيرت معه القيم الإخبارية و الأخلاقية بسبب انتشار الخوف المشترك بين شعوب العالم من الفيروس و بسبب عدم وجود تصور واضح وظاهر للوباء كما لا يُعلم وقت بدايته و انتهاءه .

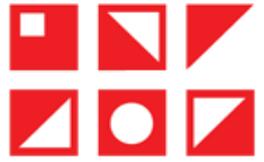
في السابق كنا نشاهد المراسلين الصحفيين يغامرون بنقل وقائع الحروب و المعارك في مناطق مختلفة من العالم ، و يغامرون لتقديم تحقيقات حول أعمال التهريب و المخدرات ... لكن مع ظهور وباء كورونا أصبح العمل الصحفي الميداني صعب بسبب نقص المعلومات حول الفيروس ، و كيفية انتقاله بين الناس ، و بات القلق و الخوف هما السمتان البارزتان في الأداء الإعلامي للمراسلين الصحفيين ، مع الإكتفاء بالتغطيات التي تكون مصادرها وزارات الصحة أو هيئات دولية تُوفر المعلومات و تُوفر كذلك نسبة معينة من الأمان الصحي لعمل الصحفيين .

تحديات كبيرة واجهت و سائل الإعلام العالمية و المحلية حول الأساليب الفعالة و الصحيحة في التعامل و جمع المعلومات وطريقة تغطية التطورات المتعلقة بجائحة كورونا ، ويبدو أن الصين في البداية أعاققت عملية انتشار المعلومات بشأن الوباء من خلال فرضها لقيود تحد من عمل وسائل الإعلام ، و مع سُح المعلومات انتقل الإعلام الدولي من الجهل بالوباء إلى التهويل ثم انتقل إلى التهوين ليُحاول الاستقرار في الأخير على دور التوجيه و التحسيس و التحذير ، في خضم كل هذا تجلت بعض الممارسات الإعلامية التي تتنافى مع أخلاقيات العمل الإعلامي كنقل الأخبار الكاذبة و التعدي على خصوصية الأفراد المصابين بالمرض ، واستضافة غير المختصين في الشأن الطبي للتحدث عن الجائحة ، ناهيك عن الإستغلال السياسي للأزمة و تحويلها إلى حرب بين أقطاب دولية تتنافس على السيادة .

الإعلام الجزائري على غرار الموجود في الدول الأخرى بدأ يتعاطى مع الأزمة ويقوم بنقل تفاصيلها التي بدت في مُستهلها شحيحة و غير دقيقة ، تستند إلى تغطيات سابقة ومعلومات مُكررة ، لكن بعد ظهور أولى حالات الإصابة في الجزائر تغيرت طبيعة السياق الذي يتم فيه تغطية الحدث ، وحدث نوع من الاضطراب في الإعلام الجزائري بين مراجعة الخيارات و محاكاة التجارب الصحفية الدولية والعصف الذي أحدثته مواقع التواصل الإجتماعي بسبب سرعة نشر المعلومات وتناقلها في ظل الإفتقار إلى أدوات التحقق و المصادقية ، لأجل هذا فإن إشكالية هذه الدراسة تتمحور حول طبيعة ومعايير التغطية الإعلامية لجائحة كورونا والقرارات الأخلاقية التي صاحبها من طرف القائمين على وسائل الإعلام ؟

2. الجمهور و رحلة البحث عن المعلومة :

منذ ظهور الوباء اتجهت اهتمامات الجمهور إلى كل ما يتعلق ب كوفيد 19 و اتسع اهتمامه بكل وسائل الإعلام و التواصل التي تعطيه معلومات كافية قد تُشبع فضوله ، بالمقابل تُخفف عنه القلق والخوف وتمنحه فرصة ليفهم ما يحدث ليأخذ كل احتياطاته فالجمهور الخائف هو في حالة تقبل سلبي و يقتنع بسهولة بالفكرة التي يُراد تبليغها له ، المجموعات الإرهابية مثلا تلجأ إلى قطع الرؤوس و قتل الرُضع و التصرف بوحشية مفرطة لجعل المستهدف في حالة خوف تشلُّه عن التفكير في المقاومة (عظيمي، 2010 ، ص 67) ، ففي البداية تراوحت المعلومات بين الحقيقي و المزيف و انتشار الأخبار التي تُحمّل المسؤولية



تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطية تبعات جائحة كورونا

تشريح للواقع و استشراف لعالم ما بعد الأزمة

لطرف على حساب آخر و ظهور معلومات عن المؤتمرات الدولية و انتشار الكثير من الأفكار على شكل نصائح وإرشادات عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

فقد بدت وسائل الإعلام خاصة القنوات التلفزيونية الفضائية في حالة شلل و ذبول بسبب اقتصار تغطياتها و جهودها الإعلامية على الأخبار السياسية و الثقافية و الإجتماعية ... و إنتاج البرامج الترفيهية و الرياضية التي تستهدف الجماهير الواسعة ، ولم تكون لها سابق خبرة في التعامل مع الأزمات الصحية الكبرى مع غياب رؤية واضحة لمحددات و معالم الأزمة ، و تسارع رواد مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار و الصور و الفيديوهات التي تهول من الأزمة بالاستعانة أحيانا بصور قديمة أو بمحتويات إعلامية من دول أخرى تضررت من الأزمة و ظهر جليا " أن الجمهور على تنوعه ، قارئا كان أم مشاهدا أم مستمعا ، غالبا ما يكون في حالة تفاوض مع معاني المحتويات الإعلامية المرسله إليه ، و هذا ما يغير المعاني المتوقعة لدى المنتجين ، فهذه المفاوضات للمعاني من قبل الجمهور ، يمكن أن تتم تبعا لمواقف ثلاثة : إما يكون الجمهور في وضعية المتقبل أو المفاوض أو المعاكس " (MARTIN,1991,p123) .

من الطبيعي أن يكون الناس العاديون بما يتمتعون به من حس وطني فطري سليم في وضعيته المعاكسين إزاء أي إنتاج إعلامي يمس وجودهم و قضاياهم الوطنية الكبرى ، إن عمليتي الرفض أو القبول لما نراه أو نسمعه في الإعلام تتعلق بجزء كبير منها بمعتقداتنا و تاريخنا و تجاربنا ، و إلا لما كان هناك من تعرض انتقائي لوسائل الإعلام ، و من تذكر انتقائي (عيسى، 2008 ، ص 103) .

بدأت عملية إعادة تحديد و تغيير أولويات الجمهور في المقابل ظهر جليا الإرتباك في بث و تنظيم المحتوى الإعلامي ، و عادت إلى الواجهة وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون الحكومي و القنوات الإذاعية و وكالة الأنباء ، نتيجة ميل الجمهور إلى البحث عن المصادر الموثوقة و ذات المصدقية ، في الوقت ذاته تأثرت وسائل الإعلام بالجائحة حيث تم إلغاء النسخ الورقية و الإكتفاء بالنسخ الإلكترونية و تخفيف عدد الكوادر الإعلامية ، والاعتماد على مناوبات لبعض الوقت ، والسماح لأعداد كبيرة من الإعلاميين بالعمل من منازلهم خشية إصابتهم ، والقيام بتغطيات صحفية عن بعد ، و الإستعانة بمقاطع فيديو سجلها هواة لتوثيق الحياة في زمن الحجر المنزلي و هذا بسبب تراجع حجم المواد الفيلمية الضرورية للعمل التلفزيوني ، كما اضطرت القنوات إلى إلغاء برامج توك شو و بدأت في إعادة برامج سابقة و عرض الأفلام القديمة كما حدث في التلفزيون الجزائري بكل قنواته .

تبقى وسائل الإعلام هكذا ، أكثر وسائل الإتصال في نطاق الأزمة لما تملكه من قوة ، و فاعلية ، و سرعة انتشار ، و قدرة على النفاذ في قلب و محيط أهدافها ، و لقدرتها على صناعة الأحداث و التأثير فيها ، و على تشكيل المواقف و الآراء و توجيه السلوكيات إزاء الأزمة و استمراره أو انقلابه في هذا الإتجاه أو ذاك ، و تبرز أهمية وسائل الإعلام من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل الأزمات الجارية ، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور ، و أيضا ، في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة و كيفية إدارتها (لمجد، 2013 ، ص 94) .



3. أخلاقيات الإعلام و جائحة كورونا :

تشهد الموضوعات المتعلقة بأخلاقيات وسياسات وتشريعات الإتصال على المستوى الدولي قبل جائحة كورونا جدلا واسعا ، بعد أن أربكت ثورة الإتصال ببداياتها المدوية النظم القيمة والتشريعية القديمة السائدة ، وقد بدأ الإهتمام ينصب على تقييم أثر تكنولوجيا الإتصال وكيفية ضبط هذا الأثر ليتوافق مع القيم الموجودة في الرقي بالإنسان ومن وسائل ضبط هذا الأثر سن القوانين ووضع السياسات وتحديد الجهات الأخلاقية و القيمة التي يبتغيها المجتمع السليم لحفز الحياة الإنسانية إلى آفاق أرحب (شقرن ، 1999،ص122) فأخلاقيات الإعلام تعرف " بأنها الخيارات التي تواجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها " ، وتعرف الأخلاقيات بأنها" المسؤولية المعنوية في أن تختار بشكل مقصود وطوعي ما يجب أن تتبعه من قيم مثل الخير والفضيلة والعدالة والحقيقة التي يمكن أن تؤثر علينا أو على الآخرين " (الموسى ، 2005 ، ص6).

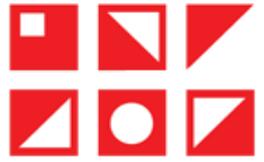
لأخلاقيات المهنة الإعلامية مجموعة من المبادئ نجدتها تشترك في كل مدونة لأخلاقيات المهنة وهي بمثابة أفكار و تصورات تتكرر من مدونة إلى أخرى بناء على ما يحمله المهنيون الإعلاميون من أفكار حول الأخلاقيات ، و تتركز أغلب هذه المبادئ في ثلاث محاور هامة و أساسية هي :

1- احترام حق إعلام المواطن و الدفاع عنه ، و كذا الدفاع عن الوسائل الكفيلة بتحقيقه مثل احترام مصادر المعلومات ، نشر المعلومات الصحيحة و الدقيقة ، النزاهة و الكاملة ، والتفرقة ما بين الحدث و التعليق (الرحمن ع.، 1992 ، ص 91) .

احترام حقوق المواطن والدفاع عنها بما فيها الحق في الكرامة و الشرف و الحق في الصحة البدنية و المعنوية ، الحق في التعبير في وسائل الإعلام و حق الرد ، والحق في احترام الشخصية بما فيها ذات البعد العمومي .
الحفاظ على الجانب الاجتماعي بعدم الدعوة إلى العصيان المدني أو التمييز العرقي أو العنصري .

قواعد السلوك المهني قد تهدف إلى حماية واحدة أو أكثر من الفئات التالية : حماية الجمهور ، حماية القائمين بالاتصال (المرسل) ، حماية مالكي القنوات الاتصالية (جريدة إذاعة ، تلفزيون ، موقع أنترنت..) ، حماية مسؤولي النشر في وسائل الإعلام ، النظر في قضايا المعلنين والذين يشترون خدمات وسيلة الإعلام المتنوعة .

من الحقوق المكفولة للجمهور المستهدف في العملية الإعلامية الحق في الكرامة والحق في حماية الشرف و الاعتبار من جريمة القذف و حق حماية الخصوصية و الحق في محاكمة عادلة و الحق في النشر و الحق في حماية الآداب العامة من الأعمال الفاحشة .



تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطية تبعات جائحة كورونا

تشريح للواقع و استشراف لعالم ما بعد الأزمة

4. الحق في حماية الخصوصية و جائحة كورونا :

مع انحسار دور وسائل الإعلام التقليدية طفت إلى السطح المعلومات الكثيرة المتداولة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي ، و التي في الغالب لا يتم نشرها من طرف متخصصين و محترفين في الإعلام الذي خلق نوع من الإرتياب و التردد في قبول كل ما يصدر عن هذه الوسائط الجديدة للمعلومة ، وصاحب كل هذا مظاهر كثيرة تتنافى مع أخلاقيات العمل الإعلامي كنشر الشائعات و تزييف الحقائق ، و نسبة الأقوال و التصريحات لغير أهلها وغزو الحياة الخاصة للمواطنين خاصة المصابين بفيروس كورونا والحق في الخصوصية هو حق الفرد في حماية بعض مظاهر حياته الخاصة ، ومنها بالذات المحافظة على السرية بما يصون سمعة الشخص ، و يصون معطيات الحياة التي تحرض على عدم تدخل الناس فيها (حمدي، 1999، ص66)

ومن خلال بحثها عن الحقيقة في ظل الأزمات ، تتعامل وسائل الإعلام يوميا مع قضية "غزو الخصوصية " ، وتكمن المشكلة في أنه إلى أي حد يمكن أن تبحث وسائل الإعلام عن المعلومات بدون أن تتعدى على حقوق الآخرين ، وخاصة حق الفرد في الحفاظ على أسرار حياته الخاصة؟ (مكاوي، 1994، ص268) ، فالشخصيات العامة بحكم عملها وتعرضها للرأي العام تعرض حياتهم الخاصة للحديث عنها وتعرضها للنقد وتحول حياتهم إلى قطعة من الزجاج الشفاف بعد أن كان جدارها مانعا قويا ، فكلما اتسع نطاق الحياة الخاصة انكمش نطاق حرية الصحفي في النشر والعكس صحيح (شهبية، 1987، ص293) .

ومن مظاهر غزو الحياة الخاصة :

- التطفل على الشؤون الخاصة للآخرين والإقحام المادي لها ، كأن يصور صحفي شخصا قبضت عليه الشرطة وقادته إلى الحبس ، ثم يقوم الصحفي بنشر تلك الصورة ففي هذه الحالة يمكن للصحفي أن يواجه تهمة اقتحام الخصوصية .
- نشر الأسرار الخاصة والكشف عنها مثل نشر خبر مرفوق بصورة شخص مريض بالسيدا بدون إذنه أو رغبته وهذا ما وقعت فيه أغلب القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر حينما نشرت معلومات وفيديوهات مرضى كورونا دون أخذ إذنتهم .
- تزييف حقيقة شخص أو صفته كاستعمال الصور المركبة (فوتومونتاج) التي تظهر الشخص على غير حقيقته ، مثلا نشر صورة لرجل شرطة يصحبها تعليق عن فساد الشرطة بدون أن يكون هناك علاقة لهذا الرجل بفساد جهاز الشرطة ، و قد حدث أثناء انتشار وباء كورونا نشر صور لأشخاص ساقطين على الأرض مصحوبين بتعليقات بأنهم توفوا بسبب كورونا في حين أن الصور قديمة و لا علاقة لها بالوباء.
- استغلال صورة و اسم شخص معين دون إذنه لأغراض تجارية أو سياسية أو غيرها من المزايا ، الأمر الذي يتحول إلى عدوان على الخصوصية .

الحق في الإعلام يعني نشر كل الأحداث التي تقع في المجتمع ، والقول بغير ذلك يعني فرض نوع من الوصاية على حرية الإعلام ، على أن استعمال هذا الحق يجب أن لا يمس حق الإنسان في الاحتفاظ بخصوصياته ، وعدم تطاول الآخرين عليها ، و لا يعني إشباع رغبات الجمهور التعدي على خصوصيات الأفراد ، في المقابل يجب أن تبقى مساحة يُسمح فيها لوسائل الإعلام



بالدخول إليها وذلك في إطار المصلحة العامة ، بمعنى الإعراف للجمهور بحق الحصول على المعلومات التي تمه في كافة نواحي الحياة في المجتمع دون الدخول في الحياة الخاصة للأفراد ، والتي ترتبط بالجمهور في أي حال من الأحوال ، وإلا فإن هذا يعد تطفلا على حياة الأفراد يعرض الصحف للمسؤولية عما تقوم بنشره .

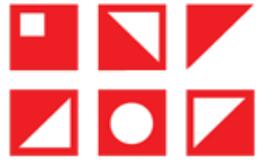
يشير كثير من الباحثين إلى حق آخر لصيق بحق الخصوصية ألا وهو الحق في الصورة والذي زادت أهميته خاصة بعد ظهور كاميرات التصوير ، والأجهزة الأخرى ذات التقنية والإمكانات الهائلة في مجال التصوير والتلاعب بالصورة والتعديل فيها ، ومن هنا برزت فكرة إضافة الحق في الصورة أي حق الشخص في الاعتراض على التقاط صورته ونشرها دون إذنه .

تبقى أكبر الإشكاليات التي تعترض سير عمل وسائل الإتصال الجماهيري وقت الأزمة هو علاقتها بالحقيقة والقيمة ، حيث لازالت تطرح عدیدا من التساؤلات من قبل المتخصصين يدور محتواها حول مدى جدية هذه الوسائل في التعبير عن الواقع ونقله بصورته الحقيقية البعيدة عن التهويل أو التهوين ، وهل مضامينها تجعل القارئ أو المستمع أو المشاهد يعيش واقعه فعلا أم أنها تنحو به بعيدا عن هذا الواقع ؟ حيث تنقل إليه مشاكل واهتمامات بعيدة كليا عن تطلعاته ورغباته ، والشيء نفسه طرح بالنسبة للقيمة هل حافظت هذه الوسائل على قيم المجتمعات الموجودة فيها وعززتها أم عملت ضدها أم أسست لقيم جديدة ؟ (مورانج، ب س ن ، ص 107) .

التحلي بالموضوعية و الحياد في نقل الحقائق كانت على المحك في ظل جائحة كورونا سيطرت عليها الإتجاهات السياسية المختلفة و ظهرت جلبة خاصة في الممارسات الإعلامية الدولية ، فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية عملت إدارة الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على رسم صورة الحرب وفق المقاييس المراد تسويقها للرأي العام ، و تستخدم في ذلك صورا يمكن وصفها بالتضليلية تنطلق من حجج محرفة و الخليلط L'Amalgame يحرم الجمهور من الشروط الملائمة لإثارة نقاش عقلاني مجرد من الحماس و الإنفعال و العاطفة ، فالتماثل بين وقائع راهنة ووقائع سابقة تشير إلى النازية أو الفاشية أو الستالينية يُحفز لدى المتلقي صورا راسخة في مخياله ، و يُسقطها على أوضاع معاصرة مما يولد أحكاما قد لا تتطابق حقيقةً مع الواقع كالمسحط أو التعاطف (لمجد، 2013 ، ص 41) .

العدو بالنسبة لترامب و الولايات المتحدة الأمريكية هي الصين التي خرج منها الوباء ، لأنه و حسب الإدارة الأمريكية لا يمكن تحيّل أو تشكل أزمة دون عنصر يلعب دور (العدو) و بالتالي أي تقصير من الإدارة الأمريكية في مواجهة الوباء يعود إلى (العدو) ، فمثلا تعد إثارة السخط على العدو هدفا يُساعد على تعبئة الرأي العام وراء أهداف الحرب فإن إثارة الشفقة لصالح القوات المسلحة أو لصالح السكان المدنيين الذين يقدمون كضحية يساعد في ذلك أيضا ، ويُشكل ذريعة جيدة لإضفاء الشرعية على التدخل العسكري ، فالتركيز على خرق حقوق الإنسان و التضيق على الحريات و ممارسة التعذيب يعطي المبرر الكافي أمام الرأي العام لاستخدام القوة العسكرية تحت غطاء التحرير و جلب الديمقراطية (لمجد، 2013 ، ص 41) .

حيث تعمل وسائل الإعلام أثناء الأزمات على إعادة و تضخيم المصطلحات التي يتداولها المسؤولون السياسيون و العسكريون لإثارة النقمة ضد الخصم ، و تستخدم مفردات تصنع مرجعيتها من الخوف أو الشفقة مستندة في ذلك على المراجعات التاريخية لجعل العدو موضوع خزي عام (لمجد، 2013 ، ص 41) .



تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطية تبعات جائحة كورونا

تشريح للواقع و استشراف لعالم ما بعد الأزمة

5. ما بعد كورونا : أي مستقبل لوسائل الإعلام ؟

صعب جدا توقع أفق الإعلام الجزائري على الأقل على المدى المتوسط و البعيد ، لكن ما يجب الإتفاق عليه هو ضروري أن تدخل وسائل الإعلام الجزائرية في نقاش حقيقي حول مستقبلها في مرحلة ما بعد كورونا على غرار وسائل الإعلام الدولية ففي تقرير نشرته المجلة الأمريكية نيويورك استعرضت فيه مجموعة من الخيارات التي تواجه صناعة الأخبار أثناء و بعد جائحة كورونا و طرحت السؤال هل سيصمد النظام الإعلامي في الولايات المتحدة أمام كورونا ؟

استعرضت أهم تجارب الصحف ذات السمعة الطيبة في الولايات المتحدة كنيويورك تايمز و التي تحولت إلى مؤسسة تؤمن مداخيلها من الدفع مقابل المحتوى أي حصر المحتوى بالقراء الذين يدفعون الإشتراكات في مقابل تناقص و انخفاض عائدات الإعلان في النسخة الورقية و الإلكترونية (Luo, 2020).

في استطلاع بسيط لاحظنا عزوفا كبيرا عن اقتناء الصحف المطبوعة الجزائرية ، كما اختفت عديد العناوين من الساحة مثل جريدة النهار و منبر القراء .. (الإتصال، 2020) ، و من الناحية التقنية تراجعت عائدات الإشهار و تراجع معها عدد صفحات الإعلان ، كما حددت الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار ANEP عدد الجرائد التي تستفيد من حقوق الإشهار في عهد المدير السابق العربي ونوغي الذي فجر قضايا تبذير المال العام للوكالة الوطنية لفائدة صحف لم تنزل إلى السوق أبدا ، يجيلنا كل هذا إلى أن أزمة الإعلام في الجزائر تتجاوزها عوامل كثيرة ، غير أن جائحة كورونا و التغييرات السياسية الحاصلة في الجزائر كشفت ولازالت عديد النقائص التي أثرت بشكل كبير على قطاع حساس.

الإعلام الجزائري أمام تحديات كثيرة أهمها تغيير طريقة التعااطي مع الأزمات ، من خلال تكوين الصحفيين و رفع مستواهم و توعيتهم في مجال أخلاقيات التغطية الإعلامية وقت الأزمات خاصة الصحية منها ، حيث تجلت صدمة كبيرة عند الجماهير ، واضطراب كبير لدى وسائل الإعلام جراء الخسائر البشرية و الإقتصادية التي خلفتها و لازالت هذه الأزمة الصحية ، إذ المطلوب الإهتمام بتغطيات الأزمات الصحية و إيلائها أهمية قصوى في المستقبل و عدم الإكتفاء بردود الأفعال اللحظية غير المدروسة.

وقت الأزمات لابد أن يضع الإعلام أمامه قاعدة أساسية وهي لا تهويل ولا تهوين بمعنى عدم الإسراف في تخويف المواطنين من المرض و إلا ستحدث آثارا عكسية قد تكون نتائجها أخطر على المجتمع من المرض نفسه وفي الوقت نفسه عدم التهوين أو التقليل من خطورة الفيروس حتى لا يؤدي ذلك إلى استهانة المواطنين بالمرض وهو الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى زيادة انتشاره بينهم .

الإهتمام بالمصداقية الكاملة والشفافية في نقل كل المعلومات لأن الرغبة أحيانا تدفع إلى عدم إثارة مخاوف الناس ، بإخفاء بعض المعلومات ، ولكن المسألة هنا تتعلق بصحة البشر وحياتهم ، ومن ثم فالأمر لا يحتمل إخفاء أية معلومات أو بيانات فالدقة في إمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية أمر لا يقبل المناقشة وفي هذا السياق ينبغي الإشارة إلى ضرورة الحذر في التصريحات الرسمية المتعددة ، فأحيانا ينزلق بعض الإعلاميين وراء تصريحات بعض المسؤولين الراغبين في تجميل أدايمهم و إبعاد شبهة التقصير عنهم ، وتكون النتيجة تصريحات غير واقعية أو صادقة ، أو فيها قدر كبير من المبالغة ، وهو ما ينعكس في النهاية



على درجة مصداقية هذه الوسائل الإعلامية في أعين الجماهير ، فيضطر إلى اللجوء إلى وسائل إعلامية خارجية قد تعطيه معلومات مضللة مستغلة في ذلك عدم ثقته في إعلامه الوطني ، ولا يعيب الإعلام أن يسارع إلى تصحيح أي أخطاء تظهر سواء في البيانات أو المعلومات ، فالإعتراف بالخطأ يزيد من ثقة المتلقي في إعلامه ، أما المكابرة وعدم المصداقية في نتيجتها معروفة (طلب، 2007 ، ص33).

تغطية الأوبئة الصحية يجب أن يختلف عن تغطية الأزمات العسكرية و الإقتصادية و حتى الطبيعية ، حيث يكون مستمرا في الزمان و المكان و يكون استباقيا تحذيريا متوازنا يتحلى بالمصداقية التي تتطلب أيضا عدم معالجة الأزمة بانفعالات اللحظة ، بمعنى العقلانية وعدم التسرع فهي مسألة ضرورية ولكنها لا تعني التخلي عن مبدأ سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي بين أفراد المجتمع ، فالسرعة لا تعني التسرع أو الإنفعال أو عدم الدقة ، حيث يتطلب الأمر إحداث تغييرات في السياسات التحريرية لوسائل الإعلام و من ثم إعادة ترتيب أولوياتها حتى تدرج الإعلام الصحي ضمن أولوياتها ، و تدمجه في كافة أنواع المحتوى (موسى، 2020 ، ص28).

لابد أن تضع وسائل الإعلام نصب أعينها حقيقة علمية مهمة وهي أن أفضل سلاح لمواجهة أية شائعات هو الوضوح ، فالشائعات لا تنتشر و لا تنمو إلا في بيئة يكتنفها الغموض ، و كلما اتضحت الأمور أمام الجمهور ، لم يجد هواة الشائعات مجالا لهم لبث سمومهم الهدامة بين الرأي العام .

التكامل بين وسائل الإعلام مسألة ضرورية للغاية فتعدد الوسائل ميزه وليس عيبا ، ولكن العيب أو الخطأ هو تكرار الأدوار و تكرار الرسائل الإعلامية والتكامل معناه أن تستفيد كل وسيلة من مميزات الجريدة لها مميزاتا ولها جمهورها ونفس الأمر بالنسبة للمجلة والإذاعة والتلفزيون كل منها له أدواته التي تمكنه من تحقيق التميز والتنوع في أشكال و محتويات الرسائل الإعلامية التي تقدمها حول الأزمة (موسى، 2020 ، ص34).

خاتمة

شكلت المعايير المهنية في التغطية الإعلامية لجائحة كورونا عصب النقاش الدائر حول محددات و طبيعة العلاقة بين أخلاقيات العمل الإعلامي و الأزمة الصحية التي أملت بالبشرية ، و التي شكلت تحديات إعلامية كبيرة خاصة على الإعلام المحلي في الجزائر و الذي لم يستوعب إلى وقت متقدم الوضعية الوبائية و بقي يتخبط في محاولة خلق التوازن بين ما هو كائن و ما ينبغي أن يكون .

تجلت بعض الممارسات التي تتطلب تغييرا جذريا في آليات التعاطي مع المعلومة الصحية من خلال التكوين و التفكير في سياسات تحريرية مستحدثة تراعي ديمومة التعاطي مع الأزمات الصحية بشكل استباقي استشرافي وقائي ، ما يؤهلها لاكتساب مصداقية تعيد ترتيب مكانتها في أولويات الجمهور وتمنحها المكانة التي تستحقها .



تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطية تبعات جائحة كورونا

تشريح للواقع و استشراف لعالم ما بعد الأزمة

5. قائمة المراجع:

1. أحمد عظيمي، (2010)، دعاية الكراهية، الشروق للإعلام والنشر، الجزائر، ط:1
2. جون مورانج، الحريات العامة، تر:وجيه البعيني، بدون طبعة، باريس، بيروت، منشورات عويدات، بدون سنة نشر
3. حسن عماد مكاوي، (1994)، أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط:1
4. حمدي عبد الرحمن، (1999)، الوسيط في النظرية العامة للإلتزامات، الكتاب الأول المصادر الإرادية للإلتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، ط:1
5. شهرزاد لمجد، (2013)، الإعلام وإدارة الأزمات الإعلام الأمريكي أنموذجا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، ط:1
6. الطاهر شقرون و آخرون، (1999)، الطريق السريعة للمعلومات في الوطن العربي الواقع والآفاق، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ط:1
7. عزي عبد الرحمن، مجموعة من الباحثين، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط:1
8. فادية أبو شهبية، (1987)، عدد خاص عن حقوق الإنسان في مراحل اتهامه بالتحقيق والمحاكمة "الدعوى الجنائية"، المجلة الجنائية القومية، المجلد رقم 40، ع:1-2-3، مصر، مارس -جويلية-نوفمبر
9. محمد الأمين موسى، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، دراسات إعلامية، مركز دراسات الجزيرة، أبريل 2020
10. محمد عصام سليمان الموسى، (2005)، الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ورقة مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن، الخرطوم
11. محمد نبيل طلب، (أفريل 2007)، حملات التوعية لمواجهة مرض أنفلونزا الطيور و فن الإدارة الإعلامية للأزمة، مجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر، ع: 186
12. محمود يوسف، (2005 أكتوبر)، دور الإعلام في مواجهة الأزمات، مجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر، ع: 180
13. نهوند القادري عيسى، (2008)، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط:1
14. هويدا مصطفى، (2005 يناير)، دور الإعلام في الأزمات الدولية دراسة حالة للإدارة الإعلامية لحرب الخليج، مجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر، ع: 177
15. موقع وزارة الإتصال، توزيع الأشهار العمومي: اعتماد "15 مقياسا موضوعيا" في انتظار صدور قانون الأشهار، 07/05/2020،
<http://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/9008>، 15:22
16. Michael Luo , March 29, 2020 , *The Fate of the News in the Age of the Coronavirus Can a fragile media ecosystem survive the pandemic ?* , (consulté le 20/05/2020 a 15:30 h) ,
<https://www.newyorker.com/news/annals-of-communications/the-fate-of-the-news-in-the-age-of-the-coronavirus>
17. MICHELLE MARTIN ,(1991), *Communication et Media de Mass Culture, domination et opposition* , communication et société , QUEBEC PRESSES DE L'université du Québec et télé - université, p.123