

## تمهيد

يُذْهِلُّ المرءُ أمام المعجزة الإعلامية التي كانت أحد ابرز حقائق نهاية القرن العشرين وأصبحت الحقيقة الأبرز مع دخول العالم الألف الثالثة للميلاد.

فإذا كانت هذه المعجزة تتجلى بأشكال وصور شتى تتماها مع الزمان والمكان لتزِيلَ الحدود إلا أن تجلياتها الأهم بأفعالها التي تكمن في القدرة على الصياغة الجديدة للأفكار والقيم والمفاهيم ، لذلك يقوم أصحاب السطوة على الإعلام / ومن خلال التطور التكنولوجي الذي طرأ عليه / بتحويله إلى أداة لتطويع الشعوب والمجتمعات المستضعفة ، حتى أصبح الإعلام الآن يشكل من القوة ما لا يقل عن قوة السلاح . لا سيما عندما يسخر وسائله كافة لتغطية الأزمات بمختلف أنواعها وعلى الأخص السياسية والأمنية منها ، فإما أن يكون دوره ذو تأثير إيجابي على الرأي العام في المجتمعات التي تعصف بها الأزمات مما يخفف من حدتها ويقلل من نتائجها الضارة ، أو يكون ذو تأثير سلبي الأمر الذي يعقد الأزمات ويفاقمها وقد ينتج عنها في هذه الحالة أزمات جانبية أخرى يكون لها تأثيرها السلبي على كافة الصعد الحياتية ، ومنذ أن ظهر الإنسان وهو في صراع غير متكافئ مع عناصر الوسط الطبيعي المحيط به من أزمات وكوارث سواء من صنع الإنسان نفسه أو من صنع الطبيعة ، قال الله تعالى:

(( لقد خلقنا الإنسان في كبد )) الآية ( 4 ) من سورة البلد .

ونتيجة لتطور المجتمع البشري ماديا واجتماعيا ، وتشابك العلاقات الاجتماعية بين بني البشر ، وتضارب المصالح ، مما يؤدي إلى التنافس فيما بين الناس لدرجة تصل إلى الصدام الدامي ، من أجل الحصول على مكاسب فردية أو جماعية تقود إلى الإضرار بمصالح الآخرين ، وتعكير صفو الاستقرار والطمأنينة مما يؤدي إلى حدوث أزمات ذات صبغة بشرية في أسباب حدوثها ، فيكون الإنسان في هذه الحالة عنصرا مدمرا يتعاقد مع عناصر الوسط الطبيعي في إنزال المزيد من الضرر بكل من النسيج المادي والاجتماعي الأمر الذي يحتم على المجتمعات البشرية التصدي لتلك الحوادث المؤسفة ، والمؤدية إلى خسائر متنوعة وتخريب المجتمع بشكل عام ، ويتم ذلك بكافة الوسائل المتاحة لتخفيف الضرر الناجم . كما يتم بتضافر كافة جهود عناصر المجتمع المصاب بالحادثة على مختلف أنواعها ، وذلك من خلال مؤسسات المجتمع التي تمثل شرائح الناس فيه ومنها في الأولوية المؤسسات الإعلامية التي جهودها تفوق كل الجهود بما لا يقل عن جهود فريق إدارة الأزمة من حيث النتائج التي تفرزها تلك الجهود سلبية كانت أم ايجابية.

**مشكلة الدراسة :** نظراً للتطور التكنولوجي الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام بحيث

أصبح الكون عبارة عن قرية صغيرة يستطيع المرء فيها مشاهدة العالم من خلال شاشة لا تتعدى مساحتها ربع المتر الواحد وبكبسة زر واحدة ويستقي منها كل الأخبار والبرامج العالمية في مختلف المجالات الحياتية .

وبما أن معالجة الأزمات أو التعامل معها.. التي شاعت ترجمتها إلى «إدارة الأزمات» هي ميدان بحثي جديد لم ينل حظه من الاهتمام الأكاديمي إلا في أوائل الستينات وبالتحديد على أثر أزمة الصواريخ الكوبية في أكتوبر 1962 عندما قال «ماكنامارا» وزير الدفاع الأمريكي الأسبق عبارته الشهيرة «لم يعد هناك بعد الآن مجال للحديث عن الإستراتيجية وإنما عن معالجة الأزمات فقط».

وكما ذكرنا أن الإعلام قد يعمل على تفاقم الأزمات فيما لو انحرف عن أهدافه الإيجابية وبالمقابل قد يعمل الإعلام على التخفيف من حدة الأزمات وما ينتج عنها إذا ما أحسن إيصال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي بحيث تتمكن من التأثير فيه مما يساهم إسهاماً قوياً في مواجهة الأزمات بشجاعة .

وتقتضي الضرورة التأكيد بأن موضوع الإعلام الأمني في إطاره العام والخاص هو الوسيلة الوحيدة من وسائل الإعلام التي يمكنها لعب الدور الأكبر أثناء الأزمات سواء كان هذا الدور ايجابيا أم سلبيا ،

**أهمية الدراسة :** لكون موضوع الأزمات موضوعاً حساساً، وواسعاً، وشاملاً، ودقيقاً،

وجذاباً، وعلى صلة عميقة بالمجتمع بحيث يلامس كافة مناحي الحياة بمختلف أشكالها. واعتبار وسائل الإعلام من ضرورات الفرد والمجتمع والدولة في آن واحد ولها التأثير المباشر والقوي، كما تشكل الظاهرة الأمنية إطاراً معرفياً متكاملأ يجسد واقع النسيج الاجتماعي المحيط به. لذا من الضروري تسليط الضوء على

هذا الموضوع بجوانبه المعرفية والأمنية والسياسية والاجتماعية والإعلامية، وإبراز أهمية وسائل الإعلام في معالجة وإدارة الأزمات.

**أهداف الدراسة :** تهدف الدراسة إلى التعريف بوسائل الإعلام ومدى تأثيرها ودورها في التطور الاجتماعي ومن ثم نبين تأثير التطور التكنولوجي على وسائل الإعلام كما تهدف الدراسة إلى تعريف الأزمات وأنواعها وخصائصها مراحل إدارتها ثم تخلص الدراسة إلى تبيان واستنتاج الدور الكبير لوسائل الإعلام في تهويل وتفاقم الأزمات أو التخفيف من حدتها والتقليل من أثارها السلبية من خلال قدرته على تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات .

**منهج الدراسة :** فرضت طبيعة الدراسة على الباحث إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتفسير مفاهيم ( الإعلام، الرأي العام، عولمة الإعلام، السياسة الإعلامية، الأزمات، الكوارث، إدارة الأزمات، فريق إدارة الأزمة، الأزمة الإعلامية والأزمة الأمنية ) وصفا وافيا ودقيقا وتحليلها واستنباط بعض المفاهيم / الأمنية، والإعلامية، والإعلامية الأمنية / المتعلقة بموضوع البحث .

**مراجع الدراسة:** استعان الباحث في سبيل إعداد هذه الدراسة بعدد من المراجع العربية، ومنها:

- الكتب العلمية العامة والمتخصصة - أبحاث ومحاضرات في نفس المجال - الدوريات والمقالات

**خطة الدراسة :** يرى الباحث تقسيم دراسته هذه إلى مقدمة وثلاث فصول رئيسية، وتقسيم الفصول إلى فقرات، وينبثق عن كل فقرة عدد من البنود الرئيسية والفرعية، واختتمت الدراسة بخاتمة تضمنت الاستنتاجات والتوصيات، كما ذيلت بقائمة المراجع، وأخيرا فهرست المحتويات، وذلك كما يلي:

= مقدمة

## الفصل الأول

### الإعلام والتطور التكنولوجي

أولاً : مفهوم الإعلام وتطور وسائله ( لمحة تاريخية )

1- مفهوم الإعلام

2- مراحل تطور وسائل الإعلام تاريخياً

3- الإعلام والنظرية الانتقالية

ثانياً: ضرورات وأهمية الإعلام في المجتمعات

1- أهمية وسائل الإعلام

2- دور الإعلام في التطوير الاجتماعي

3- أهمية التخطيط في تنمية الإعلام

ثالثاً : التطور التكنولوجي وأثره على وسائل الإعلام

1- العولمة

2- تكنولوجيا الاتصالات والغزو الإعلامي

3- القرية العالمية وعولمة الإعلام

## الفصل الثاني

### الأزمات وسبل مواجهتها

أولاً : طبيعة وخصائص الأزمات وأنواعها

1- مفهوم كل من الأزمة والكارثة

2- خصائص الأزمات

3- أنواع الأزمات ومراحل تطورها

ثانياً: مراحل إدارة الأزمة واتخاذ القرار

1- مراحل مواجهة الأزمات

2- أهمية التخطيط لمواجهة الأزمات

3- اتخاذ القرار المناسب لمواجهة الأزمات

ثالثاً: إدارة الأزمة وفريق التعامل معها

1- مهام وتكوين إدارة الأزمات

2- غرفة العمليات وموقع الحدث

- فريق التعامل مع الأزمات

### الفصل الثالث

**دور الإعلام والرأي العام أثناء الأزمات**  
أولاً: مفهوم وأهمية تكوين وتغيير الرأي العام في الأزمات

1- مفهوم وأنواع الرأي العام

2- أساليب قياس الرأي العام

3- أهمية تغيير الرأي العام في الأزمات

ثانياً: تأثير ودور وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات

1- تأثير ودور وسائل الإعلام المطبوعة

2- تأثير ودور وسائل الإعلام الالكترونية

3- تأثير ودور وسائل إعلام المسموعة والمرئية

ثالثاً : السياسات الإعلامية في الأزمات ومفهوم الأزمة الإعلامية

1- مفهوم السياسة الإعلامية وتطورها

2- مفهوم الأمن وعلاقته بالأزمات

3- الأزمة الإعلامية والأزمة الأمنية

رابعاً : دور وسائل الإعلام في معالجة الأزمات وتأثيرها على متخذ القرار

1- مفهوم وضرورة الإعلام الأمني وعلاقته بوسائل الإعلام أثناء الأزمات

2- توعية المواطن وأهمية المتحدث الرسمي أثناء الأزمات

3- الإعلام في مواجهة الشائعات وتأثيره على متخذ القرار أثناء الأزمات

= الخاتمة

= المراجع

= فهرست المحتويات

الباحث

جامعة سنت كليمينتس العالمية

# الإعلام في الأزمات

مشروع رسالة دكتوراه

إعداد

إبراهيم فواز الجبواي

## م

يُدْ هَلُ المرءُ أمامَ المعجزة الإعلامية التي كانت أحد أبرز حقائق نهاية القرن العشرين وأصبحت الحقيقة الأبرز مع دخول العالم الألف الثالثة للميلاد.

فإذا كانت هذه المعجزة تتجلى بأشكال وصور شتى تتماشى مع الزمان والمكان لتزيل الحدود إلا أن تجلياتها الأهم بأفعالها التي تكمن في القدرة على الصياغة الجديدة للأفكار والقيم والمفاهيم ، لذلك يقوم أصحاب السطوة على الإعلام/ ومن خلال التطور التكنولوجي الذي طرأ عليه/ بتحويله إلى أداة

لتحقيق أهدافهم حتى أصبح الإعلام الآن يشكل من القوة ما لا يقل عن قوة السلاح. لاسيما عندما يسخر وسائله كافة لتغطية الأزمات بمختلف أنواعها وعلى الأخص السياسية والأمنية منها، فإما أن يكون دوره ذو تأثير إيجابي على الرأي العام في المجتمعات التي تعصف بها الأزمات مما يخفف من حدتها ويقلل من نتائجها الضارة، أو يكون ذو تأثير سلبي الأمر الذي يعقد الأزمات ويفاقمها وقد ينتج عنها في هذه الحالة أزمات جانبية أخرى يكون لها تأثيرها السلبي على كافة الصعد الحياتية، ومنذ أن ظهر الإنسان وهو في صراع غير متكافئ مع عناصر الوسط الطبيعي المحيط به من أزمات وكوارث سواء من صنع الإنسان نفسه أو من صنع الطبيعة، قال الله تعالى:

### × لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ ۝ الْبَلَدِ 4

ونتيجة لتطور المجتمع البشري مادياً واجتماعياً، وتشابك العلاقات الاجتماعية بين بني البشر، وتضارب المصالح، مما يؤدي إلى التنافس فيما بين الناس لدرجة أحياناً تصل إلى الصدام غير البريء، من أجل الحصول على مكاسب فردية أو جماعية تقود إلى الإضرار بمصالح الآخرين، وتعكير صفو الاستقرار والطمأنينة مما يؤدي إلى حدوث أزمات ذات صبغة بشرية في أسباب حدوثها، فيكون الإنسان في هذه الحالة عنصراً مؤذياً بخلاف طبيعته البشرية يتعاقد مع عناصر الوسط الطبيعي في إنزال المزيد من الضرر الأمر الذي يحتم على المجتمعات البشرية التصدي لتلك الحوادث المؤسفة، والمؤدية إلى خسائر متنوعة هما يدعو البشرية إلى التعاضد في سبيل تحقيق الطمأنينة، ويتم ذلك بكافة الوسائل المتاحة لتخفيف الضرر الناجم. كما يتم بتضافر كافة جهود عناصر المجتمع المصاب بالحادثة على مختلف أنواعها، وذلك من خلال مؤسسات المجتمع كافة وخاصة منها الوسائل الإعلامية بما تملك من إمكانيات وقدرات بشرية وتقنية وحرافية.

### مشكلة وأسئلة الدراسة :

نظراً للتطور التكنولوجي الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام بحيث أصبح الكون عبارة عن قرية صغيرة يستطيع المرء فيها مشاهدة العالم من خلال شاشة صغيرة وبكيسة زر واحدة ويستقي منها كل الأخبار والبرامج العالمية في مختلف المجالات الحياتية.

وبالرغم من التطور الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في إطار الثورة العلمية التكنولوجية، والتغيرات الكبيرة التي شهدتها المؤسسات الإعلامية وكذلك الإعلاميين أنفسهم، مع التقدم المذهل في كافة الأصناف والأنواع الإعلامية إلى جانب التحديات العالمية المعاصرة والتي هي كبيرة وضخمة بحجم الأحداث والأزمات الإقليمية والدولية يمكننا أن ندعو إلى اهتمام واسع بدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات وكيفية إدارتها. وفي هذا السياق تبحث الدراسة في قدرة الإعلام على إدارة الأزمة من خلال التأثير على صنّاع القرار، وفريق إدارة الأزمة والتأثير المباشر على الرأي العام. فما هو الواقع الفعلي في هذا الإطار إعلامياً؟، وما هي أهم مكونات هذه العملية التي تمثل محور الدراسة الحالية؟.

### أهمية الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل الدور الممكن لوسائل الإعلام في إدارة الأزمة نظراً لقدرتها الفائقة على التأثير المباشر على صنّاع القرار السياسي وتوجهات الرأي العام، ووصولها إلى كل بيت ومكان في المعمورة، واهتمام الجمهور المتعاطف بها عبر أقيمتها المتعددة، وهناك عدة محاور تجعل من هذه الدراسة قضية هامة:

[1] – أهمية الإعلام ودوره الكبير في الحياة العامة وتأثيراته الهائلة على الأفراد والمجتمعات البشرية وتناوله لكل صغيرة وكبيرة في حياتنا.

[2] – اهتمام الجمهور بوسائل الإعلام وخاصة في الأزمات والكوارث والأحداث الهامة.

[3] – ندرة الدراسات العلمية وتضاؤل حجم المؤتمرات والندوات الإعلامية حول هذا الموضوع.

[4] – الحاجة الماسة لمكتباتنا ومعاهدنا وجامعاتنا لمثل هذه الأبحاث.

لذا من الضروري تسليط الضوء على هذا الموضوع بجوانبه المعرفية والأمنية والسياسية والاجتماعية والإعلامية، وإبراز أهمية وسائل الإعلام في معالجة وإدارة الأزمات.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى بيان إمكانية وسائل الإعلام في إدارة الأزمات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو أمنية وإبراز متطلبات ومستلزمات هذا الهدف فضلاً عن بيان تكامل السياسات الإعلامية والسياسات الأخرى في معالجة هذه المواضيع الهامة والحساسة لارتباطها مباشرة بحياة الإنسان وديمومة المجتمع وعرجت الدراسة في توضيح بعض الحقائق والمبادئ العلمية والعامة ذات الصلة.

### منهج الدراسة:

فرضت طبيعة الدراسة على الباحث إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتفسير مفاهيم عديدة، ولقد تطلبت هذه الدراسة العلمية الجمع بين الأسلوبين الوصفي والتحليلي بناءً على قراءة تلم بالموضوع المطروح أساساً إذ ركز

الأسلوب الوصفي على بيان مفهوم الإعلام وسياسات الإعلاميين والعولمة والأزمة وتحديد طبيعتها.  
أما الأسلوب التحليلي فقد ركز على إمكانية قيام وسائل الإعلام بالدور المناط بها أحياناً بإدارة الأزمات على تنوعها واختلافها.

### مراجع الدراسة:

استعان الباحث في سبيل إعداد هذه الدراسة بعدد من المراجع العربية، ومنها:  
- الكتب العلمية العامة والمتخصصة - أبحاث ومحاضرات في نفس المجال -  
الدوريات والمقالات ويقتضي التنويه إلى ندرة الدراسات العلمية حول هذا الموضوع  
كأنه موضوعاً حديثاً قل التطرق إليه.

### خطة الدراسة:

يرى الباحث تقسيم دراسته هذه إلى مقدمة وثلاث فصول رئيسية، وتقسيم  
الفصول إلى فقرات، وينبثق عن كل فقرة عدد من البنود الرئيسية والفرعية، واختتمت  
الدراسة بخاتمة تضمنت فهرست المحتويات، وذلك كما يلي:

## الفصل الأول

### الإعلام والتطور التكنولوجي

أولاً : مفهوم الإعلام وتطور وسائله «لمحة تاريخية»

1- مفهوم الإعلام

2- مراحل تطور وسائل الإعلام تاريخياً

3- الإعلام والنظرية الانتقالية

ثانياً: ضرورات وأهمية الإعلام في المجتمعات

1- أهمية وسائل الإعلام

2- دور الإعلام في التطوير الاجتماعي

3- أهمية التخطيط في تنمية الإعلام

ثالثاً : التطور التكنولوجي وأثره على وسائل الإعلام

1- العولمة وعولمة الإعلام

2- تكنولوجيا الاتصالات والغزو الإعلامي

3- الانترنت كوسيلة إعلامية

## الفصل الثاني

### الأزمات وسبل مواجهتها

أولاً : طبيعة وخصائص الأزمات وأنواعها

1- مفهوم كل من الأزمة والكارثة

2- خصائص الأزمات

3- أنواع الأزمات ومراحل تطورها

ثانياً: مراحل إدارة الأزمة واتخاذ القرار

1- مراحل مواجهة الأزمات

2- أهمية التخطيط لمواجهة الأزمات

3- اتخاذ القرار المناسب لمواجهة الأزمات

ثالثاً: إدارة الأزمة وفريق التعامل معها

1- مهام وتكوين إدارة الأزمات

2- غرفة العمليات وموقع الحدث

3- فريق التعامل مع الأزمات

## الفصل الثالث

### دور الإعلام والرأي العام أثناء الأزمات

أولاً: مفهوم وأهمية تكوين وتغيير الرأي العام في الأزمات

1- مفهوم وأنواع الرأي العام

2- أساليب قياس الرأي العام

3- أهمية تغيير الرأي العام في الأزمات

ثانياً: تأثير ودور وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات

1- دور وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام



- 2- دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات
  - 3- تأثير وسائل الإعلام على متخذ القرار في الأزمات
- ثالثاً : السياسات الإعلامية ودورها في معالجة الأزمات
- 1- مفهوم السياسة الإعلامية وتطورها
  - 2- أهمية تبدل السياسة الإعلامية في الأزمات
  - 3- الأزمة الإعلامية وأهمية المتحدث الرسمي
- الخاتمة
- المراجع
- فهرست المحتويات

الباحث

الفصل الأول  
الإعلام  
والتطور التكنولوجي

# أولاً : مفهوم الإعلام و تطور وسائله

[1] - مفهوم الإعلام:

الإعلام هو تلك العملية الاتصالية التي يتم من خلالها نقل الأحداث، والآراء والأفكار للجمهور. ولم يعد الإعلام وسيلة نقل وإبلاغ فقط، فهو شكل من أشكال النشاط الإنساني بجوانبه المادية والروحية. فهو فكرة ونشاط ومشاركة.

د. عزيزة عبده في كتاب نشر لها في القاهرة حول: «الإعلام السياسي والرأي العام» تعتبر الإعلام على أنه تلك العملية الإعلامية التي تعنى بنقل المعلومات من مرسل إلى مرسل إليه بواسطة الوسائل الإعلامية المختلفة. وهذا ما يؤكد المعجم اللغوي فقد وردت كلمة إعلام بمعنى إخبار، أي الإخبار والتعريف. إذ تبدأ بمعرفة المخبر الإعلامي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل حيث تتوالى مراحلها وجمع المعلومات من مصادرها ونقلها والتعامل معها وتحريرها ثم نشرها عبر وسيلة إعلامية، فالإعلام عبارة عن وسيلة تعمل على تزويد الناس بالأخبار والمعلومات والحقائق التي تساعدهم على تكوين رأي في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً في أراجاعات الجماهير بمعنى أن الغاية من الإعلام هي الإقناع عن طريق بث المعلومات، والحقائق، والأخبار، والأرقام، والإحصائيات<sup>(1)</sup>.

وفي كتابه الجامعي: «الإعلام والدعاية» ينوه الدكتور وجيه الشيخ الأستاذ في كلية العلوم السياسية - جامعة دمشق، إلى أن الإعلام هو تلك العملية التي يتم من خلالها نقل الأخبار والمعلومات في الأحداث بشكل موضوعي، وحيادي لوضع الناس أمام حقيقة الحديث المنقول، وتعريفهم به، فهو مرادف لنقل رسالة إخبارية، فكلمة إعلام تفيد الإخبار، كما تدل على معنى الإطلاع والتوصيل والإتصال<sup>(2)</sup>.

إنه عبارة عن عملية اتصالية يتم من خلالها تبادل الوقائع والأخبار، والآراء والأفكار بين البشر ليبرز تعبير آخر مرادف لكلمة الإعلام وهو الاتصال الجماهيري والذي يعتبر بحد ذاته عملية نشر أو بث أو إيصال رسالة ما في ظرف ما تعمل إخباراً ومعلومات وآراء أو اتجاهات أو مشاعر حول حدث أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة تتصل بالاهتمامات العامة في المجتمع أو يمكن أن تثير شغف الجماهير، يقوم بها مرسل عبر وسيلة اتصال من أجل الوصول إلى دوائر جماهيرية واسعة بهدف التأثير في الرأي العام بغض النظر عما قد يعترضها من تشويه<sup>(3)</sup>.

(1) د. عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، القاهرة، 2004م، ص 47، د. جمال الجاسم المحمود، بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق، 2009م، ص 123.

(2) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 123.

(3) برهان شادي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، عمان 2003، ص 16. د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 123 و 124.

كما يختلف مفهوم الإعلام عن مفهوم الدعاية، من حيث الأسلوب والهدف، فأسلوب رجل الإعلام يجب أن يتم بالصدق والصراحة، بينما أسلوب رجل الدعاية يعتمد على التأثير في غير اتجاهات الناس عن طريق الترويج لفكرة أو مذهب متقصداً الإيحاء والاستهواء أكثر مما يعتمد على الحقائق والوقت في العرض<sup>(4)</sup>.

ويفترض بالإعلام أن ينقل الوقائع، ويقدم المعلومات بصدقية، وهذا ما يميزه عن الدعاية التي تعتمد على إثارة العواطف، وتحريكها بغية السيطرة على عقول الناس<sup>(5)</sup>. ويبدو أن الإعلام في معناه العام مرادف لنقل رسالة إخبارية، بينما النظرية الإعلامية هي كل ما يتصل بنقل الرسالة الإخبارية في نطاق الوظيفة الثقافية للدولة، ويتوقف معيار هذه الرسالة على الدور الذي تؤديه بشكل عام مع مراعاة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية<sup>(6)</sup>.

وتمثل العملية الاتصالية كلاً لا يتجزأ ولا يمكن تحقيق أهدافها دون تواصل عقلي بين المرسل والمتلقي، وبناء خطاب إعلامي مقبول. بالإضافة إلى تكوين قدرات بشرية وفنية وتقنية مقتردة. فنجاح وسائل الإعلام يرتبط بتحقيق بعض المتطلبات المرتبطة بواقع المرسل، والمتلقي، وطبيعة الرسالة الإعلامية، والعوامل المتعلقة بالوسيلة الإعلامية<sup>(7)</sup>.

وينظر دعاة الاتجاه الرأسمالي إلى الإعلام من خلال موضوعيته وحياده ويرى أصحابه أن الخلاف بين الإعلام والدعاية هو خلاف جوهرى يتناول الشكل والمضمون فرجل الإعلام كما يعتقد ممثلو هذا الاتجاه يفترض فيه الموضوعية والحياد أثناء تقديمه لرسائله الإعلامية، بينما رجل الدعاية يتبع حسبهم أسلوب الإغراء والإثارة، وتحريك عواطف الناس، وهكذا فالتمييز بين الإعلام والدعاية يجب أن يكون على أساس أخلاقي، فهم يرون في الإعلام كل ما هو خير وأخلاقي، بينما يرون في الدعاية وسيلة من وسائل الخداع وكل ما هو شر وخطير، بينما يرى أصحاب الاتجاه الاشتراكي أن الفصل بين الإعلام والدعاية هو أمراً مستحيلاً. وإن ما بينهما من فرق إنما هو فرق في الأسلوب أولاً وفي الحافز السياسي ثانياً ومن المستحيل الفصل بين السياسة الإعلامية في دولة ما والإيديولوجيا التي تتبناها هذه الدولة<sup>(8)</sup>.

**وهكذا الإعلام إيجازاً هو نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها، ويعرف اصطلاحاً بتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة أو الأخبار الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.**

[2] — مراحل تطور وسائل الإعلام :

(4) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 47 - 48.

(5) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 167.

(6) المرجع السابق.

(7) المرجع السابق، ص 168.

(8) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 49 - 50.

إن التطور الذي حدث في الأعوام الأخيرة لمفهوم الإعلام والاتصال لم يكن وليد الصدفة، بل أملت مجموعة من العوامل الموضوعية والتي أدت إلى تطور المجتمعات الإنسانية ويأتي في مقدمة هذه العوامل:

**أولاً -** التطور الكمي والنوعي في وسائل الاتصال: إن نشأة الإعلام بمعناه الحديث تقود بواده إلى القرن الخامس عشر، وبداية ظهور الطباعة، فكان لهذا الاكتشاف أثره الذي مكن الإنسان من الحفاظ على تراثه العلمي والأدبي، كما لعب دوراً مهماً في اتساع المعرفة وسرعة نقلها وحفظها، وهياً المناخ لولادة الصحافة باهتماماتها المختلفة، وإن الثورة العلمية الحديثة في تكنولوجيا الاتصال وتنظيم المعلومات قد استطاعت أن تحدث تغييراً جوهرياً في مفهوم الإعلام.

**ثانياً -** بروز دور ظاهرة الرأي العام وتعاضم تأثيره في الأحداث على الساحتين المحلية والدولية. وقد واكب هذه الظاهرة اهتمام الحكام، وجهودوا في سبيل توجيهها عبر وسائل الإعلام.

**ثالثاً -** ظهور دور الأيديولوجيا، حيث أن للنشاط الإعلامي دوراً مرتبطاً أشد الارتباط بدخول العقائد السياسية لمجالات التاريخ الحديث.

**رابعاً -** تطور العلوم الاجتماعية والنفسية التي أعطت بعداً جديداً لمفهوم النشاط الإعلامي فغدا الإعلام حقاً إنسانياً مبرمجاً وقائداً لعملية النشاط الإنساني، فهو ثمرة من ثمار علوم إنسانية مترابطة<sup>(9)</sup>.

عرف العالم أساليب متعددة لممارسة الاتصال والإعلام، وذلك مثل النقش على الحجر والخشب والكتابة على الجلد والورق البردي وألواح الطين... الخ، ومن ثم اختراع أشكالاً وقوالب حجرية أو خشبية أو طينية ثابتة لطباعة نسخ متعددة من المادة المطلوب نسخها. وفي مرحلة لاحقة تم التوصل إلى نوع بدائي من الورق وتم استخدامه في هذه الطباعة الحجرية.

ويدخل النشاط الإعلامي في إطار الفاعلية الفكرية المرتبطة بواقع الحياة الاجتماعية وحاجاتها الأساسية، وقد تطور هذا النشاط بفضل التطورات والتبدلات التي طرأت على واقع الحياة البشرية في ميادين الحياة المختلفة، ولقد كان هذا العمل الإعلامي غير المجتمعات البدائية عملاً عفويًا يتناسب مع طبيعة العصر الذي مر فيه ويعبر عن روحه، ولا يمكن فصله عن الأساطير والخرافات التي لعبت دوراً أساسياً في حياة الإنسان البدائي، وقد استدعت الحاجة كما ذكرنا إلى ظهور وسائل إعلام بدائية مثل الألواح الفخارية والرواية والقصص والأساطير الشعبية المتنوعة. وهذا ما يفسر لجوء الفراعنة المصريين إلى تدوين سيرتهم على جدران المعابد. كما فعل اخناتون في مصر عام (1300) ق.م عندما أراد إحداث تحول في عقيدة الناس فعمل إلى خلع الإله آمون واستعاض عنه بالإله آتون. وقد أبرز ذلك في حوادث مادية<sup>(10)</sup>.

(9) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض .....، دمشق 2009، ص 36 - 42.  
(10) المرجع السابق، ص 13 - 14.

وارتبط النشاط الدعائي بالوظيفة الدينية في الكثير من جوانبه. وفي الحضارة اليونانية برز الإعلام من خلال دور الخطباء في حياة أثينا السياسية والمناخ الديمقراطي الذي ساد في تلك الفترة حيث أدت المظاهر الانتخابية إلى ولادة فن الخطابة واستخدامه كوسيلة من وسائل التأثير والإقناع. وبرز إلى جانب ذلك فن الجدل الذي ابتدعه السفسطائيون وحاولوا بموجبه تعليم الناس فنون البيان وطرق الجدل وإذاعة التشكيك في القيم الأخلاقية السائدة، كما صدرت العديد من المؤلفات التي لعبت دوراً مهماً ككتاب الجمهورية لأفلاطون، وعقدت الندوات، والمعارض والمهرجانات وبرزت الدعوي العملية والخارجية والقومية في عهد الإمبراطورية الرومانية، وقد أوجد القيصر الروماني عام (131) ق.م. الجهاز الرسمي المسمى وهو عبارة عن ضرب من ضروب الصحف الرسمية توضع عند ملتقى الطرق وتوزع على الجيش وتلصق على المراكز الإدارية وإقامة الاحتفالات الجماهيرية، فكان هناك نحو (175) يوماً من الأعياد في السنة يقدمها الإمبراطور الروماني<sup>(11)</sup>.

وبرزت الدعاية في عهد الإمبراطورية البيزنطية من خلال الاحتفالات وإقامة الولائم، وقد اتخذت الدعاية طابعاً رسمياً في الديانة المسيحية منذ بداية عصر النهضة، فظهر مجمع «الدعاية للإيمان» الذي أنشأه البابا غريغوار عام 1622 بهدف التبشير الديني فيما وراء البحار. واستخدمت أساليب الإعانات كوسيلة من وسائل الجذب والترغيب، ووضع التربية في خدمة الدعاية وفي الإسلام برز الدعاة وقد تحقق نجاح الدعوة الإسلامية بفضل السلوك الذي انتهجه الرسول الكريم في دعوته واعتمدت الدولة الفاطمية على الدعاة المنتشرين في الأصقاع كافة.

وهكذا أتاح هذا التطور التقني الذي بلغ ذروته في القرن الخامس عشر طباعة النشرات التي كانت تسمى الرسائل الإخبارية والتي تعتبر الشكل الجيني للصحافة الحديثة، وكانت هذه الرسائل تتضمن قدراً من الأخبار العامة والاقتصادية والتي كان يتم تبادلها بين التجار ورجال الدولة وأمراء القصور. ومع مرور الوقت أصبحت هذه الأخبار تكتب كملحق مستقل في الرسالة. في هذه الفترة بدأ النظام الإقطاعي بالتصدع وظهرت المدن التجارية الكبرى وبدأت ملامح وقوى وعلاقات النظام البرجوازي بالظهور وقد ظهرت الصحف الأولى في هذه المراكز التجارية لتخدم أساساً حاجات التجارة النامية. ومن أجل إعادة صياغة الواقع ظهرت قوى إنتاج جديدة فرضت طرقاً وأساليب حديثة وظهرت التجمعات البشرية الضخمة فضاقت السوق المحلية، وتقلصت حدود الإمارات الإقطاعية وانبثقت حركات الإصلاح الدينية والفكرية، وتطورت العلوم والمعارف فتوطد التفكير العلمي، وترسخت النزعات العقلانية، وبدأ عصر الاختراعات ليلبي حاجة البرجوازية الصاعدة.

في ظل هذه الظروف والتحويلات تعاضمت أهمية الصحافة في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية في حياة الفرد والمجتمع، وتزايدت أهميتها لنشر

(11) المرجع السابق، ص 21 - 22.

الأفكار والقيم والمفاهيم البرجوازية. وكان لاختراع الطباعة ومستلزماتها الانعطاف التاريخي الحاسم الثاني، بعد اللغة، في تاريخ الصحافة. حيث وفرّ هذا التطور الشروط المادية للطباعة السريعة والمتعددة النسخ. وهذا ما يفسر ظهور أول صحيفة دورية في العام عام =1609+ في ألمانيا – وفي عام =1622+ في بريطانيا – وفي عام =1631+ في فرنسا وفي عام =1690+ في أمريكا الشمالية.

وسارعت اختراعات القرن التاسع عشر من توطيد القدرة الاتصالية. كأجهزة النقل الرئيسية مثل الخطوط الحديدية، وظهور التلغراف الذي مكن الإنسان من تلقي =20+ كلمة في الدقيقة الواحدة وفق إشارات =مورس+. ثم كان اختراع الهاتف من قبل =الكسندر غراهام بيل+ ولكن الاتصال الأهم في عالم الاتصال الجماهيري كانت الموجات التي تحمل نقلاً صوتياً لمسافات طويلة في الهواء دون استخدام الأسلاك، وأصبحت الرسائل بالراديو تتيح للجماهير مجالاً أوسع للاستقبال فأصبحت الأخبار تنتقل في العالم بكل يسر وسهولة. فللمرة الأولى في تاريخ الحضارات أصبح لدى الناس إمكانيات أكبر وتوالت الاختراعات على تحسين قدرة الكاميرا في التقاط الصورة البصرية المتحركة وإنتاج الصورة المتحركة فيديو تيب =شريط الفيديو+ وولد جهاز التلفزيون، وبدأت كيانات قائمة بذاتها بالظهور وتضم الصحف والراديو والتلفزيون وتشكل ما نسميه الآن بالوسائل الإعلامية.

تسارع الإيقاع بشدة في العصور الأحدث فانقل الجنس البشري منذ خمسة آلاف سنة فقط إلى عصر الكتابة ومع أن الصينيين وقبائل المايا قد طوروا البدايات الأولى للكتابة إلا أن الانتقال الأهم إلى هذا العصر كان بين السومريين والمصريين القدماء، وبعد وقت طويل دخلنا عصر الطباعة عام =1455+ وفي مدينة =ميتز الألمانية+ استطاع الألماني =غونتبرغ+ أن يسبك المعادن لصناعة الحروف التي أحدثت ثورة في طريق تطوير الإنسان للحضارة والحفاظ عليها وأخيراً دخلنا عصر وسائل الإعلام. وظهرت وسائل الإعلام الكهربائية مثل التلغراف والتليفون والسينما والراديو والتلفزيون، ومن ثم تم الدخول في مرحلة الانتقال الأهم وبشكل واسع في عصر الحاسوب والإعلام الإلكتروني وهذا العصر حول المجتمع البشري بالفعل إلى ما أصبح يعرف بمجتمع الإعلام.

وإن ما يهمنا في هذا الصدد مدى تأثير وسائل الاتصال على الوجود الإنساني خلال العصور المتتالية.

لقد أدت التطورات التقنية الهائلة في العقود الأخيرة إلى تغييرات بنوية هائلة في وسائل الإعلام الجماهيري، مما أدى إلى توطين بعض الحقول الإعلامية المؤثرة وأحدث تغييرات مهمة في أدوار الإعلاميين، والمؤسسات الإعلامية، وظهرت الأجهزة التقنية الحديثة عبر الإنترنت، مع تحقيق قفزة نوعية في الإعلام المرئي على وجه الخصوص، ولقد عبر التطور التقني الهائل في البث الرقمي وانتشار الفضائيات ومقاهي الإنترنت على تنوع ملحوظ في مجالات الاستقبال الإعلامي والاتصالي وقد ساهمت القنوات الفضائية في ظهور مجال عالمي للاستقبال التلفزيوني الجديد من خلال

اتساع مدى بثها وأيضاً من خلال عملية تجانس أنماط الاتصال التلفزيون الجديد التي أدت إلى زعزعة أساليب المحطات الأرضية البالية. فقد استبدلت أنماط الاتصال الجديدة قوانين الاتصال السابقة بمعايير مهنية جديدة في البرمجة، والإفراج، والإنتاج مستوحاة من النماذج الدولية<sup>(12)</sup>.

إن التطورات التكنولوجية قد مكنت الإعلام أن يأخذ مكانته الاجتماعية من حيث الأهمية والتأثير. وقد دفعت هذه التطورات السريعة والمتلاحقة إلى تعميق الدراسة والبحث في هذا المضمار. ولقد ضاعفت الثقافة من وتيرة المنافسة. وسمحت بتعود الجماهير على صيغ ومعايير إنتاج جديدة، كما سهلت المعطيات التنافسية لتدويل قواعد العمال دون الربط بجنسية المستثمرين<sup>(13)</sup>.

[3] - الإعلام والنظرية الانتقالية:

انطلاقاً من مفهوم النظرية الانتقالية، التي ترى أن كل تحرك من عصر اتصالي إلى آخر يستند إلى مبدأ التراكم وليس إلى مبدأ الانتهاء والاستبعاد الكامل، يلاحظ أن وسائل الاتصال = بدءاً من العلامات والإشارات التي استخدمها الإنسان الأول وأتقنها مروراً بالكلمة المنظومة واللغة والكتابة والطباعة ووسائل الاتصال الجماهيري الأخرى+ لا تمثل حالات قائمة بذاتها ومنتهية في زمن ما ولا تزيج هي ما سبقها، وإنما تستمر جميعها لتختلط وتتمازج عبر ظهور أطر جديدة ومتحركة من علاقات التنافس والتكامل والتداخل والتفاعل! فعندما ظهر وانتشر الراديو ثم التلفزة ساد اعتقاد بأن الإعلام المطبوع يمكن أن يستفيد من التقنيات الجديدة في مختلف مراحل صناعة المنتج الإعلامي المطبوع وأن يوظفها ليتمكن ليس فقط من الاستمرار وإنما أيضاً من المنافسة عبر اكتشافه مميزات خاصة به يفترق إليها الإعلام المسموع والتلفزيون.

وتطورت وسائل الإعلام المختلفة بشكل متقارب وضمن سلة واحدة متكاملة منذ القدم. ولقد عرف الإنسان الأشكال الجينية للاتصال منذ وجوده على سطح الأرض. وكان الإنسان البدائي بحاجة إلى أن يتواصل مع الآخرين حفاظاً على وجوده البيولوجي، وضماناً لاستمرار هذا الوجود. وتم تحقيق هذا الاتصال =المباشر، المواجهي، الشخصي+ بأساليب متعددة أخذت تنمو وتتطور وتتفق مع تعدد وتعقد وتنوع حاجات الإنسان ومتطلبات التجمعات البشرية الصغيرة والمتنوعة، ومع هذا التطور تنامت حاجات البشرية وأصبحت أكثر تعقيداً من خلال العملية الاتصالية.

إذا فالاتصال حاجة موضوعية في حياة الفرد والمجتمع، إلا أنه هناك مسألة أساسية تتعلق بالعلاقة الجدلية بين الإعلام والاتصال، وما هي أوجه التقارب أو التباعد الممكن بين المسميين.

هذا الجدل كان واقعاً في غضون السبعينات من القرن الماضي كردة فعل على النظرية الحسابية للإعلام، ويعد النشاط الإعلامي جزءاً لا يتجزأ من حالة الوعي الاجتماعي الذي يمثل انعكاساً لواقع الوجود الاجتماعي.

(12) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض.....، دمشق 2009، ص 254.

(13) المرجع السابق، ص 128.



وتبين الدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة أن عملية انتشار وسائل الاتصال قد توافقت بتحويلات عميقة تعلقت بطبيعة هذا المجال وبالتالي وضعه القانوني بحيث يسير هذا الانتشار الاتصالي في تناغم مع تزايد المبادلات الخطية التي تخترق الحدود وتقلت أكثر فأكثر من رقابة الدول، ويحدث الانفجار الإعلامي واقعاً جديداً يستدعي اهتمام الدول والمجموعة الدولية ويثير مشاكل متعددة وي طرح تساؤلات يختصرها الباحثون بالمسائل التالية:

[1] – مسألة التحكم:

أصبح اليوم التحكم في التقدم التكنولوجي من المسائل الصعبة نتيجة للغزو الفوضوي للمعدات والبرمجيات في مجال المعلوماتية والاتصال والقطاع السمعي والبصري في أغلب بلدان العالم، وتبدو اليوم كل المحاولات الرامية إلى وضع مخططات لتحقيق تنمية متناسقة ومتجانسة في هذا المجال الغير الملائمة، ولربما غير ذات جدوى. ونتيجة ذلك فقد تبدلت أدوار المؤسسات الإعلامية، ودخلت مواصفات جديدة للعمل الإعلامي فأضفت المعايير أكثر جدية وحادثة ضمن دور متجدد للإعلامي الذي أصبح أكثر إمكانية في استيعاب نتائج الثورة العلمية والتكنولوجية.

[2] – مسألة السيادة الوطنية:

وبما أن الشبكات الجديدة للاتصال الدولي أصبحت مترابطة بصفة متزايدة، وهي بذلك تتجاوز الحدود وتتخطاها بسهولة وبذلك تفتح قضاء جديداً للاتصال. فإن هذا التدفق للمعطيات من خلال الشبكات الجديدة يستدعي إعادة نظر في مفهوم السيادة الوطنية التي تأثرت باتساع مجال دائرة تنقل الإعلام عبر العالم وقد طرحت هذه المسألة على أنظار الهيئات الوطنية المختصة وهي تستدعي أيضاً تعزيز التشاور الدولي.

وقد سمح اتساع المشاكل التي تطرحها مسألة إعداد الصيغ القانونية المناسبة لتطوير التقنيات الحديثة بفتح المجال واسعاً للبحث. وتدرج النصوص القانونية الجديدة التي تم إصدارها في شكل اتفاقيات ومعاهدات تراتيب وتوصيات وتوجيهات أو التي هي بصدد الإعداد والدرس على المستوى الدولي أو الإقليمي أو الوطني في إطار محاولة فتح أو تنظيم سوق إعلامية في أوجه التطور.

وأدى تكاثر التجهيزات وهياكل البث والاستقبال في حقل الاتصالات السلكية واللاسلكية وقطاع السمعي والبصري إلى تزايد الدفق الإعلامي، الأمر الذي يطرح جملة من المسائل الجديدة ذات الطابع القانوني. وتبدى الإعلام أكثر تطوراً وشيوعاً في عصر العولمة، فأصبح المجال العالمي مجالاً حيويًا ومتاحاً للجميع ضمن قرية كونية واحدة، فتضاءل دور الرقابة الحكومية، وأصبحت دون جدوى. بوجود الفضائيات الكثيرة والمتنوعة والمختلفة وانتشار الإنترنت ليبرز الإعلام الإلكتروني الذي يتطلب مساحات جديدة وخبرات تراكمية وكوادر مؤهلة، وهذا ما سنشير إليه لاحقاً.

ثانياً : ضرورات وأهمية الإعلام في المجتمعات

في العودة إلى تطور تقنية التلفزيون بشكل مذهل ومع ظهور الأقمار الصناعية وبما أن العالم كله أصبح يصل إلينا عبر جهاز صغير تستطيع التحكم بقنواته من خلال جهاز التحكم. وفي الوقت الذي أحدث فيه التلفزيون انقلاباً على وسائل الإعلام الأخرى ما زال محافظاً على مكانته الأولى التي تميزه عن جميع وسائل الاتصال حتى بات هو الوسيلة الأكثر انتشاراً في جميع أنحاء العالم.

[1] — أهمية وسائل الإعلام:

لقد لفتت الثورة العلمية الانتباه إلى أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيري في مجالات الحياة المختلفة، فلقد أحدثت ما أصبح يعرف بالثورة الرابعة، بالإضافة إلى التغيير الجذري في تحديد مفهوم الجمهور والمتلقي، فظهر المتلقي المتوسط والعادي وهذا ما انعكس على ماهية الوسيلة الإعلامية، فالإعلام بمفهومه الحديث مرتبط بالتطورات العلمية والتكنولوجية التي أحدثت تغييراً جوهرياً في مفهومه وتقدم نظرياته، وتنوع مجالاته<sup>(14)</sup>.

وتمثل الوسائل الإعلامية أحد مكونات العملية الاتصالية، وهذا يتوقف على مدى فعاليتها وحضورها وانتشارها. والوصول إلى ذلك لا بد من بناء شخصيتها وتعزيز إمكانياتها وخبراتها. إن تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري متنوعة ومختلفة وتأخذ أبعاداً شتى سواء في المجال المعرفي أو السلوكي أو في مجال تكوين الرأي العام. ففي المجال المعرفي حيث أن وسائل الاتصال تثبت كماً هائلاً من المعلومات والأخبار بشكل يومي وهي بمجملها تمثل رصيماً معرفياً لدى المتلقي، سيما إذا كانت تتناسب توجهاته وترتبط بواقعه ولا تتنافى مع معتقداته، وفي المجال السلوكي فهي تساهم في عرض أنماط سلوكية عديدة والترويج لها، ويمكنها أن تدفع المتلقي نحو أهداف معينة من حيث القبول أو الرفض، أو في مجال الرأي العام، حيث تقوم بسبر توجهات الجمهور وتغيير بعض اتجاهاته فمن الطبيعي أن نرى أحزاباً سياسية ورجال أعمال ومجموعات ضغط وقادة يسعون لامتلاك وسائل إعلامية بغية توجيهها والتأثير على الآخرين حسب مصالحهم<sup>(15)</sup>.

وتبنى وسائل الاتصال الجماهير على مقومات محددة تمثل كلاً لا يتجزأ، فهي مترابطة ومتشابكة فيما بينها بشكل وثيق. أولها: التمويل، وإعادة الإنتاج والغربة والتوزيع والتغذية المرتدة والتشويش<sup>(16)</sup>.

إن وسائل الإعلام تستطيع أن تساهم بقدر ملموس في توسيع الآفاق وتبني التعاطف وشد الجمهور نحو القضايا الجوهرية والأساسية إن أحسن استخدامها. في أجواء الغزو الثقافي الذي لا ينسجم أحياناً مع السياق التاريخي والثقافي والاجتماعي فقد أصبح تأثير وسائل الإعلام عموماً والتلفزيون خصوصاً على العقول لا يقل عن تأثير المدرسة والجامعة هذا إن لم يكن أكبر، حيث يتناول التلفزيون معظم المواضيع

(14) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق 2009، ص 128.

(15) المرجع السابق، ص 169.

(16) المرجع السابق - ص 169.

التي تهتم المشاهد منها الدينية والسياسية والأدبية والفلسفية والاجتماعية والتسلية ، حيث أن الجهات التي تسيطر على أجهزة الإعلام العالمية أضحيت في موقع الاهتمام. والأخطر أن المشاهد يربط مصير مشاهدته لعدد كبير من البرامج ذات المواضيع المتعددة مع شبكات تديرها رؤوس الأموال العالمية والعربية حسب رغباته وميوله. من هنا تغدو معركتنا الشاملة معركة مصيرية في البلدان النامية تشارك فيها إلى جانب السلطات المتعددة في الدولة القطاعات الشعبية المختلفة والأحزاب والقوى المختلفة ولكن بدرجات متفاوتة حسب الطبيعة المادية والفكرية لهذه الوسيلة أو تلك، وتقف وسائل الإعلام لتحرك هذه الفعاليات جميعها وتحشد لها لإنتاج التنمية السنوية والخمسية والمراحل التي تمر بها.

وفي حالة البلدان النامية تتطابق وظائف الإعلام ومهامه «في حال أحسن استخدامها» مع طبيعة التنمية ومهامها وأهدافها، فالإعلام هنا له رسالة وطنية يتوجه بها إلى كل أفراد المجتمع لا يبغى من ورائها الربح والكسب المادي السريع وإنما ينبغي أيضاً الأخذ بعين الاعتبار احتياجات ومصالح المجتمع.

إن الإعلام قادر على تركيز الانتباه على مشاكل التنمية وأهدافها، ولديه القدرة على النهوض بالأمال الوطنية والشخصية على حد سواء. وهو قادر على خلق المناخ الضروري للتحديث، وإيجاد المكونات الحيوية كالابتكار وإثارة دوافع الإنجاز، وإرساء الطموحات التعليمية والمهنية، وتعليم المهارات الأساسية، إذا ما استخدم بطريقة صائبة يصبح فيها أداة فعالة لتحقيق التكامل الوطني فله دور أساسي في التنشئة الاجتماعية والتعبئة السياسية للأفراد والتنقيف والتجنيد والتطور السياسي للأفراد وإشاعة الترفيه وتوسيع باب الحوار والنقاش، وهنا لا بد من إبراز وظائف الإعلام الأساسية من وظيفة معرفية، وإقناعية، واندماجية، وترويجية<sup>(17)</sup>.

أما الباحثان من الولايات المتحدة الأمريكية ل. جون مارتين وانجو جروفنر شودري في بحثهما حول أهداف نظم الإعلام وأدواره فإنهما يحددان دور أدوات الاتصال والإعلام بشكل محدد ويتمثل بالإمداد بالمعلومات والإقناع والترفيه ودور تلقائي يبرز بتطوير اتفاق جماعي في الرأي العام بالمجتمع ونقل التراث الاجتماعي وتوسيع مجالات حياتنا وبعد اقتصادي يكمن بتحقيق التفاعل الاقتصادي ومن ثم السياسي والاجتماعي<sup>(18)</sup>.

ولا تغيب عن أذهاننا ما أكد الإعلامي الأمريكي مايكل هابت في بحث له حول: «دور الإعلام في العالم الثالث» بقوله: إن للإعلام وظيفتين متميزتين:

- تحقيق التكامل بين كل الناس في داخل الدولة الحديثة.
- جعل الناس يشاركون في مشروعات التنمية القومية.

(17) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق 2009، ص 126.  
(18) المرجع السابق، د. ل. جون مارتين، أنجو جروفنر شودري، نظم الإعلام المقارنة - دمشق - 1994 - 31 - 32 - 33 - 40.

مشيراً إلى موقف ويلبر شرام في هذا الخصوص بقوله: فإذا ما تم تدفق إعلامي فإن الناس سيكونون قادرين على فعل أشياء كثيرة بشأن تحديد الأهداف وتقرير متى يتغيرون وكيف يتغيرون وما يريدون لمجتمعهم من تغيير<sup>(19)</sup>.

وإذا كان نمط ملكية وسائل الإعلام، وأساليب إدارتها يفرض الأيديولوجية التي تعمل الوسيلة الإعلامية في إطارها ويحدد وظائفها والمهام التي تؤديها في المجتمع فإن البناء الاجتماعي والسياسي يمثل مصدراً من مصادر المعلومات التي تستقي منه الصحافة الوقائع والأحداث وهو بالتالي يؤثر على نوعية ما يطرح، وما لا يطرح من مضامين إعلامية. بحيث تمارس وسائل الإعلام دورها في العملية التنموية عبر المراحل التالية:

[1] - مرحلة التخطيط للخطط التنموية وذلك بتحضير الرأي العام الشعبي لهذه الخطط ونشر الدراسات والبحوث والتجارب العالمية.

[2] - مرحلة البدء بالتنفيذ وهنا تمارس أجهزة الإعلام المتعددة دورها في الاستفادة من جهود وطاقات المواطنين المختلفة للانخراط في العملية التنموية.

[3] - مرحلة الدخول ميدانياً في برامج خاصة بالتنمية وتوجه وتوضح أبعاد ومراحل الخطط بالإضافة إلى المراقبة وتصحيح المسارات والمحاسبة في إي تقصير أو تلكؤ. فالإعلام يغذي الحماس في المشاركة ويستطيع أن يصعداً إلى درجة تدخلها في دورة حياة المواطن اليومية.

ومنذ زمن لم يقتصر دور الإعلام أو الاتصال الجماهيري على نقل الأخبار والتعليقات السياسية والبرامج الترفيهية أو المتنوعة والمسابقات، بل أصبح الإعلام أحد أدوات التقدم في عمليات التنمية الوطنية والتغيير الاجتماعي. وهنا لا بد من التأكيد على دوره الاجتماعي والثقافي والسياسي الهام فقد برز مفهوم ما يسمى بالإعلام التنموي وهو إعلام هادف وإنساني وشامل وواقعي يتطلب كوادراً إعلامية مختصة لارتباطه بالتنمية كعملية ديناميكية، ومعقدة، وصعبة وشاملة، مستوحاة من الظروف الذاتية. وعليه يبرز دوره الاجتماعي بتوسيع الآفاق الفكرية تجاه التنمية والإشارة إلى القضايا المتعلقة بها وترسيخ قيم وعادات اجتماعية مناسبة لها. ودوره الثقافي الذي يدعم خطط التنمية ويتيح المجال لها. أما دوره السياسي فهو يستند على دعم مبدأ الحوار والمشاركة السياسية.

إن الثقافات المختلفة التي تتعايش تحت نظام حكم سياسي تتفاعل وفق ثقافة وطنية مهيمنة ويقوم الإعلام بدور رئيسي في إزالة الفروقات، والاختلافات بينها ويصوغ هوية ثقافية جامعة حفاظاً على سيادة الدولة واستقرارها وأمنها، ذلك أن عملية تشكيل الأوطان هي جزء من الإجراءات العامة المتعلقة بالتكثيف الثقافي وجمهرته وجعله عنواناً لجميع الجماهير ضمن الدولة، الوطن حول ثقافة موحدة.

كما أن البساط السحري لتكنولوجيا الإرسال والاتصال يلعب دوراً رئيساً في إشاعة الوحدة الوطنية على المستوى الرمزي، رابطاً الأفراد وعائلاتهم إلى مركز

(19) المرجع السابق، د. جمال محمود، ص 125، ل. جون مارتين، ... ص 148.

الحياة الوطنية ومقدماً لجمهوره صورة عن نفسه وعن الوطن كمجموعة معروفة كعالم شعبي عريض معروف أبعد من الحدود الجغرافية الضيقة والروتينية. فالبساط السحري هذا ، والذي هو وسائل الإعلام المختلفة ، أخرج جمهوراً ما من ضمن حدوده السياسية والجغرافية، ومن ضمن تفوقه الروتيني المحلي إلى أبعد من حدوده واهتماماته إلى الإقليمية والعالمية، وربط اهتماماته وتطلعاته وقراراته بالمجتمع العالمي وبالتالي ربط المجتمعات ببعضها ضمن شبكة اتصالات قصرت الزمان وقلصت حيز المكان إن تقدم تكنولوجيا الإعلام يسهل نشأة وقيام وعي جديد، والتعرف على روابط عامة تبلورت في هويات وطنية، ومتخفية للحدود الوطنية، فالإعلام الاتصالي يقدم وعياً حول الأماكن البعيدة والعوالم الشاسعة وبالتالي يؤدي إلى ولادة وعي ثقافي ومعروفة ثقافية جديدة<sup>(20)</sup>. من هنا تتمثل أهمية وسائل الإعلام.

وحيث أن التغيير الذي طرأ على حجم عملية الاتصال، والدور المناط بها يتصل مباشرة بعملية تدويل الإنتاج والبت والتصوير، وكلها ذات علاقة باستخدام أنماط جديدة لممارسة الهيمنة السياسية، لهذا فإن وظائف الإعلام ووسائله تبدو مختلفة عما سبق، وترتكز بصورة أساسية على تهيئة الأجواء والقناعات وبلورة مستهلكي المادة الإعلامية بأنهم ينتمون إلى بيئة سياسية دولية واحدة، وهذا يفسر بالمقابل مبررات توجيهات إعلام الدول، أو البيئات المعرضة لمثل هذه الحملات في مقاومة التسلط والدفاع عن حقوق الإنسان المقهور اجتماعياً في تبني ثقافته، وسياسياً في ضمان حريته، ووطنياً بضمان استقلالته. وهنا أيضاً تكمن أهمية وضرورات الإعلام.

[2] — دور الإعلام في التطوير الاجتماعي:

بما أن المطلب الأساسي لأي تطور يتم عبر تطوير الناس أنفسهم من حيث المعرفة والأداء والإنتاج فإن وسائل الإعلام هي حجر الزاوية التي تستند عليها أية عملية تطوير اجتماعي. فمنذ خلالها يمكن نشر الآراء والمعلومات والأفكار والمعتقدات التي تخدم قضايا التطور وأهدافه وبواسطتها يمكن إطلاع الناس على أساليب الحياة العصرية وعادات وقيم المجتمعات الأخرى الأكثر تقدماً وتعريفهم بمشاكل التخلف في المجتمع الذي ينتمون إليه وأسبابه ونتائجه، وهنا يبرز الدور الاجتماعي للإعلام في عملية التنمية، باعتبارها حركة تطوير وتحديث لجوانب المجتمع المختلفة. والتي تحتاج إلى جهود بشرية إرادية واعية ومنظمة ويتطلب هذا الأمر إحداث تحويل وتغيير في مواقف الناس وتصرفاتهم وقناعاتهم إزاء بعض مسائل الحياة الهامة. فالإعلام في إطار التطوير الاجتماعي يمكنه أن يوسع الآفاق الفكرية عند الناس. وذلك عن طريق خلق حاجات جديدة لهم تدفعهم إلى رؤية الواقع من منظور جديد يرون من خلاله عملية إرواء هذه الحاجات بصورة أسرع وأكفأ، وهذا يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية واعتماد أنماط سلوكية وأساليب عمل أكثر تطوراً.. وعليه يمكن لوسائل الإعلام أن توضح كافة الجوانب سلبية كانت أو إيجابية، ويمكن للإعلام من خلال دوره

(20) العميد الركن المتقاعد مصطفى أنطاكي - مصدر سابق - ص (66).

المتوقع اجتماعياً لفت انتباه الناس إلى بعض القضايا الاجتماعية الهامة التي تقتضيها التنمية وذلك من خلال التركيز على القضايا الجوهرية التي تدعم مسيرة التقدم الاجتماعي، ويمكنه أيضاً أن يسعى لتثبيت القيم والمعايير الاجتماعية التي تلائم حاجات التنمية وذلك عبر التدليل على سبيل المثال على قيمة العمل وسمعة أبطال الإنتاج والتعاطف الاجتماعي وحب الوطن، وفي الوقت ذاته يمكن للإعلام في دوره الاجتماعي أن يروج لأساليب وأنماط سلوكية تلائم أيضاً عملية التنمية كالحض على التعاون وفرض النزاهة ومحاربة الفساد ومكافحة المقتردر كما يستطيع الإعلام تنمية الحس والذوق العام بما يسهم في عملية التقدم الاجتماعي فهو يمكنه أن يساعد في تكوين أذواق الناس وبناء الميول الإيجابية والاتجاهات المعنية، كما يمكنه أن يساهم في دعم التحولات الاجتماعية وإشعار الناس بأهميتها وإقناعهم بفائدتها من خلال تقريب المسافات بين الناس وبجميع الثقافات المحلية وخلق حالة تعاطف بين الأفراد<sup>(21)</sup>.

ولكي يستطيع الإعلام القيام بهذه المهمة الجليلة لابد من توافر عنصر الثقة بينه وبين جمهوره من جهة، وشرط معرفته لجمهوره وظروفه العامة والخاصة من جهة أخرى، ولا يغيب عن أذهان الباحثين في مجال دور الإعلام في التطور الاجتماعي إلا أن يشيروا بوضوح إلى إمكانيته تهيئة المناخ المناسب للتغيير الاجتماعي المأمول ودفع الناس إلى المساهمة والمشاركة في تنفيذ الإجراءات التي تقتضيها التنمية وذلك من خلال التدفق الإعلامي بما يتيح شرح وتوضيح أبعاد العملية التنموية استناداً على توسيع باب الحوار والنقاش بين الجميع. لذا من الأهمية بمكان أن يسعى الإعلام إلى بناء الثقة المطلوبة مع الجمهور، وتلبية حاجات المتلقي بالسرعة الممكنة والبحث في قنوات اتصال جديدة أكثر قرباً والتصاقاً بالمخاطب وهذا يتطلب إجراء المزيد من الأبحاث الاجتماعية والدراسات الاقتصادية لمعرفة أحوال الجمهور وظروفه الراهنة واعتماد التغذية المرتدة في الإعلام، فنشاط وسائل الإعلام لا يقتصر على إرسال المعلومات والأخبار للمتلقي بل عليها كذلك أن تعتمد للاستفادة من المعارف التي يقدمها لها العاملون الميدانيون في مجال الصحافة والإعلام والمخبرون الموزعون في المدن والأرياف وعند ذلك نتوجه هذه الوسائل إلى مخاطبة الناس وهي على بينة من أمرهم.

قبل الدخول في بحث دور الإعلام كأداة تغيير وتطوير في المجتمع لابد من الوقوف على نتائج الدراسات العلمية والنفسية للفرد والمجتمع، لأن ذلك له تأثير كبير في فعالية وسائل الإعلام في أداء وظيفتها التغييرية والتطويرية للمجتمع إن التطور الإنساني للفرد يقوم على عاملين أولهما بيولوجي، والآخر سلوكي وهذين العاملين للطبيعة الإنسانية يعتمد كل منهما على الآخر. فالأفراد يتغيرون بيولوجياً من مرحلة الطفولة إلى البلوغ وإلى المرحلة المتقدمة من العمر. وفي الوقت نفسه يتغيرون نفسياً في كل مرحلة من هذه المراحل. وحسب نظرية الفروق الاجتماعية اتضح أن الناس ليسوا في قوالب واحدة. كما أنهم ليسوا متشابهين بالقدر الكبير. فالمجتمعات الصناعية

(21) د. وجيه الشيخ، الإعلام والدعاية، دمشق 1993، ص 48، د. جمال الجاسم المحمود، بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق 2009، ص 107 - 115.

تختلف عن المجتمعات الزراعية، ومجتمع المدينة يختلف عن مجتمع الريف. هذه النتائج مهمة في فهم تأثيرات الصحافة في الفرد والمجتمع، فالصحافة باعتبارها أداة تثقيف وتنوير وتعبئة، أي تحريض وإثارة تؤدي حسب قدرة خطابها الصحافي الموجه إلى الأفراد والشرائح الاجتماعية المختلفة دوراً كبيراً في تكوين وصياغة مواقف وقناعات وتشكيل منظومات سلوكية لهؤلاء، فهي تركز وتوجه وتحشد وتنظم وتدعو وتقرب الفرد أو المجتمع من هذا الأمر أو تبعده عنه. وعن طريق التعبئة يمكن أن تحشد وسائل الإعلام الناس في المجتمع حول خطة تنموية معينة من أجل فهمها واستيعابها والحماسة لتنفيذها. ويميل علماء النفس إلى أن التطور الاجتماعي ما هو إلا عملية تعلم الإنسان كيف يسيطر على طاقاته الفطرية، وأن دور المجتمع والصحافة ومجمل وسائل الإعلام يكمن في أن توجه هذه الطاقات نحو خدمة المجتمع سواءً بالتكليف ومشاركة الفرد في نشاط المجتمع أو بطريقة إمداد هذا الفرد بالقواعد المقبولة للسلوك الاجتماعي. ويرى بعض المفكرين: إن المسؤولين عن وسائل الإعلام يقومون بخلق وتعديل وتوزيع الصور والمعلومات التي تحدد معتقداتنا أو اتجاهاتنا. تأسيساً على ذلك نستطيع القول: أن وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية أصبح لها الدور الأكبر في حياتنا اليومية بل إن تأثيرها طغى على مسألة العادات والتقاليد المتوازنة وأفرزت هذه الوسائل عادات وطقوس حياتية جديدة مكتسبة.

وبما أنه لم يعد خافياً على أحد إدراك أهمية وخطورة الدور الذي يلعبه الإعلام في شتى مجالات الحياة المعاصرة سواءً في الجوانب التربوية أو الفكرية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الأمنية، حيث باتت قوة السلطة المنسوبة للإعلام أو الاتصال قوة لا تنازع. فالأسرة تعتبر النواة التي تنطلق منها الأجيال باتجاه المجتمع، وحينما تعتمد أساليب تربوية معاصرة ومبنية على أسس اجتماعية رصينة، فما من شك بأن هذه الأسرة ستقدم للمجتمع أجيالاً صالحة. لكن الحاصل أن جيل الشباب لم يعد يتأثر بما تمليه آراء الكبار، والأسرة التي عمادها الأب والأم لم تعد المصدر الوحيد للتربية فهناك مؤثرات جانبية قد يكون أهمها وسائل الإعلام = التلفزة، والإنترنت خاصة، ثم يأتي بالمرتبة الثانية الأقران، ومع تغيير الظروف المحيطة بالأسرة والمجتمع تطالعنا عدة أسئلة وهي:

- هل تغيرت القيم الاجتماعية لدى الشباب؟.
  - ما هي المعايير التي تحكم تصرفاتهم وسلوكياتهم؟.
  - وما هي القيم الأخلاقية التي يعتمدها جيل الشباب اليوم؟.
  - وقد يكون السؤال الأهم ما تأثير التلوث الإعلامي الذي تبثه بعض المحطات الغربية بقوالب عربية؟ وما مدى تقبل الجيل لهذه البرامج، وما تأثير الأزمات الاقتصادية والأمنية على مستوى المجتمع والعائلة على جيل الشباب؟.
- طبعاً الأسئلة كثيرة والإجابة عليها يحتاج إلى عدة بحوث ومقالات لكن الموضوع يحتاج إلى وقفة مطولة عن الأسباب الكامنة وراء انتشار القيم، والمظاهر الغربية في

مجتمعاتنا العربية والتي لوسائل الإعلام الدور الأكبر بانتشارها وترسيخها لاسيما في غياب إعلام مضاد في وجه الموجة الإعلامية التي تشوش عقول الشباب وتتعمد تغيير سلوكياتهم بما يترافق مع ما تمليه العولمة الاجتماعية التي بدأت تفرض وجودها وتتدخل حتى في طريقة لباسنا وطعامنا.

ونخلص إلى أن هذه النتيجة على غاية من الأهمية لأن الدول النامية ومنها العربية لم تعد لديها وسائل التأثير الناجحة أو الناجعة في مجرى التأثير العولمي، [3] - أهمية التخطيط في تنمية وسائل الإعلام والتخطيط الإعلامي:

يرتبط التخطيط الإعلامي بأهداف، وإمكانية، ومستوى كوادر المؤسسة الإعلامية، فهو يهدف قبل كل شيء إلى تحقيق الأهداف المنشودة من عمل الوسيلة أو الوسائل الإعلامية المتاحة. وازدادت أهمية التخطيط العقلاني في الآونة الأخيرة بفعل عامل المنافسة القوي، وكمية الاستثمارات المالية الضخمة في بعض الوسائل الإعلامية، وتطور الكادر الإعلامي من حيث الحرفية والمهنية، وبفعل هذه العوامل مجتمعة تتجه مختلف الوسائل الإعلامية إلى التحول إلى مرافق اقتصادية منتجة، والتخلي عن طابعها الإداري الخاسر الذي هو بحاجة إلى ممول بشكل دائم وفي مختلف وجوانب ممارسة المهنة.

ويمكن أن نلمس حالتين من التخطيط:

- التخطيط الجزئي في كل مؤسسة إعلامية على حدة سواء كانت مملوكة للقطاع العام أو الخاص.
  - والتخطيط الكلي الذي يشمل كافة المؤسسات الإعلامية، وهذا ينطبق على وجه التحديد في الدول التي يكون فيها القطاع العام هو المسيطر.
- ويعد التخطيط الجزئي هو الأساس، وهو اللبنة الأولى في تنشيط العمل الإعلامي من حيث تأهيل الكوادر، وتطوير المنشأة مهنيًا، وتقليص هامش الجانب الإداري من عناصر، وبيروقراطية، وتوسيع أبواب التسويق الإعلامي بما يخدم المنشأة ماليًا واقتصاديًا ويخدم أفرادها.
- ويقع على عاتق التخطيط الكلي التقليص قدر الإمكان من الخسائر المادية للمنشآت الإعلامية وتطويرها وتحقيق الأهداف الوطنية للدولة من حيث بناء أسس الوحدة الوطنية والقضاء على الانقسامات الداخلية، والمشاركة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومواجهة التحديات الخارجية.
- وينبغي الاعتماد على التخطيط الإستراتيجي بعيد المدى في العملية الإعلامية لتحقيق فاعلية القدرات المتاحة وزيادة قوة تأثيرها، والحفاظ على استمرارية هذه الفاعلية والتأثير على المدى الطويل، فهو الملاءمة وتحقيق التوافق والانسجام بين عمليات التنظيم الداخلية وظروف البيئة الخارجية والقيم الموجودة، والقدرات المتاحة والأهداف المحددة، فهو أيضاً أداة فعالة بيد المؤسسات الإعلامية ويتصف بالشمولية والعمق وطول المدة الزمنية والقدرة على التكيف والمرونة والاستجابة السريعة لكل جديد والسيطرة عليه وتحويله إلى عامل دافع مطور.



ويجب أن يتضمن التخطيط الاستراتيجي:

- تحديد الأهداف العامة وتطويرها باستمرار.
  - تحديد القضايا الهامة في إطار الإستراتيجية العامة.
  - التحسين والتكامل بين المؤسسات الإعلامية.
  - تنمية القدرات البشرية.
  - وضع البدائل والاحتمالات اللازمة.
  - العمل المستمر على تطور الإستراتيجية.
  - التقويم المستمر لطبيعة الأداء.
- والتخطيط الإستراتيجي كما يعرفه دراكر عملية مستمرة لتنظيم وتنفيذ القرارات الحالية وتنظيم الجهود اللازمة لذلك وتوفير المعلومات الكافية الخاصة بمستقبل هذا التنفيذ وقياس نتائجه من خلال نظام جيد ومستمر للمعلومات وهو يقدم مجموعة من الإجابات الخاصة على سؤال أساسي وهو:
- ما المطلوب عمله لتحقيق الأهداف المحددة؟
- ومن أهم مرتكزاته:

- القدرات والإمكانات القائمة.
- ردود الفعل المتوقعة.
- الأهداف.

تسلسل منطقي لخطوات البناء باعتبار عملية التخطيط الإستراتيجي عملية انتقائية ومحددة ومخططة<sup>(22)</sup>.

البعد الآخر لسياسات الاتصال نلمسه في مشاريع تنمية حقول الإعلام ووسائله المختلفة. وهي بطبيعة الحال مشاريع اقتصادية استثمارية تحتاج إلى تمويل، ورصد موازنات وتخطيط محكم لاستثمار هذه الموازنات بالشكل الأمثل. ويبدأ التخطيط من دراسة احتياجات البلد والسكان لتحديد الحقول التي تحتاج إلى تنمية أو استخدام، أي تحديد أولويات الاستثمار ونطاقه. ثم ينتقل إلى أهداف المشروع، أي عائدته العام والدور الذي سوف يضطلع به والخدمات التي يقدمها.

ويتم التخطيط لمشاريع الإعلام والاتصال الكبرى في الدول العربية بالتعاون مع المنظمات الدولية كمشروع القمر الصناعي = عرب سات+ ومشروع شبكة الدول العربية للمعلومات والمعرفة الذي ينفذ بالتعاون مع اليونسكو والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ويجري التعاون بصفة دائمة مع الاتحاد الدولي للمواصلات في القضايا المتصلة بتوزيع الموجات الأرضية والطيف الكهرومغناطيسي وتحديد مواقع الأقمار الصناعية وتحديد تعريفات الاتصالات الأرضية والفضائية كذلك يجري التعاون مع اليونسكو والبرنامج الإنمائي الدولي في المشروعات الخاصة بتطوير وسائل الإعلام والاتصال وفي مجالات أخرى كالتوثيق والبحوث والتبادل الإعلامي ورسم السياسات

(22) د. ماجد شهود - إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة، ص 160 - 163.

الإعلامية القصيرة المدى. ويعتبر التخطيط مرتكزات أساسية للعملية الإعلامية، فهو هام وفعال لتفعيل النشاطات الإعلامية. وانطلاقاً من ذلك تم الأخذ بمصطلح هندسة الإعلام لإيجاد سياسة إعلامية متكاملة .

أما التخطيط الإعلامي فيتمثل بوضع ورسم الخطط والبرامج المختلفة والمنسجمة مع كل وسيلة من وسائل الإعلام والتي من شأنها تحقيق هدف أو غاية محددة متوافقة مع السياسة المتبعة من قبل تلك الوسيلة ومن خلال هذه البرامج وغالباً ما تترجم إلى رسائل إعلامية مختلفة موجهة إلى جمهور معين للتأثير في تكوين الرأي عنده لصالح الهدف الذي تنشده الوسيلة الإعلامية المرسله .

ومن خلال ما تحققه وسائل الإعلام من أهداف نتيجة رسائل إعلامية مبرمجة ومخطط لها تخطيطاً جيداً تتبلور أهمية وتأثير تلك الخطط بحيث تعتمد الوسائل الإعلامية إلى تعديل خططها وبرامجها تبعاً لذلك مع الأخذ بعين الاعتبار أن لكل حالة اجتماعية خصوصية وأهداف مختلفة عن غيرها وبالتالي توضع الخطط وتبنى البرامج وفقاً لتلك الخصوصيات وهذا ما يمكن إدراجه تحت عنوان السياسات الإعلامية وتطورها والذي سنأتي على ذكره في موضع آخر من هذا البحث.

التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

بما أن الإعلام هو عبارة عن نشاطات وفعاليات يمارسها الإنسان من خلال وسائل وأساليب لنقل المعلومات ونشر المعرفة وتحليل الأحداث وإبراز الظواهر والأحداث لتوجيه المجتمع وتحذيره من خلال تزويد أفراد المجتمع بمعلومات عن النشاطات والجهود المبذولة لمواجهة الأزمات والكوارث والتخفيف من آثارها.

ونظراً لأن الأزمات والكوارث لها طابع خاص يتسم بالسرعة في التغيير والتحول. من هذا المنطلق أصبح التخطيط الإعلامي في المراحل المبكرة مهماً جداً فالوقت عامل مهم جداً في مواجهة الأزمات لذلك يجب أن يستثمر استثماراً جيداً، وهو يمثل أحد العوامل المهمة في نجاح الجهود المبذولة لمواجهة الأزمات وهذا يتطلب الاستفادة من عامل الزمن عند بذل الجهود الإعلامية قبل وخلال وبعد مواجهة أي أزمة وذلك بغرض توجيه الجماهير عن طريق وسائل الإعلام وحثها على التعاون وتقديم يد العون لفريق إدارة الأزمة والمشاركة في عمليات الإنقاذ والإسعاف والإخلاء.

فالتخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات: هو الجهود والنشاطات التي تمكن من صياغة الخطط الإعلامية اللازمة علمياً وعلى أساس الخبرة المستمدة من التجارب السابقة للعمل على توعية أفراد المجتمع بالطريقة الصحيحة والملائمة للتعامل مع الأزمات وذلك بالحد من آثارها السلبية والعمل على احتوائها قبل استفحالها وتقليل نسبة الخسائر الناتجة عنها.

وللتخطيط الإعلامي أهمية كبرى فهو ليس خياراً يمكن أن نأخذ به أو نتركه، وذلك لأنه أمر مطلوب وضروري لأي مجتمع لأنه يعمل على حل المشكلات كتلافي خطر الأزمات وهو أسلوب العصر الحديث فالمجتمع ينفذ أعماله وفق خطط وبرامج محددة أخذة في الحسبان المستقبل واحتمالاته ووضع الإمكانيات الضرورية لمواجهة

هذه الاحتمالات بحيث لم يعد مجدياً أن تترك الأمور لأسلوب التجربة أو الخطأ أو الارتجال، ويتمثل التخطيط في وضع مجموعة من الافتراضات حول أي وضع في المستقبل وبالتالي وضع خطة توضح الأهداف المطلوب الوصول إلى تحقيقها خلال فترة زمنية محددة والتخطيط عملية تتضمن وضع الإستراتيجية المطلوبة وتعيين الأهداف وتحديد الخطط المرجوة للعمل على تحقيقها بالطريقة التي تسمح بتنفيذ القرارات.

### أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات :

يمكن للتخطيط الإعلامي المعد والمدروس جيداً أن يعمل على تقسيم وتشتيت العناصر المسببة للآزمة مما ينتج بعد ذلك ضعفاً كبيراً في تجميعها ومن عدم الاستفادة من هذا التجمع فالإعلام له تأثير مباشر وفعال في نفس الوقت، ومما يزيد من أهمية التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث هو تأثيره المباشر على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم بهدف إنتاج سلوك مرغوب فيه.

والتخطيط الإعلامي غير الجيد في مواجهة الأزمات يعمل على زيادة استفحال الأزمات بدلاً من القضاء عليها والتخطيط الإعلامي الفاشل يتمثل في الإدارة العشوائية التي تعمل على تحطيم الإمكانيات والقدرات ويرجع ذلك إلى عدم احترام الهيكل التنظيمي والقصور في التوجيه للأوامر والبيانات والمعلومات وعدم وجود التنسيق وإشاعة الصراع الداخلي بين الأفراد والكيان الإداري للمؤسسة الإعلامية وبالتالي إحداث علامة انفصام بين مصالح الإدارة الإعلامية وبين مصالح العاملين إن التخطيط الإعلامي الجاد يعمل على تحقيق تفاعل بناء بين عناصر إدارة الآزمة مما يؤدي إلى المساعدة في تنفيذ الخطة الموضوعية لمقاومة الآزمة خلال تفعيل عمليات التنسيق والمتابعة والتخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث يعني الخطط الإعلامية والتي يتم الإعداد المسبق لها لغرض القيام بها عند وقوع الأزمات من خلال تحديد الجهود الإعلامية التي من المفترض أن يقام بها وتحديد زمانها ومكانها، والغرض من التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات هو توفير الدعم والمساندة اللازمة إعلامياً لفريق إدارة الآزمة.

فما هي العوائق التي تحول دون إعدادنا لخطط إعلامية تساهم في توجيه المواطنين قبل وأثناء وبعد وقوع أي أزمة بغرض وضع تصور علمي مسبق لكيفية تنفيذ الترتيبات الإعلامية حيال أي أزمة أمنية مما يساعد في الاستفادة من عامل الزمن للحد من أخطارها.

### ثالثاً - التطور التكنولوجي و أثره على وسائل الإعلام

أدى التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام إلى زيادة أهمية الإعلام، ونتج عن اندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة نتائج هامة ومن أبرزها: = اختراق المعلومات الحدود السياسية للدول وتهميش الثقافات الوطنية+، ومثل ذلك تماهياً مع النظام الاقتصادي والمالي العالمي فعولمة الاقتصاد ونماذج الرأسمالية متعددة

الجنسيات تعمم أنماط إنتاج واستهلاك وتوزيع وتبادل سيكون له منعكسات ثقافية واجتماعية وسياسية أي عولمة الاقتصاد يتبعها ويترافق معها عولمة الثقافات.

[1] - العولمة و عولمة الإعلام

إن العولمة من أهم المصطلحات التي أثارت جدلاً في أوساط المثقفين والعامّة. وتداولها الإعلام والكتاب والمفكرين بكثير من النقد في ثمانينات القرن العشرين. فالعولمة في مفهومها العام هي نزعة أو اتجاه تقوده الرأسمالية بهدف إضفاء طابع عالمي أو كوني على أنماط العلاقات والتفاعلات في المجتمع الدولي بمظاهرها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والمالية والتجارية بقصد مزيد من الارتباط والتفاعل والاعتماد المتبادل بين جميع أنحاء العالم، وذلك بتحرير التجارة وتبادل السلع، والخدمات المختلفة المالية والنقل والمواصلات والاتصالات ووسائل الإعلام وحرية تحديد الأسعار والمنافسة الحرة وتسهيل العلاقات الثقافية وسيولة المعلومات وانتقالها وتعميم الأسواق الحرة وأساليب العيش وحرية الانتقال عبر الحدود. وقد يكون حلم العولمة هو عالم بلا حدود. وهذا ما دعا البعض إلى القول إن العولمة هي تطور نوعي جديد في التاريخ الإنساني، أصبح معه العالم أكثر ترابطاً وأكثر انكماشاً. وإذا كانت الإمبريالية هي نتاج عصر الرأسمالية الكلاسيكية، فإن العولمة كما يرى كثيرون هي نتاج عصر النيوليبرالية التي وطدت أقدامها مع خواتيم القرن الماضي وترتبط تأثيرات العولمة على الدول النامية على نحو خطير بالخصخصة والتوسع في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية حيث تشكل الدول النامية سوقاً متزايداً للمعلنين الدوليين.

فالعولمة في إطارها العام محصلة نهائية لعملية تحول تاريخية مستمرة في المجتمع الدولي تحمل في إطارها اتجاهها لتحول العالم في كثير من المجالات إلى دائرة اجتماعية وسياسية وثقافية وتجارية واحدة تتلاشى داخلها الحدود من خلال اتساع حركة الاندماج والتفاعل بين الدول كلها بحيث يصبح العالم وحدة متفاعلة مترابطة. وتحمل العولمة في خطابها ثقافة واقتصاد منجزات الرأسمالية الجديدة. وفي أدواتها تسعى نحو توظيف الشركات العالمية السابحة في أرجاء العالم، وتوظف عدداً من الأدوات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية وهيئة الأمم المتحدة ومجلس الأمن والبنك الدولي وصندوق النقد الدولي فكل أدوات السيطرة التقنية والعلمية والاقتصادية من أجل اقتصاد السوق الذي يحمي عشرون بالمئة من البشرية على حساب الثمانين بالمئة. فهي أي =العولمة+ في محتواها الاجتماعي الوجه الآخر من المال والسلطة والسلوك والاستهلاك لمجتمع اقتصاد السوق. إنها جزء من مراحل الثورة التجارية التي أفرزت منظمة التجارة العالمية وأوجدت وسائلها وأدواتها ولغتها وهي اللغة الرقمية والإعلام الرقمي وغيره. فالعالم يتجه نحو العولمة لصالح الأقوياء والأغنياء والتي تسعى نحو تآكل الحضارات باتجاه حضارة واحدة ينفي القوي الغني للآخر سواءً أكان دولة أو دولاً - حضارة أو حضارات والهدف الهيمنة والسيطرة والاحتواء. إن ما يحدث لم يعد مجرد أحداث إقليمية، أو قارية، بل ضمن إطار الخروج من الأطر الصغيرة نحو الكونية الكبيرة

=العالمية+. ولكن ما يقلق العالم هو أن تنهوى الحضارات والثقافات على أيدي القوة بكل معانيها وساحاتها، وأن تحل العنف والعنف المضاد مكان الحوار بين الأنا والآخر دون نفي لأي طرف وأن تتحول الوسائل الحضارية وأدواتها وتقنياتها إلى استراتيجيات محتواها القهر الاقتصادي والثقافي وغيرها عن طريق السيطرة والاحتواء.

فالعولمة ليست مشروعاً يخدم مصالح كل الشعوب، بل هو مشروع موجه لهيمنة القطب الأوحده على مقدرات الشعوب الأخرى فالأمر الذي لا يختلف عليه اثنان: هو أن الولايات المتحدة الأمريكية أخذت تستهزئ بالقوى الأخرى صاحبة النفوذ السياسي والاقتصادي في الأسرة الدولية فلم تعد تأبه باتفاقيات تحرير التجارة ولا بأحكام القانون الدولي وأصول الشرعية الدولية وحسب آراء =توماس هوبس+ الزاعمة بأن الإنسان - ذئب الإنسان وأن الكل في حالة حرب ضد - الكل، وبالتالي فإن على دول العالم الخضوع صراحة، أو ضمناً لإرادة سلطة مركزية: أي لإرادة الولايات المتحدة الأمريكية.

وما يهم هو كيفية الاستفادة من هذه الحالة والظاهرة السياسية والاقتصادية والمعرفية الدولية، وصياغة مشروع وطني وقومي حضاري يؤهلنا للاحتفاظ بمقوماتنا الذاتية والثقافية، ويسارع في توطيد حياتنا الاقتصادية من خلال رفع وتيرة النمو، وتحقيق الاندماج في الاقتصاد العالمي.

لقد تسللت العولمة الإعلامية إلى منازلنا دون أن نشعر، وحتى دون أن نقاومها! وليس أدل على ذلك إلا السلوكيات الاجتماعية التي يمارسها الشباب هذه الأيام في محاولة منهم لتقليد أعمى بكل ما يشاهدونه عبر هذه الشاشات التي تعتبر أخطر أنواع العدوان على اعتبار أن العدو التقليدي نعرفه وقد نستطيع مقاومته...!

إن هذه الشاشات تجعلنا أمام وضع حرج للغاية فلا نحن كعالم نام نستطيع الوقوف في وجه التطور المتسارع، ولا نستطيع أن نقف في المكان نفسه! كذلك لا نستطيع التأثير في الإعلام المعولم بل أصبحنا ضحية وسائل الإعلام المعاصرة لاسيما التلفزيون الذي يقوم بدور متعاضم في صياغة تصوراتنا عن القيم والأفكار والأشخاص والأشياء.

بهذا التحليل البسيط نستطيع القول أن التأثير السلبي للإعلام والتلفزيون بشكل خاص أكبر بكثير من التأثير الإيجابي، ولكن هل سنبقى نتأثر دون أن نؤثر، وهل سنبقى العولمة المعولمة المجهولة المصدر والغاية تتحكم في صياغة قيم وعادات جديدة لا تناسبنا بقدر ما تناسب غايات مروجي العولمة. يدفعنا الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في شؤون السياسة المعاصرة إلى طرح تساؤلات حول ماهية العالم والمجتمع الذي يرغب في العيش به وعلى وجه الخصوص في أي صورة من الديمقراطية نريد لهذا المجتمع أن يكون ديمقراطياً؟.

د. جمال الجاسم المحمود - الأستاذ في كلية العلوم السياسية - جامعة دمشق يشير إلى أنه في خضم ثورة المعلوماتية برز إعلام العولمة الذي يحدد طبيعته الباحث حميد الدليمي في كتابه: (علم اجتماع الإعلام رؤية سوسيولوجية مستقبلية) حيث يقول: إنه

إعلام وطن جديد فالفضاء اللا محدود هو الوطن الجديد للعولمة فهو أيضاً وللمن لإعلامها. إن الوطن الذي تبنيه شبكات الاتصال الإلكترونية، ونتيجة الألياف البصرية، وتنقله الموجات الكهرومغناطيسية وحدد وظائفه: بإشاعة المعلومات: أي جعل المعلومات مشاعة، وتذويب وتقليص الحدود الفاصلة بين الأفراد والجماعات والشعوب والتمائل بين الثقافات المتباينة<sup>(23)</sup>.

ولم تعد القرارات خافية عن الإعلام فعندما تستحكم الأزمات يتجه الناس إلى الإعلام ليتعرفوا على ما يدور في بلادهم، وبذلك أصبح الإعلام أحد أهم أدوات العولمة في تهيئة البيئة الاجتماعية وأنساقها الاقتصادية والثقافية، والسياسية والمعرفية للتفاعل مع شروط ومتطلبات بناء وأسس مجتمع العولمة الجديد.

ويؤكد الإعلامي العربي المصري عبد الحليم عامر بأن إعلام العولمة هو إعلام القرن الواحد والعشرين، إعلام السماوات المفتوحة لعصر سيكون للإعلام فيه الكلمة العليا<sup>(24)</sup>.

إن إعلام العولمة قد أصبح حالة مشاعية للجميع فالأجواء مفتوحة ، وهو سلعة تجارية وسياسية واقتصادية. وتزامن هذا مع إزالة الحدود الوطنية والقومية وتخطي الاستثمارات العالمية محظور الأمم.

أخذ الإعلام ما بعد الحادي عشر من أيلول =2001+ اتجاهات جديدة حيث طرأت عليه أمور يمكن تحديدها وتسليط الضوء على آثارها عربياً ودولياً كما يلي:

[1] - أصبح إعلام الدول الصناعية المتقدمة المسمى بالإعلام الحر إعلماً مركزياً موجهاً إلى حد بعيد ويعتمد في أفكاره وأساليبه على مراكز للأبحاث تدعي الاستقلالية! إلا أنها بالأصل معدة لتصنيع الفكرة وتصديرها ونشرها وإشاعتها وفق ما تختاره من أساليب... ووصلت هذه النزعة إلى ذروتها خلال الحرب على العراق.

[2] - هناك من يقول ويُحلل أنه باعتبار العولمة فكرة نابذة في العصر الحديث من القوة الأعظم التي تمتلك التكنولوجيا الأحدث في العالم فإن الارتباط بين التكنولوجيا والعولمة تحصيل حاصل بمعنى أن البلدان في العالم الثالث مضطرة للالتحاق بالعولمة! لأنه لا يمكنها أن تتقدم دون الاستعانة بالتكنولوجيا، ولذلك هي مضطرة في الوقت نفسه للقبول بالعولمة! أي بالتبعية للقوى الأقوى الذي يملك أسباب التقدم والتطور بامتلاكه التكنولوجيا الأكثر تطوراً والأحدث.

[3] - يشير كثير من الباحثين إلى أن القرن الحادي والعشرين لا محالة هو قرن العولمة شاء الآخرون أم أبوا، وهم ينظرون إلى أن المشكلة ليس في أن هذا القرن قادم لا محالة. وإنما يقررون أيضاً أن الاندماج لا بد منه، ولكن المشكلة في نظرهم هي كيف تتم عملية الاندماج، هل سيكون الاندماج من موقع التبعية، أم من موقع حد أدنى من الندية والمساواة.

(23) د. جمال الجاسم المحمود، بعض ... ص 130، ومحمد الدليمي، علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ص 131.

(24) د. جمال الجاسم المحمود، بعض... ص 130، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، 1997، ص 6.

[4] – إن العولمة ستعزز من مكانة وسيطرة المؤسسات الإعلامية الكبرى احتكاراً ونفوداً كما ستركز في ذات الوقت واقع التبعية الإعلامية في الدول النامية لإعلام الدول الغربية والأمريكية المسيطرة في هذا العصر، وسيفسح المجال أمام تسويق القيم والأفكار الأمريكية والغربية إعلامياً وثقافياً لتخترق حدودها الجغرافية والثقافية والاجتماعية. وعبر العولمة الأمريكية تسوق الإمبريالية أفكارها وقيمتها ونظرياتها لدى الفكر العربي تسويقاً هدفه الربح – والربح هنا هو غسيل الدماغ العربي من قيمه وأفكاره وانتمائيه وتخريب ثقافته وحقن هذا الدماغ بالقيم والنظريات والمواقف التي يرسم لها أن تدور في الفلك الإمبريالي معتمدةً في ذلك على ما يتوفر من وسائل الإعلام والاتصال المتطورة ودعاية براقية ومغرية، وبالتالي تأمين امتداد السيطرة والهيمنة الأمريكية. ونحن إذ لا نجانب الحقيقة إذا قلنا أن الإعلام في حد ذاته قد أصبح اليوم أداة بطش جديدة بحرية الشعوب ومقدراتها. فأي وسيلة للبطش أكبر وأشد من وسائل البطش بالعقول وتجريدها من كل ما يحفظ لها مقومات وجودها؟ باعتبار أن أساس هذا الوجود هو التفكير الحر المستنير، والوسيلة التي تسيطر على العقل البشري!.

د. راسم محمد الجمال يشير إلى الاتصال الدولي في عصر العولمة بقوله: توجد علاقة عضوية وثيقة بين الاتصال الدولي وتحولات الاقتصاد العالمي في عقد التسعينات، حيث يتضمن الاتصال في عصر العولمة أشكالاً متنوعة لتدفقات وسائل الاتصال التي تتم خارج سيطرة الدول الوطنية وتخضع للسيطرة التامة للشركات غير الوطنية، وهي:

- تدفقات الأنباء التي يحملها اللاعبون الأساسيون في مجال الأنباء سواء المطبوعة أو المصورة.

- تدفقات الرسائل الترفيهية والمواد التعليمية، وتسيطر عليها شركات الإنتاج الكبرى في العالم.
- تدفقات الرسائل الصوتية.
- تدفقات الرسائل المكتوبة.

وتتضمن تدفقات هذا النوع من الرسائل ثلاثة مكونات هي: منهجي الرسائل، ومشغلي الشبكات، وصانعي الأجهزة الإلكترونية<sup>(25)</sup>. وينوه د. الجمال إلى آثار العولمة على الاتصال وسيادة الوطنية بقوله: إن الرؤية التي ترى أن التقدم السريع في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وخضوعها لهيمنة قوى العولمة قد أدى أو قد يؤدي إلى انتهاء سيادة الدولة قد أصبحت تمثل مصدراً للتشاؤم وتثير مخاوف العديد من قادة الدول والباحثين على اختلاف ثقافتهم، فالتدفق غير المحكوم للمضامين الإعلامية والثقافية عبر الحدود الوطنية جعل الحكومة الوطنية بلا قوة، وقد تفتح الباب على مصراعيه لقوى الإمبريالية الثقافية<sup>(26)</sup>.

(25) د. راسم محمد الجمال، نظام الاتصال والإعلام الدولي، الضبط والسيطرة، القاهرة، 2009 - ص 172 - 173 - 174 - 175.  
(26) المرجع السابق - ص 180.

ويبدو أن للإعلام وجهان رئيسيان فهو من جهة أداة تعسفية بيد القوى الكبرى وأداة ووسيلة نضال بيد الشعوب المستضعفة. ويمكن الاستفادة منها إن أحسن استخدامها.

[2] - تكنولوجيا الاتصالات والغزو الإعلامي:

لقد أدى هذا التطور الهائل لوسائل الإعلام إلى تغيير كبير في أدوار المؤسسات الإعلامية وكذلك الإعلاميين، وتطور الصفات الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية، وتوطين الحقل التلفزيوني وزيادة الإيرادات الإعلانية، وفتح الباب واسعاً أمام المناقشة الإعلامية التي طوقت مبدأ الرقابة الحكومية وخلقت آفاقاً سلوكية واجتماعية وإعلامية جديدة. وظهرت مصطلحات إعلامية غريبة سادت بين المجتمعات النامية بهدف مسخ عقول أفرادها وغزوها ثقافياً وما يشاهد على الشاشات حالياً ويسمع عبر الإذاعات ويقرأ في المجالات والصحف ما هو إلا ترجمة حرفية لهذه المصطلحات.

بدأ اشتعال الحروب الفضائية الإعلامية المتمثلة بمئات الأقمار الصناعية، والمحطات الأرضية لاستقبال وإرسال المعلومات من وإلى هذه الأقمار. هذا بالإضافة إلى حروب أخرى تحمل مسميات عديدة مثل حروب الفيديو والسينما إلى جانب حروب الكلمة المطبوعة والكتاب والصحافة = التي ما زالت تتربع على عرشها+ رغم الابتكارات والبدع الإلكترونية.

وبدأ الغزو من الإعلام الأمريكي على الشعوب المستضعفة بأفلام الفيديو الخلاعية ووسائل الترفيه والتقاليد الاجتماعية الفارغة، والثقافة التي باعدت بين الإنسان وذاته - وبين الإنسان والآخر مسافات شاسعة من الفراغ الروحي، والضياع القيمي وخاصة في جيل الشباب. وترك هذا الغزو آثاره على الثقافة التقليدية والتراثية لأمتنا العربية، فاندثرت الفنون التقليدية والفلكلورية واختفت بعض أشكالها ولعل التأثير على الفنون والموسيقى السائدة الآن خير مثال على ذلك.

الباحث حميد الدليمي يؤكد أن التطورات التكنولوجية قد مكنت الإعلام أن يأخذ مكانته الاجتماعية من حيث الأهمية والتأثير، وقد دفعت هذه التطورات السريعة والمتلاحقة إلى تعميق الدراسة والبحث في هذا المضمار<sup>(27)</sup>.

وقد أشارت الباحثة الفرنسية جوديت لازار في كتابها: (سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري) إلى نتيجة هامة من نتائج ظهور التكنولوجيا الجديدة، وهو تغيير دور رجال الإعلام في إعداد البرامج والنصوص الإعلامية وتغيير دورهم في مؤسساتهم الإعلامية، فلقد ظهرت أدوار إعلامية جديدة ومراكز مهنية جديدة مع زوال أدوار ومراكز إعلامية تقليدية<sup>(28)</sup>.

ومن نتائج ذلك أيضاً بروز ضرورة تحديث الرسائل التلفزيونية الذي أضفى أمراً ضرورياً لا مفر منه. ومع هذه الايجابيات والسلبيات يتجه المجتمع الدولي إلى المجتمع

(27) حميد الدليمي، علم اجتماع... ص 42، د. جمال الجاسم المحمود، بعض... ص 128.

(28) جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، دمشق، ص 294 - 295.



الإعلامي المعلوماتي الشامل في ضوء التطورات العلمية الذي يفترض إحداث حوافز إضافية لتطوير وسائل الإعلام المستقلة على قاعدة إدخال تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات إلى عملها المهني وضمان المساعدة في تطوير هذه الوسائل عن طريق إدخال مركبات التكنولوجيا المعاصرة<sup>(29)</sup>.

لقد نجح الغزو الإعلامي الأمريكي في تقديم وسائل استهلاك لإنساننا العربي والدول النامية وخلق لديه ذهنية استهلاكية تناقض الروح الإنتاجية. وعلى هذا النحو يساهم الغزو الإعلامي الغربي في تهديد أمننا القومي العربي سواءً فيما يتعلق بضرب مقومات الوحدة السياسية، والتماسك الاجتماعي، ونفس نماء الوعي والانعتاق والرغبة في التحرر من قيود التخلف والتبعية.

وفي مجال وكالات الأنباء أكدت الدراسات أن =80%+ من تدفق المعلومات تحتكرها وكالات الأنباء العالمية الثلاث: =الأسوشيتد بريس الأمريكية، ورويترز البريطانية وفرنس بريس الفرنسية+. الأمر الذي يؤطر توجه المعلومات من الأعلى إلى الأسفل ومن الشمال إلى الجنوب مما أدى لتبعية الدول النامية بدرجات متفاوتة من إطار التبعية الإعلامية. وهي جزء من التبعية الثقافية والسياسية وأداة من أدواتها في الوقت نفسه تواجه وكالات الأنباء الحكومية، الهدر في الكفاءات العاملة من فنيين، وفتح مكاتب وتعيين مراسلين ومواجهة حاجات الجمهور بالتعامل مع المراسلين الأجانب مما يؤكد أن إعلام اليوم أصبح طاغية العصر، والعامل المؤثر في كل حدث، وكل تطور سياسي، واجتماعي، وكل مشروع حضاري ولسنا بحاجة لأن نؤكد أن للإعلام دوراً مؤثراً في التنمية الشاملة، وهذا يؤكد مقولة الاحتكار السائد في الإعلام.

من هنا نلاحظ التحول الخطير في الأداء الإعلامي الذي يخدم العادات والقيم والمبادئ حتى أنه يلاحظ أن محطات تلفزيونية وفضائية وغير فضائية تركز عملها وإنتاجها للنشاط الإعلاني، وترتبط ارتباطاً كلياً بتوجيه المؤسسات التي تعلن أكثر، وهذا الطغيان يجعل هذه المؤسسات هي التي تتحكم بالنشاط الإعلامي وتوجيه الرأي العام.

### [3] - الانترنت كوسيلة إعلامية

هل الإنترنت وسيلة إعلامية جديدة؟:

لقد برز موقع الإعلام الإلكتروني بشكل كبير في إطار الثورة العلمية والتكنولوجية. ويشكل الإنترنت محطة رئيسية لعرض الأحداث السياسية والاقتصادية العالمية. وراقب الجميع دور هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية في تشرين الثاني (2008) حيث استخدمت الماكينة الانتخابية للرئيس المرشح وهو الرئيس الحالي للولايات المتحدة الأمريكية الإنترنت أثناء الحملة الانتخابية وأثناء عملية التصويت بإرسال مختلف الرسائل الإلكترونية. ونحن شعوب المنطقة راقبنا دور الإنترنت في الانتخابات الرئاسية الإيرانية في حزيران (2009) وخاصة من قبل

(29) د. جمال الجاسم المحمود، بعض... ص 257 - د. عطا الله الرمحين - د. رمضان درويش: الإعلام الأمني السيكلوجي في وسائل الإعلام الجماهيرية، دمشق - 2005، ص 85.

مؤيدي المرشح الرئاسي مير حسين موسوي. كما تابعنا جميعاً تطورات الأزمة المالية والاقتصادية العالمية عبر الإنترنت وهذا ينطبق على مختلف الأحداث والتطورات العالمية والإقليمية.

صاحب موقع (كلنا شركاء) أيمن عبد النور وفي محاضرة له حول الصحافة الإلكترونية يشير إلى مزايا ومساوئ الإنترنت، حيث ينوه على أهم مزاياه كسرعة الانتشار وقلة التكلفة وانعدام الرقابة وإلغاء سياسة الاحتكار، كما أنه تفاعلي وتعددي، أما بعض مساوئه كالحرية المطلقة بدون ضوابط، وقلة مستخدمي الكمبيوتر، وعدم وجود ضوابط تعرف برود مسار الموقع. ولا وجود للمشاعر الإنسانية بين الكاتب والقراء<sup>(30)</sup>.

الإعلامي العربي السوري ياسين كلاس يقول: إن الخبر الصحفي على سبيل المثال في الإنترنت يتمتع بميزة فريدة، حيث أنه يجمع بين الخبر المكتوب والخبر التلفزيوني، فمن خلال الموقع يمكننا أن نحصل على فيلم خبري. ولا يعني ذلك الصورة الجامدة، أو الصورة الثابتة كصورة الصحافة، وإنما فيلماً متحركاً صوتاً وصورة، صحيح أن خبر الإنترنت سريع الانتشار، إلا أنه ليس واسع الانتشار، فالإنترنت ليس بمتناول الجميع لأسباب مادية ومعرفية، فهو خبر مطاط يقع في إطار توجيه صاحب الموقع، كما أنه أقل مهنية من الخبر المطبوع أو الإذاعي أو التلفزيوني<sup>(31)</sup>.

فهو خبر متغير باستمرار قابل للأرشفة وتفاعلي بمعنى التواصل مع الوسيلة، وحر بدرجة كبيرة، كما أنه لا يعترف بقيود الإعلام كالورق وحجمه، ولا يخضع لتقييد عامل الزمن والمساحة، وهو يصل إلى أي شخص في العالم الذي يمكنه الإحاطة بكل جوانب الموضوع بشكل مباشر، ويستطيع قراءة المعلومة في أي وقت يريد، كما يمكنه مراقبة الخبر أكثر من مرة والتدقيق في معانيه<sup>(32)</sup>.

بقيت تقسيمات أساتذة الإعلام لأنواع الاتصال سائدة لفترة طويلة وهي: الاتصال الذاتي - والاتصال الشخصي - الذي يتم بين الأفراد، والاتصال الجماهيري الذي يتم من مصدر واحد إلى عدة ملايين عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، والاتصال الجمعي الذي يتم بين مصدر واحد وعدد من المتلقين.

وحدد علماء الإعلام مكونات العملية الاتصالية وعناصرها، فالرسالة تتم من مرسل وإلى مستقبل عبر وسيلة، ويكون هناك رجع صدى لهذه الرسالة، وتأتي شبكة الإنترنت لتعيد النظر في مثل هذه التجريديات.

فقد وسع استخدام الإنترنت في الاتصال الإنساني مفهوم الاتصال التقليدي ليشمل الاتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر، فلم يعد الاتصال الحديث متوقفاً سلوكياً ينقل فيه مصدر الرسالة إلى المستقبل بهدف التأثير عليه، ولم يعد الاتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من فرد إلى أفراد عديدين - بل أصبح يسير وفق نموذج

(30) أيمن عبد النور، الصحافة الإلكترونية، دمشق 2005 - د. جمال الجاسم المحمود، بعض... ص 205.

(31) ياسين كلاس، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دمشق آب - 2006 - د. جمال الجاسم المحمود... بعض... ص 205.

(32) أيهم صالح، الصحافة الإلكترونية، آب - 2005.

المجموعات الإنسانية الكبرى ويمنح الاتصال عبر شبكة الإنترنت المستقبل صلاحيات وحرية أكبر في الوصول إلى ما يريده من رسائل على الشبكة دون قهر أو إجبار من بين آلاف الصفحات والمواقع المنتشرة على الشبكة في الوقت الذي يريده وبالنتابع الذي يرى الصحيفة الإلكترونية.

تعتبر «الواشنطن بوست» إحدى الصحف التي أحدثت ثورة وسلاحها «الحبر الرقمي» وهو مشروع كلف تنفيذه عشرات ملايين الدولارات وهدفه وضع الصحيفة اليومية الكبيرة «على الخط» أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم وقد بدأ العمل به مطلع سنة «1999».

وفي مقابل بدل شهري لا يتجاوز عشرة دولارات يفيد المشتركين بالإلكترونيات من «الحبر الرقمي» من خلال مطالعة نشرة تعدها «بورت» يعاد صياغتها في كل مرة عبر تسجيل تطورات الأحداث وهي غنية بالمراجع الوثائقية والإعلانات المبوبة، وإعلانات الخدمات المتبادلة.

واعتماد وسيلة «الحبر الرقمي» سهلة جداً، فبفضل مودم معين يستطيع القارئ الاتصال بملم «البوست» عن طريق رقم الاتصال مجاني أو محلي فتظهر على شاشة جهاز الكمبيوتر لديه الصفحة الأولى للصحيفة اليومية الكبيرة ويمكن للقارئ إن جرب «الفأرة» مستهدفاً لوائح الخيارات استظهار الموجزات والأجزاء التي تهتمه في النصوص، و«النص المستفيض» هو «الملحق» المميز لـ «الحبر الرقمي»، إذ تتضمن كل فئة منه كلمات ذات حروف مميزة أو ألوان فريدة، لها «وصلة» بوثائق أخرى.

وهناك ثمة مقاييس للبحث تمكنا من الوقوع على جملة خيارات في غضون ثلاث ثوان ويتم تسيير هذه المهمة آلياً إذ يستطيع المشترك الحصول على مختاراته صباحاً بالاتصال بقسم الخدمات ويوفر هذا الوضع عاملي الوقت والفاعلية<sup>(33)</sup>.

5 - الصحيفة الإلكترونية:

قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية فيما يلي:  
- هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية.

- وهي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصداراً إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصداره مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور.

- وكذلك هي الصحافة المنشورة عبر وسائل القنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على الأحداث

(33) د. مي العبد الله سنو - الاتصال في عصر العولمة - دار النهضة العربية - بيروت - (2) - (2001) - ص (75).

الجارية، ويتم الإطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت<sup>(34)</sup> من خبر، وتحقيق، مقالة، وحوار... الخ.

إن هذا التطور التكنولوجي الاتصالي قد يتيح وضع أسس نظرية خاصة، ومنهجية في أسلوب التعامل مع الأزمات تكون خلفية علمية عند التخطيط لها مع الوضع في الحسبان النواحي المتعلقة بنوعية الأزمة والمؤسسة التي تعرضت لها. فضلاً عن هذا فإن الاتجاهات المستقبلية يجب أن تستفيد من التطور التكنولوجي للاتصالات الحديثة من حيث توجيهها نحو تطوير إستراتيجيات الاتصال والتعامل مع الجمهور والتفاعل والتبادل المعرفي بين فئاته المختلفة وبين المؤسسات وبعضها، وهذا التطور قد تمثل في تكنولوجيا الاتصال عبر شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» والتي يستخدمها المتخصصون والممارسون في حالة الأزمات والكوارث وغيرهما لتحقيق الفعالية والسرعة في الاتصال ونقل المعلومات وتقديم كميات وفيرة منها، وضمان لتبادل الحوارات والاستجابة المباشرة والسرعة لمصدر المعلومات ليكون المستخدم مرسل – ومستقبل في وقت واحد خلال الأزمة.

وهذا ما أكده المؤلفون والممارسون في مجال الاتصال على أهمية وفعالية الإنترنت في إدارة الأزمات والكوارث لقدرته على تبادل المعلومات، وبث واستقبال رسائل عبر البريد الإلكتروني إلى جانب إمكانية تبادل وجهات النظر والخبرات في أفضل الطرق والوسائل في إدارة الأزمة وتوجيه الرأي العام وتغييره باتجاه ما تراه المنظمة، وإدارتها للأزمة وكذلك تحديد الشركات والوكالات المتخصصة في هذا المجال فضلاً عن دوره في تحديد أبعاد الأزمة وتأثيراتها وأسماء الضحايا والمضاربين من الأزمة وبثها عبر رسائله، وكذلك إمكانية عرض الخدمات والأنشطة التي تقوم بها المؤسسة في خدمة الجمهور وبالتالي جذب انتباهه نحو دور المؤسسة في المجتمع والقضاء على الشائعات والأخبار المغرضة ضد المؤسسة أو المنظمة الدائرة للأزمة، وإذا كان الهدف النهائي من إدارة الأزمة هو الحصول على الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة لدى الجمهور والإبقاء على العلاقات الطيبة قبل الأزمة، فإن الإنترنت قد أوجد دوراً فعالاً، وما اتخذته المنظمة من إجراءات تصحيحية إلى جانب دور الإنترنت في إمكانية بحث شكاوي المواطنين في الأوقات المختلفة<sup>(35)</sup>.

ووفقاً للاتجاهات الحديثة والتي توجهت إلى استخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني والوسائل الإلكترونية الأخرى في إدارة الأزمات ونقل المعلومات والتبادل المعرفي فإنه لمن الهام ألا تقف عند هذا الحد، بل يجب أن تمتد لتطوير إجراءات الاتصال ليشمل المضمون الاتصالي من حيث دراسة واختبار وقياس فعالية الرسالة الاتصالية عبر الإنترنت ومدى تناسبها مع توجهات الجمهور المستقبل للرسالة وتطوير إستراتيجيات بناء العلاقات مع الجمهور، والمزج بين تلك الإستراتيجيات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. ومواصلة الحملات الاتصالية الإعلامية بهدف نشر الوعي بأسباب الأزمة،

(34) د. مي العبد الله سنو - الاتصال في عصر العولمة - دار النهضة العربية - بيروت - (2) - (2001) - ص (75).  
(35) السيد السعيد - إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث - دار العلوم - القاهرة - ط1 - (3006) - ص (156).

وما اتخذته المؤسسة من إجراءات تصحيحية علاجية في هذا الشأن بهدف تصحيح الصورة الذهنية عند الجمهور وإيجاد انطباع لديه باهتمام المؤسسة به<sup>(36)</sup>.

---

(36) السيد السعيد - إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث - دار العلوم - القاهرة - ط1 - (2006) - ص (159).

الفصل الثاني  
الأزمات  
وسبل مواجهتها

أولاً: طبيعة و خصائص الأزمات و أنواعها

## M

منذ أن ظهر الإنسان وهو في صراع غير متكافئ مع عناصر الوسط الطبيعي المحيط به فهو يتعرض لأزمات وكوارث سواء من صنعه أو من صنع الطبيعة، إذ كان وما زال يقف قادراً أو عاجزاً أمام الكثير من الأحداث الطبيعية الخارجة عن إرادته، إذ يحدث في معظم الأحيان كوارث وأزمات طبيعية تقل تأثيراتها السلبية على المجتمع البشري في الزمان والمكان وفقاً لحجمها وقدرة المجتمع والتطور الحضاري، فكلما تطورت حضارة الإنسان نحو الأفضل كلما قلل من ضغط عناصر الوسط الطبيعي على كاهله، الأمر الذي يؤدي إلى تحسن الوسائل المادية والاجتماعية في كيفية التعامل مع تلك الأخطار.

[1] - مفهوم كل من الأزمة والكارثة:

إن معالجة الأزمات أو التعامل معها... شاعت ترجمتها إلى «إدارة الأزمات» وهو ميدان بحثي جديد لم ينل حظه من الاهتمام الأكاديمي إلا في أوائل الستينات من القرن الماضي وبالتحديد على أثر أزمة الصواريخ الكوبية في أكتوبر «1962» عندما قال «مكنمارا» وزير الدفاع الأمريكي الأسبق عبارته الشهيرة: «لم يعد هناك بعد الآن مجال للحديث عن الإستراتيجية وإنما عن معالجة الأزمات فقط».

وقد بدأ التركيز الأكاديمي على إدارة الأزمات.. باعتباره علم مؤسس كغيره من العلوم على مجموعة من الأسس والمبادئ العلمية والمفاهيم الخاصة... مما جعله علماً مختلفاً في أساليبه وتطبيقاته عن العلوم الإدارية الأخرى. ويهدف إلى التحكيم في أحداث مفاجئة ومتفاقمة والتعامل معها ومواجهة آثارها ونتائجها. وهو علم يقوم على الدراسة والبحث والمعرفة والتجارب المستعارة والتخطيط واستخدام المعلومات كأساس للقرار الصائب.

كانت الأزمات إحدى القضايا الأساسية والهامة التي شغلت الإنسان منذ وجوده على الأرض، ونظراً لاستمراريتها وشموليتها في الزمان والمكان، فقد أصبحت الأزمات إحدى العلامات البارزة في المجتمع البشري. فكل نشاط أو فاعلية في المجتمع قد يؤدي إلى أزمة، أو يكون نتيجة أزمة، أو وسيلة وأداة لمواجهة أزمة والتعامل معها. وأصبحت كل قضية سواء كانت محلية أم إقليمية أم عالمية مرتبطة بأغراض سياسية واقتصادية وعسكرية واجتماعية ترمي إلى تحقيق أهداف محددة بما فيها القضايا التي كانت تبدو يوماً مميزة وهامشية بل بعيدة عن الأغراض

السياسية والإستراتيجية. وهكذا أصبحت الأزمات قضية محورية وأساسية للأمم والشعوب. وأصبح التعامل معها وإدارتها بالشكل المناسب الذي يطوق منعكساتها السلبية، ضرورة ترتبط بنوعية الوجود والمصير، وقضية حياتية ملحة تنبثق من وحدة مسار الزمن واستمراريته في الماضي والحاضر والمستقبل، إن عملية إدراك الأزمات وفهمها، ووعي أساليب التعامل معها ليست بالأمر اليسير، فالأزمات رغم قدمها مازالت غامضة في كثير من جوانبها<sup>(36)</sup>.

مفهوم الأزمة:

الأزمة في مفهومها العام لحظة حرجة وحاسمة، وقد تكون مفاجئة تواجه الدولة أو المجتمع الدولي أو الجماعة والمؤسسة أو الفرد. إنها مرحلة من مراحل الصراع. أو درجة من درجاته، إنها وضع أو حالة يحتمل أن يؤدي التغيير في الأساليب والمقدمات والعوامل إلى تغييرات في التطورات والنتائج. وبما أن الأزمة ترتبط في النهاية بالصراع والتناقض في المجتمع، وبما أن أسباب الصراع متعددة ومتنوعة ومختلفة من مرحلة إلى أخرى، ومن منطقة لأخرى. لهذا لا يمكن تحديد مفهوم شمولي للأزمة. ولعل ما قاله تشارلز ماكيلاند يعطي صورة واضحة عن ذلك إذ قال: إن كمأ هائلاً من الدراسات التي نشرت خلال الأعوام الخمسة عشر الماضية حول مدلول الأزمة، والتي حاولت معالجته من مختلف زواياه وقد زادت من صعوبة الوقوف على حقيقة ومعنى هذا المدلول، ويرى جوناثان روبرتس أن صعوبة تحديد مفهوم الأزمة تنبثق من خصوصية المنظور الذي ينظر به كل علم من العلوم إلى مفهوم الأزمة<sup>(37)</sup>.

إذن فالصعوبة في تحديد مفهوم شامل للأزمة تنطلق من اتساع نطاق استعماله على مختلف صور العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بمستوياتها المتعددة، وتمثل الأزمة الفردية والعامة بأبعادها ومظاهرها المكانية المختلفة، وبنيتها السياسية والفكرية والاقتصادية والثقافية والعلمية<sup>(38)</sup>.

ولتحديد مفهوم الأزمة لابد من الإطلاع على ثلاثة مفاهيم وهي:

- [1] - مفهوم يرتكز على نظرية النظم: وهي المدرسة التي تدرس الأزمة في إطارها المجتمعي العام. وترى أن هناك تأثيراً متبادلاً بين النظام الدولي والأزمة.
- فقاموس جامعة أوكسفورد يعرف الأزمة: بأنها نقطة تحول في تطور المرض، وفي تطور الحياة، والتاريخ، ويفسر نقطة التحول بأنها وقت يتسم بالصعوبة والخطورة والقلق على المستقبل وضرورة اتخاذ قرار محدد.
  - أما قاموس وبستر فيعرفها: بأنها حالة خطيرة وحاسمة أو نقطة تحول تستوجب مواجهة سريعة والإحداث شيء مادي ينشأ عنه موقف جديد قد يتضمن نتائج وآثار سلبية.

(36) د. ماجد شدود، إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة، دمشق، ص 3 - 4 - 5.

(37) المرجع السابق، ص 18.

(38) المرجع السابق، ص 18.



- ويعرفها ألا ستير بوكان في كتابه: (إدارة الأزمات): إنها تحد مقصود أو استجابة مقصودة من جانب كل من أطرافها بحيث يتصور كل منهم أن هذه الأزمة يمكن أن تغير مجرى الأحداث لصالحه.
- ويعرفها كورال بيل: بأنها ارتفاع الصراعات على مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات بين الدول<sup>(39)</sup>.

[2] - مفهوم يرتكز على منهج صنع القرار وينطلق من التأثير المتبادل بين الأزمة وعملية صنع القرار وصانعه وسلوكه وتصرفاته وطريقة تفاعله مع الأزمة، والأزمة حسب مفهوم هذه المدرسة كما حددها كل من كنت ميلر وغيره أسكوا: موقف يهدد أهداف الأطراف المشتركين فيها، وهذا الموقف لا يتسم باليقين والدقة في تقدير الموقف الصحيح والبدائل اللازمة للمواجهة نظراً لتضارب المعلومات وعدم كفايتها، وهذا يؤدي إلى ازدياد مظاهر التوتر والقلق بين الأطراف والشعور بضغط متزايدة، لهذا برزت الحاجة الملحة لاتخاذ قرارات سريعة للتعامل مع الأزمة ويمكن أن يؤدي هذا إلى آثار هامة على الأطراف المشاركة في الأزمة وعلى مستقبلها أيضاً.

أما الباحث تشارلز هيرمان فيعرف الأزمة بأنها موقف محدد يتسم بالخصائص التالية:

أ - ينطوي على درجة عالية من التهديد للأهداف والقيم والمصالح الجوهرية والأساسية للدول الأطراف في الأزمة، وهذا الموقف يرتكز على وعي صناع القرار.

ب - موقف يدرك فيه صانع القرار أن الوقت قصير، وإلا فإن القرار يفقد فاعليته في مواجهة الموقف القائم.

ج - موقف مفاجئ يحدث نتيجة تفاعل الأحداث المؤدية للأزمة<sup>(40)</sup>.

[3] - التفسير الشمولي المتغير للأزمة: وينطلق من أن الأخذ برأي المدرستين السابقتين الباحث هايل بريثشر يعرف الأزمة الدولية بأنها تدهور خطير في العلاقات بين دولتين أو أكثر نتيجة تغير في البيئة الخارجية أو الداخلية للأطراف المشاركين في الأزمة. هذا التدهور يولد لدى صناع القرار إدراكاً بوجود تهديد خارجي للقيم والأهداف الرئيسية لسياستهم الخارجية ويزيد من إدراكهم لاحتمالات الدخول في مواجهة عسكرية. كما يزيد إدراكهم لضغوط الوقت المحدد<sup>(41)</sup>. وهكذا تعددت تعاريف الأزمة من خلال وجهات نظر الباحثين في هذا المجال ونضيف إليها تعاريف أخرى.

[أ] - الأزمة هي: «نقطة حاسمة في سير الأمور أو حدث حاسم أو حالة غير مستقرة في العلاقات السياسية أو الاقتصادية أو العالمية والتي يوشك أن يحدث فيها تغير مفاجئ أو حاسم» - حسب قاموس أمريكان هيرتيج «1995».

(39) المرجع السابق - ص 20 - 21.

(40) المرجع السابق - ص 24 - 25.

(41) المرجع السابق - ص 28.

[ب] - وهي: «ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول في حياة الفرد أو المنظمة أو المجتمع وينتج عنه تغيير كبير» - وفق قاموس أكسفورد «1992».

[ج] - أو هي: «خلل يؤثر تأثيراً شديداً على المؤسسة ويهدد الافتراضات الرئيسية التي تقوم عليها المؤسسة» - على حد رأي محمد رشاد الحملوي / القاهرة.

[د] - ويمكن تعريفها على أنها: «لحظة حرجة وحاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بمشكلة أمام متخذ القرار تجعله في حيرة بالغة لأي قرار يتخذه في ظل دائرة عدم التأكد» كما أشار إلى ذلك محسن أحمد الخضير / القاهرة «1990».

[هـ] - ويرى تحسين منصور أنها: «نقطة تحول للأفضل أو الأسوأ».

[و] - ويعتبرها ماهر جمال الدين: «حالة ذات درجة عظيمة من التغيير للأفضل أو للأسوأ، وهي تكون المؤسسة إذا أدرك أعضاؤها ذلك واعتبروها أزمة من خلال وضع قيمة عالية على واحد أو أكثر من ثلاثة عناصر:

1- الأهمية.

2- الحالية.

3- عدم اليقين.

مفهوم الكارثة:

كما تباينت وجهات النظر في تحديد مفهوم الكارثة أيضاً. وهناك تباين في تعريف وتحديد مفهومها لغوياً واصطلاحياً.

فكلمة كارثة مشتقة من اللاتينية «ديس» وتعني القوة السلبية و «ديستروم» تعني النجمة وهكذا فإن كلمة كارثة لو أخذناها حرفياً فإنها تعني النجم السيئ أو سوء الطالع.

لذلك فقد عرضها قاموس أكسفورد «1992» على أنها: «حدث يسبب دماراً واسعاً ومعاناة عميقة وهو سوء حظ عظيم».

هذا على المستوى اللغوي، أما اصطلاحياً فتعرف كما يلي:

[أ] - الكارثة هي: «حادثة مفاجئة مأساوية تتميز بأنها:

1 - تترك بشدة بالغة حياتنا اليومية وتعطل وتمزق المجتمعات وتوقع العديد من الضحايا والخسائر البشرية والمادية.

2 - تحطم الموارد المادية.

3 - تؤدي إلى نوع من المشكلات التي تستمر فترات طويلة.

[ب] - وهي: «حادثة مفاجئ يتميز باندماج أربع متغيرات هي:

1 - إصابة للنفس البشرية.

2 - تدمير الممتلكات.

3 - تترك الموارد المحلية.

4 - تمزق التقنية المنظمة للمجتمع.

[ج] – وهي: «شيء يحدث في كل مكان وموقع معين ينتج عنه إصابة أو وفاة لشخص أو أكثر من الضحايا - «هافن وكارن 1990».

[د] – كما يراها ماهر جمال الدين على أنها: «حدث مفاجئ غالباً ما يكون بعن الطبيعة يهدد المصالح الوطنية للبلاد ويخل بالتوازن الطبيعي للأمور تشارك في مواجهته كل أجهزة الدولة» - «ماهر جمال الدين/ الرياض 1991».

الفرق بين الكارثة و الأزمة:

من خلال المفاهيم التي لاحظناها لكل من الكارثة والأزمة، نلاحظ أن هناك فرقاً كبيراً بينهما مما يؤدي ذلك إلى اختلاف كيفية إدارة كل منهما «معالجة أثار الكارثة- معالجة وإدارة الأزمة».

ويمكن تلخيص الفرق بين الكارثة والأزمة بما يلي:

[أ] – نسبة الدمار والأضرار الموجودة في الكارثة غير مشروط وجودها في الأزمة.

[ب] – الأزمة هي حالة من التغيير أما الكارثة فمؤشراً قوة تدميرها الشامل.

[ج] – التنبؤ عن الأزمة وارد أكثر بكثير من الكارثة لأن الأزمة تأتي نتيجة تراكمات تغذي بعضها البعض إلى أن تصل إلى حافة الانفجار بالأزمة أما الكارثة فهي تأتي بشكل مفاجئ وبدون مقدمات.

إذا لابد من ملاحظة الاختلاف الهام بين إدارة الأزمة وإدارة الكارثة من قبل الجهات المعنية فنراه يكمن في:

[أ] – إن الهم الأول في إدارة الكارثة ينحصر في تحقيق درجة استجابة سريعة للظروف والمتغيرات المتسارعة للكارثة بهدف الحد من أضرارها وتلطيفها وتقليل ما يترتب عليها من دمار عند حدوثها.

[ب] – أما إدارة الأزمة فتهدف في الأساس إلى التأثير على أداء الجهة المعنية بحيث تصبح قادرة على مواجهة المتغيرات والأحداث غير المتوقعة والمتلاحقة.

[2] – خصائص الأزمات:

للأزمة مجموعة من الخصائص والسمات العامة:

1 – عنصر المفاجأة: فهي تشكل أحد العناصر الأساسية الهامة للأزمة. ومعظم الأزمات تبرز بشكل مفاجئ وتكون متوقعة مما يؤدي إلى ظهور حالة من الاهتمام والمتابعة والترب.

2 – التعقيد والتداخل والتشابك: وتتسم الأزمة دائماً بتبعية مركبة ومعقدة نتيجة تداخل مجموعة من الشروط والمعطيات والتطورات التي تشكل قاعدة لبدء الأزمة، وعوامل دافعة لتطورها. وكلما كانت الأزمة كبيرة وشاملة ازدادت مظاهر التعقيد والتداخل في بنيتها وتركيبها.

3 – نقص المعلومات: وهي إحدى السمات الأساسية التي تميز الأزمة ونقص المعلومات يرتبط بعنصر المفاجأة للأزمة كما يرتبط بنوعية المؤسسات الموجودة في الدولة التي تشرف على الأزمات وتديرها.

4 - الخوف والقلق: تؤدي الأزمة إلى حالة من الخوف والقلق لدى القيادة المشرفة ولدى المجتمع التي تحدث الأزمة فيه وتتفاعل في إطاره<sup>(42)</sup>.

[3] - أنواع الأزمات ومراحل تطورها:

وتتوزع حركة الأزمة وتطورها على المراحل التالية:

[1] - مرحلة الإعداد اللازمة التي تتبلور في تطور علاقة التأثير المتبادل بين الطرفين، حيث تؤدي ممارسة كل طرف إلى أمرين هما:

- التباعد المتبادل، وغياب التوافق بين الممارستين.

- وعي كل طرف بدرجة متزايدة من التهديد جراء ممارسة الآخر.

إنها مرحلة ما قبل الأزمة التي لا تؤدي إلى الأزمة إلا عندما يتجاوز الوعي لدرجة التصدير إلى حد ما، تحدده طبيعة الأزمة.

[2] - مرحلة التصعيد: وهي مرحلة بلورة الممارسة التناحرية أو مرحلة الافتراق والتمزق في العلاقة المتبادلة وهي مرحلة بلوغها مستوى الصراع العنيف.

[3] - مرحلة زوال التصعيد: وهي مرحلة انحدار الممارسة التناحرية.

[4] - مرحلة التأثير بالأزمة: التي يصعب حصرها بفترة زمنية محددة، إنها تلي مرحلة زوال التصعيد في الدراسة التطويرية للأزمة لكنها انعكاس لآثار الأزمة على مرحلة ما بعد الأزمة<sup>(43)</sup>.

ولذلك فهي تمر بمراحل متعددة ولكل مرحلة خصائصها التي تميزها عن غيرها:

1 - مرحلة النشوء: يرتبط نشوء الأزمة بمجموعة من العوامل والتطورات، ففي المرحلة الأولى تبدأ الأزمة بالظهور والتشكل واستكمال مرتكزاتها الداخلية والخارجية الذاتية والموضوعية، ويتطلب الأمر تحديد الأزمة وجمع المعلومات المتعلقة بأسبابها وإطارها وبنيتها والمجالات التي يمكن أن تطالها وتتطور باتجاهها وصولاً إلى إمكانية تحديد نتائجها. ويبرز في هذه المرحلة الدور الهام للقيادة السياسية صانعة القرار...

2 - مرحلة التطور والانتساع (مرحلة التصعيد): إذا لم تتمكن الأطراف المعنية من تطويق الأزمة وأهدافها فإن تتسع استناداً على عوامل داخلية محفزة للأزمة وعوامل خارجية دافعة لها.

3 - مرحلة الذروة: وهي مرحلة تفاعل العوامل المختلفة التي أدت إلى الأزمة وتطورها.

4 - مرحلة انحسار الأزمة أو زوال التصعيد: وهي مرحلة انحدار الصراع التناحري.

5 - مرحلة اختفاء الأزمة وتلاشيها: وهي مرحلة تنبع عن فقدان العوامل الدافعة للأزمة، وتلاشي مظاهرها وينتهي الاهتمام بها لتتحول إلى حدث تاريخي<sup>(44)</sup>.  
في ضوء ذلك يمكن أن يكون هناك أنواع مختلفة من الأزمات منها:

(42) المرجع السابق ، ص 34.

(43) المرجع السابق - ص 28.

(44) المرجع السابق، ص 139 - 145.

[أ] - الزلات: وهي تصرفات غير مقصودة يسعى طرف خارجي لتحويلها إلى أزمة ونبدأ حين يعتبر الجمهور إن تصرفات صاحب الزلّة غير صحيحة ويبقى الغموض يلف هذه الزلّة وعلى الجمهور أن يحدد قبوله أو رفضه لها.

[ب] - الحوادث: هي أشياء غير مقصودة تحدث أثناء سير العمل اليومي.

[ج] - التجاوزات: وهي الأعمال التي يقوم بها المتجاوز في الشكل متعمداً وهو يعلم أن هذه التجاوزات قد تضع الجماهير في خطر أو تسبب لهم أذى.

[د] - الإرهاب: هو تلك الأعمال المتعمدة التي تقوم بها أطراف خارجية وتكون مخططة ومصممة من أجل إيذاء من يقع عليه الإرهاب بشكل مباشر أو غير مباشر.

أما مراحل تطور الأزمة فمما سبق نرى أن لا بد للأزمة من أن تنشأ وتنتهي عبر مراحل أساسية يمكن تشبيهها بالمراحل التي يمر بها الإنسان إذا أصيب بأزمة صحية حادة وشديدة الألم، حيث أن مدير فريق إدارة الأزمة في هذا التشبيه هو الطبيب الذي عليه وتحت تأثير ضغط الأزمة الصحية ان يتخذ قراراً حاسماً وسريعاً وصائباً وفي وقت محدود جداً للمحافظة على حياة المريض ومنع تدهور صحته وهو الهدف نفسه الذي يعمل على تحقيقه مدير فريق الأزمة الحقيقية في الكيان الإداري «تأمين سلامة الكيان الإداري ومنع تدهور الأحوال فيه». وتمر الأزمة من خلال أربع مراحل حياتية «كما يقول العالم سنبرجيين» وهي:

المرحلة الأولى:

مرحلة تراكم ونشوء الأزمة: وهي فترة ظهور مؤشرات وعلامات تنبئ بوقوع الأزمة.

المرحلة الثانية:

مرحلة انفجار الأزمة: وتكون بفعل سبب مباشر «حادثة ما» ينتج عن ذلك عواقب مختلفة على الكيان الإداري وعلاقته بالجماهير.

المرحلة الثالثة:

مرحلة انحسار الأزمة: وتكون بتحقيق نتائجها السلبية أو الإيجابية، ولكن آثارها لا تزال عالقة من خلال الدعاوى القضائية والتقارير الصحفية أو المظاهرات الجماهيرية، وسمعتها.

المرحلة الرابعة:

مرحلة انتهاء الأزمة: وتكون باتخاذ القرارات الحاسمة وإيجاد الحلول المناسبة ونسيان أمرها «سواء من قبل الكيان الإداري أو الجماهير أو الطبيعة».

لذلك من الواجب على القائمين بعلاج الأزمة تحديدها بدقة من حيث الوصف والتحليل ويتحقق ذلك من خلال:

[أ] - تحديد أبعاد الأزمة بمعرفة مصدرها وأسبابها.

[ب] - تحديد ثقل الأزمة بقياس مدى تهديدها للمصالح الحيوية.

[ج] - تحديد مدى تعقد الأزمة بمدى ما هو متاح من خيارات في مواجهتها.

- [د] - تحديد كثافة الأزمة بمعدل الأحداث في فترة زمنية محددة.
- [هـ] - تحديد مدى الأزمة بفترة استمرار مرحلتي الانفجار والانحسار.

ثانياً - مراحل إدارة الأزمة واتخاذ القرار

ما هي إدارة الأزمة ؟؟؟؟؟

من خلال تعرفنا على الأزمات وأنواعها وخصائصها والمراحل التي تمر بها واستنتاجنا بأنه لا بد من التصدي لتلك الأزمات من خلال تضافر كافة الجهود وتحت إشراف جهة محددة تسمى «إدارة الأزمة» يكون بتصرفها إمكانات كبيرة ويحدد مكانها داخل الجهة التي تعصف بها الأزمة وذلك بهدف التقليل ما أمكن من النتائج السلبية التي تخلفها الأزمة.

تعريف إدارة الأزمة على أنها: إدارة داخل الكيان الإداري لها صفة الدوام والاستمرار باعتبارها جزءاً من هيكل النظام تقوم على الأزمة .

ويمكن تعريفها أيضاً بأنها: «أسلوب التحكم في مسار أي أزمة على أن تكون إدارة علمية رشيدة، تستخدم البيانات والمعلومات المناسبة لاتخاذ القرار المناسب» الذي من شأنه إنتاج استجابة لمواقف الأزمات من خلال مجموعة من الإداريين المنتمين مسبقاً والمدربين تدريباً خاصاً والذين يستخدمون مهاراتهم بالإضافة إلى إجراءات خاصة من أجل تقليل الخسائر إلى الحد الأدنى وإرجاع الثقة إلى الكيان الإداري أو الجهة المصابة بالأزمة إلى ما كانت عليه قبل الأزمة واستعادة سمعتها.

هذا وتعنى إدارة الأزمة بكافة الأزمات على مختلف أنواعها كالأزمة العسكرية والأزمة الأمنية والأزمة السياسية والأزمة الاقتصادية... الخ.. إلا أن كل نوع من هذه الأزمات يستلزم استخدام أساليب وطرق تكتيكية تتناسب وطبيعة الحدث.

لقد برزت إدارة الأزمات كأحدى الوسائل العامة لعقنة الصراعات والتناقضات بين الدول وتطويقها ومنعها من الوصول إلى حالة الحرب المباشرة واستخدام القوى المتاحة التي ستؤدي إلى دمار البشرية وانتهاء الحضارة التي بناها الإنسان بجهد عبر القرون الطويلة. وعلى هذا الأساس إن معرفة كيفية إدارة الأزمات والتعامل معها قضية هامة وضرورية كونها تتعلق بمصير البشرية بحاضرها ومستقبلها. ولا بد من التمييز بين مصطلحين أساسيين:

الأول - إدارة الأزمات ، والثاني - الإدارة بالأزمة.

ولقد برزت إدارة الأزمات كوسيلة فاعلة للتعامل مع الصراعات القائمة، وكانت مظهراً من مظاهر التعامل الإنساني مع المواقف الطارئة أو الحرجة التي واجهها الإنسان. ولكنها لم تعرف آنذاك بهذا الاسم إذ لم يكن هذا المصطلح قد وجد بعد. فإدارة الأزمات هي فرع من العلوم الاجتماعية والسياسية والإستراتيجية التي تهتم بدراسة اتخاذ القرارات الأساسية والإجراءات المناسبة ذات التأثير الجوهري على الأزمة التي يتم التعامل معها من قبل أطراف الأزمة وأصحاب القرار فيها، ويعرف الباحث ب. ويليامز

إدارة الأزمات: بأنها سلسلة الإجراءات والقرارات الهادفة إلى السيطرة على الأزمة والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها مؤدية بذلك إلى نشوب الحرب. وبذلك تكون الإدارة الرشيدة اللازمة هي تلك التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة وحمايتها. ويذهب الباحثان السياسيان ج. راى. دورتي وروبرت بالستنغراف في تعريفهما لإدارة الأزمات إلى أنها قدرة أحد أطراف نزاع ما على إقناع خصمه أو خصومه بصدق عزمه على تصعيد النزاع لحمله أو حملهم على التراجع عن تصعيد الأزمة تجنيداً للمساس بمصلحته وقد يفضل أطراف النزاع احتواء الأزمة من خلال ممارساتهم لضبط النفس، ومحاولتهم إيجاد مخرج ما يحفظ لهم ماء وجههم أو الوصول فيما بينهم إلى تسوية تنزع فتيل الأزمة بدون المساس بالمصالح الجوهرية لأيهما، أما هانز بيترنيو هولدر فيعرف إدارة الأزمات بأنها احتواء الأزمة والتلطيف عن حداثها بشكل يستعيد معه حدوث اشتباكات عسكرية على نطاق واسع.

أما الباحثان جورج وسيمونز فإنهما يعرفان إدارة الأزمات: بأنها كل الإجراءات والقرارات المؤدية إلى ضبط النزاع والحد معه في مواجهة محاولات الاستقزاز وتصعيده.

ويعرفها أمين هويدي بأنها تغيير الأمر الواقع مع تجنب القتال باستخدام القوات المسلحة، ويرى أن الوسيلة الوحيدة لإدارة الأزمة هي الردع، ويعرفه أنه فن استخدام أسلحة القتال لمنعه وحسب هذا المفهوم يستبعد هويدي الوسائل الأخرى في إدارة الأزمات كالوسائل السياسية والدبلوماسية التي تعتمد أساسية في التعامل مع الأزمة<sup>(45)</sup>.

[1] — مراحل مواجهة الأزمات أو الخطوات الأساسية للتعامل مع الأزمة:  
المرحلة الأولى: اكتشاف إشارات الإنذار: تترافق الأزمة بسلسلة من الإشارات أو الدلائل التي تنبئ باحتمال وقوعها. وإذا لم تلتقط هذه الإشارات جيداً ويفهم مغزاها ويتم معالجتها بشكل سليم فمن المحتمل جداً شيوع تداعياتها بشكل مضر.

المرحلة الثانية: الاستعداد والوقاية: الأمر الذي يوجب أن تتوفر لدى الكيان الإداري أو الهيئة المهتدة بالأزمة استعدادات وأساليب وخطط وبرامج كاملة للوقاية من أي خطر قادم وهذا ما يؤكد أهمية الإنذار المبكر. والهدف هنا من الوقاية اكتشاف نقاط الضعف التي تشير إليها إشارات الإنذار ومعالجتها قبل أن يستغلها الخصوم لإلحاق الضرر.

المرحلة الثالثة: احتواء الأزمة والأضرار والحد منها: من الصعب منع الضرر تماماً لذلك على مدير فريق إدارة الأزمة ومن يساعده إعداد وسائل وبرامج للحيلولة دون تفاقم الأضرار ومنع انتشارها وفقاً لطبيعة ونوع الأزمة.

(45) المرجع السابق، ص 8 - 49 - 50 - 51.



## المرحلة الرابعة:

استعادة النشاط: وفيها يتم العمل على استعادة الأصول الملموسة والمعنوية التي نفدت.

المرحلة الخامسة: التعلم والدروس المستفادة ومواصلة التدريب: وهي مرحلة إعادة التقييم والتعلم المستمر لتحسين ما تم إنجازه في الماضي ولا يعني ذلك تبادل الاتهامات أو إلقاء اللوم لمنع تكرار الأزمة وذلك من خلال الحلول المناسبة وتلبية الطلبات المعقولة.  
إلا إن البعض يرى أن خطوات إدارة الأزمة تتجلى في:

- [أ] - توقع قرب حدوث الأزمة بأسرع ما يمكن.
  - [ب] - ظهور القائد «مدير الأزمة» في موقع الحدث.
  - [ج] - الدعوة إلى اجتماع لجنة الأزمات «فريق إدارة الأزمة».
  - [د] - الإسراع في تعبئة الموارد المطلوبة.
  - [هـ] - البدء بتنفيذ الخطط الإستراتيجية الجاهزة لمواجهة الأزمة.
  - [و] - إعلان انتهاء الأزمة للعودة إلى العمل بالشكل المعتاد.
- وتلجأ الدولة في إطار تعاملها مع إدارة الأزمات إلى افتعال أزمات قد تكون متتابعة ومختلفة من خلال اتخاذ القرارات اللازمة ذات التأثير الجوهري على أهداف الدولة المعنية ومخططاتها، ويطلق على تلك النوعية من القرارات والأزمات المفتعلة الإدارة بالأزمات وتعد في جوهرها وأهدافها جزءاً أساسياً مكماً لإدارة الأزمات<sup>(46)</sup>.  
ونظراً لتعدد الأزمات وتشابكها واتساع نطاق تأثيرها لا بد من مواجهتها بأساليب علمية وتفكير إبداعي، ولتحقيق ذلك لا بد من المرور بسلسلة من المراحل والخطوات المترابطة والمتكاملة وهي:

- [1] - تكوين تصور عام عن الأزمة وعليه يقتضي تحديد أسباب الأزمة والقوى التي صنعتها، وطبيعة الأخطار التي تحملها، والمدى الذي وصلت إليه وترتيب العوامل المشتركة والمؤثرة في الأزمة وتطوراتها حسب خطورتها وتحديد القوى المؤيدة والمعارضة لأطراف الأزمة، والإمكانات المتاحة بصورة مباشرة، والإمكانات التي يمكن استخدامها في الوقت المناسب من قبل أطراف الأزمة.
- [2] - تحليل البيئة الخارجية: ويقصد بذلك مجموعة العوامل التي يمكن أن تؤثر في الأزمة وتقع خارج حدود الدولة المعنية أو المؤسسة، ومن سماتها التفرد والتميز، والطبيعة المتغيرة للبيئة وصعوبة السيطرة والتحكم، والتأثير المتبادل بين المتغيرات في البيئة الخارجية، ومن أكثرها تأثيراً العوامل الاقتصادية، والتقنية والاجتماعية والسياسية والقانونية، فضلاً عن المتغيرات الدولية.

(46) المرجع السابق، ص 25.

[3] - تحليل البيئة الداخلية: وهي العملية التي تعرف من خلالها قدرات الدولة المعنية بالأزمة أو المؤسسة وتحدد مرتكزات القوة. ولكل جهة مظاهر قوة، ومظاهر ضعف.

[4] - حشد الطاقات والقدرات القائمة والممكنة وهناك لابد من تحديد الموارد والأدوات والرؤية المناسبة.

[5] - تحليل الفجوة الإستراتيجية وتحديد مظاهرها وذلك بتحديد مظاهر القوة والضعف.

[6] - تحديد الأهداف ولهذا مكانة هامة وأساسية في التعامل مع الأزمة<sup>(47)</sup>.

[2] - أهمية التخطيط لمواجهة الأزمات:

في الحياة العامة نلاحظ وجود أشخاص جيدين قادرين على إنعاش أي مؤسسة خاسرة في الوقت الذي نرى فيه أشخاصاً غير مؤهلين يفسدون مؤسسات ناجحة. ومن هنا تبرز أهمية الإدارة الجيدة في معالجة الأزمات وفق أسس علمية وسليمة.

وستتطرق هنا إلى بعض الإجراءات الأساسية لمعالجة الأزمات:  
التخطيط:

تحتاج الأزمات على اختلاف أنواعها إلى تخطيط مسبق للتعامل معها، وذلك لمنعها أو الحد منها قدر المستطاع ومعالجتها جيداً في حال وجودها.

والتخطيط تعريفاً: «هو عمل ذهني موضوعه الترتيبات التي يفكر فيها المرء في حاضره لكي يواجه بها ظروف مستقبلية في سبيل هدف ينبغي الوصول إليه».

إذا فهو بهذه الصفة عمل تحكمي يرمي إلى تطويع المستقبل المجهول لصالح الإنسان ما استطاع إلى ذلك سبيلاً مقللاً من أثر عوامل الصدفة وذلك بما يتوافق مع آماله وتطلعاته بحيث يقود الحوادث بنفسه ولا تقوده المصادفات إليها.

ولكي يؤدي التخطيط دوره كما يجب فإن هناك العديد من المبادئ التي يجب مراعاتها عند إعداد الخطة وهي:

[أ] - مبدأ العلمية: ذلك بالاستناد إلى أساس علمي بواسطة الخبرات العلمية بإدارة الأزمة.

[ب] - مبدأ المركزية: بمعنى مركزية التخطيط لا مركزية التنفيذ.

[ج] - الإلزامية: يعني الالتزام بالتنفيذ من قبل جميع المشاركين في فريق إدارة الأزمة حرفياً.

[د] - مبدأ المرونة: بحيث تكون الخطة قابلة للاستجابة للظروف الطارئة دون إن تفشل.

[هـ] - مبدأ الواقعية: ملائمة الخطة للواقع والإمكانيات.

[و] - مبدأ الاستمرارية: إن يكون التخطيط مستمراً لا مؤقتاً أو عارضاً.

(47) المرجع السابق، ص 147 - 156.

[ز] - مبدأ المشاركة: أن يؤخذ بالاعتبار كافة الآراء البناءة لمختلف الخبراء عند وضع الخطة.

[ح] - مبدأ التوقيت: بحيث يكون التخطيط الجيد ملائماً لكافة الظروف والاحتمالات رافضين مبدأ المباغرة والتهويل.

[ط] - مبدأ الاحتمالات: يجب أن تلاحظ كل خطة عدد من الخيارات ليتم اختيار الأفضل والأقدر على تحقيق الهدف في أقصر وقت وأقل تكلفة وذلك وفقاً للظروف. كذلك لا بد للتخطيط الجيد أن يأخذ في الحسبان الخطوات الهامة التالية:

1. ضرورة أدراك الحاجة إلى الخطة.
  2. ضرورة تحديد الهدف من الخطة.
  3. ضرورة تجميع وتحليل البيانات في الأزمة.
  4. ضرورة تنمية التفاصيل الخاصة بالخطة.
  5. ضرورة موافقة كافة الإدارات وأجهزة الدولة المعنية بالخطة.
- أيضاً فإن من الأهمية القصوى وجود خطة طوارئ لمواجهة الأزمات بشكل مستمر فالتخطيط المسبق والسليم يخفف من آثار الأزمة.
- [3] - اتخاذ القرار المناسب لمواجهة الأزمات:

يرى بعض الباحثين إن الإدارة الجيدة تتجلى باتخاذ القرار الصائب في ظرف المناسب. فإذا كانت عملية اتخاذ القرار هي من أصعب الأمور في الأحوال العادية فكيف في الأزمات والطوارئ. إلا أن عملية اتخاذ القرار تكمن في الاختيار المدرك بين بديلين أو أكثر ولكن هذا الاختيار ينتج عنه إما أثراً إيجابية تسهم في حل الأزمة أو آثار سلبية تضاعف منها.

وبشكل عام هناك بعض العوامل التي تؤثر على مدير فريق الأزمة عند اتخاذ القرار منها:

[أ] - شخصيته مدير الأزمة واتجاهاته وميوله وذكائه إضافة إلى مركزه الاجتماعي وسماته الشخصية «عاطفي - مندفع - متميز - عصبي - هادئ - مبتكر - سريع البديهة...» وكلها صفات تؤثر في عملية اتخاذ القرار وتحديد مدى صوابيته.

[ب] - عنصر الوقت خاصة عندما يواجه مدير فريق إدارة الأزمة حالة معينة تتطلب اتخاذ القرار الفوري دون الانتظار للحصول على معلومات.

[ج] - الضغوط الداخلية والخارجية التي يتعرض لها الفريق كضغوط الرئيس الأعلى وضغوط الرأي العام والعادات السائدة.

[د] - خبرة عناصر الفريق ومدى إلمامه بواجبات عمله.

[هـ] - تأثير بيئة القرار على الرشد في قرارات المجموعة القائدة لإدارة الأزمة.

[و] - مستوى معاوني مدير فريق إدارة الأزمة بثقافتهم واتجاهاتهم يؤثر على اتخاذ القرار.

[ز] - أثر الأشخاص الذين يمسهم القرار وبواعثهم ورغباتهم وردود أفعالهم.

[ح] - المستوى الوظيفي لمدير فريق إدارة الأزمة.

ومما لا شك فيه أن اتخاذ القرار في الأزمات هو من أخطر القرارات التي تتخذ في حياة متخذ القرار لذلك يتوجب عليه اتباع أساليب علمية وأكثر موضوعية عند مواجهة مسؤولية هذا القرار.

والأسلوب العلمي لاتخاذ القرار في الأزمات يتكون من المراحل التالية:

[أ] - تشخيص الأزمة بالتعرف على العامل الاستراتيجي لمكونات الأزمة من حيث الهدف والمضمون.

[ب] - تحليل الأزمة: من حيث الأبعاد والعناصر بواسطة جمع المعلومات الموضوعية.

[ج] - إيجاد وتقييم البدائل: الخيارات المقبولة لحل الأزمة ومشاركة الجميع في اتخاذ القرار.

والمواقع أن إيجاد الخيارات المقبولة لحل الأزمة يتم بشكل أفضل عند استخدام ما يسمى بالتفكير الابتكاري والذي يعني: تقديم أفكار أو حلول تنطوي على درجة عالية من الثقافة والحكمة وهما الركنين الأساسيين لعملية الابتكار ويقف خلف ذلك:

[أ] - الطلاقة الفكرية: إنتاج أكبر عدد من الأفكار والحلول.

[ب] - الأصالة: إيجاد أفكار غير شائعة.

[ج] - المرونة: التوغل في الفكر من زاوية إلى زاوية أخرى للأزمة.

[د] - الحساسية للأزمات: القدرة على استشفاف أكبر عدد ممكن من الأزمات المختلفة بموقف معين.

[هـ] - الاحتفاظ بالاتجاه: توجيه معين نحو الهدف.

اختيار البديل المناسب لحل الأزمة:

والحقيقة أنه كلما زادت الحلول زادت الحيرة في الاختيار وهنا يجب على متخذ القرار التحرر من نمطية التفكير التي قد لا تناسب موضوع الأزمة.

كما يجب الأخذ بالاعتبار ضرورة إحاطة المرؤوسين بالقرار المتخذ إذا لم يشاركوا فيه لعامل الوقت والسرعة إذ أنهم المعنيون بالتنفيذ لذا يفترض أن يعرفوا ما يلي:

- ظروف اتخاذ القرار.
- القدرة على التنفيذ والمؤهلات الكامنة لتحقيق ذلك.
- الأخذ بالإمكانيات المتاحة قدر الإمكان.
- المرونة المسموح بها أثناء تنفيذ القرار.
- إدراكهم قيمة الموضوع مما أدى إلى اتخاذ القرار اضطراريا وعليهم التنفيذ بما يضمن حسن الإدارة والقرار.
- توازن عناصر فريق إدارة الأزمة (المنفذين) وتحفيزهم للتنفيذ الجيد.

ثالثاً : إدارة الأزمة و فريق التعامل معها

## [1] – مهام و تكوين إدارة الأزمات:

برزت «إدارة الأزمات» كحقل أكاديمي من خلال عدة جذور اقتصادية واجتماعية وسياسية. ونتيجة لذلك فان تعريف هذا المصطلح يختلف باختلاف الإطار الأكاديمي الذي يتم التعريف من خلاله.

ومن كل ذلك نخلص إلى ثلاث حقائق هامة:

أولها: إن إدارة الأزمات تستوجب بطبيعتها توافر معلومات عن جوانب متعددة وخبرات مهنية وفنية.

ثانيها: إن تجزئة الاختصاصات وتنوع المسؤوليات في التكوين المؤسسي التقليدي وما يعتره من روتين وبطئ في الاتصالات يمثل النقيض المطلوب لإدارة الأزمة.

ثالثها: إن النسق التنظيمي لإدارة الأزمة يجب إن يقوم على منظومة تتفاعل فيها كل الجهود والخبرات لكل الأجهزة المعنية ذات العلاقة بالأزمة. ولهذا فقد اختلفت القرارات الفردية في إدارة الأزمات لتصبح جماعية تقوم على رؤية متكاملة لفريق مهام متكامل للتفاعل مع الأزمات. ويجب هنا التفريق بين تكوين إدارة الأزمة وبين فريق إدارة الأزمة لكي لا يتم الخلط بينهما بحيث ينتج عنه قدرة الكيان الإداري أو المنظمة على مواجهة الأزمة.

## [2] – غرفة العمليات و موقع الحدث:

قبل أن نتعرف على فريق إدارة الأزمة لا بد لنا في البداية من التعرف على غرفة العمليات «مقر إدارة الأزمة» وعلى مستوى موقع الحدث «مسرح الأزمة». فغرفة العمليات هي:

مكان مخصص يتواجد فيه مدير وإدارة فريق الأزمة وذلك أثناء وقوع الأزمة. على إن يكون هذا المكان مجهزاً تجهيزاً كاملاً بكافة الوسائل المتاحة والمتوفرة للعمل على إدارة الأزمة في مختلف مراحلها بحيث يتحقق الهدف المنشود من ذلك.

وتعد غرفة العمليات إحدى التجهيزات الضرورية والملحة لإدارة الأزمة إدارة عملية لأنها مركز لاستقبال جميع المعلومات والمدخلات ولتصدير جميع القرارات والأوامر والمخرجات وحتى تتم إدارة الأزمة بقوة وفاعلية وكفاءة يجب أن تتوافر في الغرفة الشروط التالية:

[1] – أن تكون في مكان مناسب وسري وآمن غير معروف للطرف الآخر وبعيدة عن متناوله، لذا تحرص الدول على تحضير أكثر من غرفة عمليات لإدارة الأزمات، وتستخدم كاحتياط إستراتيجي في الوقت المناسب.

[2] – أن تكون مؤمنة بشكل كامل بحيث تبني من مواد يصعب اختراقها مادياً ومعنوياً.

- [3] - يجب أن تكون مجهزة بأحدث الوسائل والأدوات اللازمة لإدارة الأزمة: كوسائل الاتصال الحديثة، والخرائط والمجسمات التي تبين وتوضح مسارح العمليات وتطوراتها المستمرة، والأجهزة الإلكترونية.
- [4] - أن تكون مناسبة حجماً واتساعاً، ومريحة، ومجهزة بالأجهزة اللازمة.
- [5] - أن تؤمن لفريق الأزمة كل ما يمكنهم من الرؤية الشاملة والدقيقة لأحداث الأزمة وتطوراتها المختلفة من كافة الزوايا والاتجاهات.
- [6] - إن مهمة غرفة العمليات تتجسد قبل كل شيء بتهيئة الظروف المثالية لمدير الأزمة والفريق العامل معه للإطلاع على كافة تطورات الأزمة، وبالتالي تجاوز المجهول في الأزمة إلى المعرفة الشاملة والدقيقة، حيث تتجلى أمامهم الحقائق وتتوضح المشاكل المعقدة، وتصبح الأجوبة على الأسئلة المطروحة ممكنة ودقيقة من خلال القرارات المستمرة التي تصدر من القائد المشرف، ويمكن أن تكون غرفة العمليات في مكان ثابت أو متحرك. إن غرفة العمليات توسع دائرة كم المعرفة عن الأزمة على حساب تناقص الكم المجهول<sup>(48)</sup>.

أما موقع الحدث:

فهو مكان وقوع الأزمة، حيث يتواجد فيه عناصر الأزمة وفريق إدارتها، ونلاحظ فيه الآثار الواقعة لذلك، وفي كل ظروف الأزمات التي تتسم في نقص المعلومات والضغط النفسي العالي والشك في الخيارات المطروحة فانه من الضروري ابتداء نسق تنظيمي جديد يستطيع التفاعل بكفاءة مع الأزمة «فريق إدارة الأزمة». هذا النسق الواجب وجوده للتحكم في مسار الأزمة لا بد له أن يكون على درجة من الكفاءة وأن تتوفر فيه الاتصالات الفعالة والمرونة التي تمكنه من التفاعل مع الأزمة وفقاً لظروفها المتغيرة.

ذلك مما يجعلنا نحدد مفهومنا لفريق إدارة الأزمة على أساس أنه: فريق لمهمة وظيفية محددة للتعامل مع أزمة محددة بعينها أسندت إليه مهمة إنهاء هذه الأزمة. وبالتالي من الممكن أن نوجد داخل الكيان الإداري الواحد أكثر من فريق لمواجهة أنماط وأنواع مختلفة من الأزمات المحتمل انفجارها. المهارات الأساسية المطلوبة لإدارة الأزمة:

إن الإدارة الفعالة للأزمة لا تعتمد فقط على قائمة من الأدوات والآليات الواجب إنجازها في المنظمات، وإنما على «حالة مزاجية عامة» تستوعب الاحتكام للعقل والمنطق وتحبيد العواطف. إن الجهود المطلوبة لإدارة فعالة للأزمة تتعدى مجرد الاهتمام الشخصي، وفهم البيئة المحيطة والأشخاص الفاعلين فيها.

(48) المرجع السابق، ص 185 - 186.

لذلك فإن المهارة الأساسية للتعامل مع الأزمة تكمن في القدرة على استكشاف الضغوط التي تقع على الآخرين وكيفية مواجهتها، والتعرف على الضغوط التي تقع على من يدير الأزمة في الوقت نفسه، وهي تتبدى في جبهتين: الأولى – حجم الحدث وآثاره المختلفة.

الثانية – كيفية تعامل المنظمة مع هذا الحدث، أي كيف يواجه المسئولين بالمنظمة ضغوط الأزمة ولعل الجبهة الثانية هي الأكثر في مجال دراستنا حيث ينبغي توافر بعض المهارات الخاصة بالاستجابة للأزمة من جانب أعضاء فريق إدارة الأزمة<sup>(49)</sup> وتشمل:

- 1 – صفاء الذهن و القدرة على صناعة القرارات بشكل عقلاي منطقي.
- 2 – الأخذ في الاعتبار اهتمامات المساهمين والحلفاء على المدى الطويل وليس فقط على المدى القصير.
- 3 – مشاركة آخرين في عملية صناعة القرارات.
- 4 – الاتصال بوضوح.
- 5 – تجنب اتخاذ الجانب الدفاعي.
- 6 – الإجابة على أسئلة محددة.
- 7 – كن أميناً وقادراً على الاعتراف بأنك لا تعرف جميع الإجابات.
- 8 – اجعل استجابتك سريعة، وتجنب الاستجابة بذعر أو بهلع.
- 9 – حافظ على كونك المصدر الرئيسي للأخبار.
- 10 – استخدام الموارد المتاحة للمنظمة على الوجه الأمثل.
- 11 – القدرة على العمل تحت أقصى درجات ضغوط الوقت.
- 12 – القدرة على إقامة صلات مع الآخرين والعمل في إطار الفريق.
- 13 – الحاجة إلى المرونة والتفكير الإبداعي.
- 14 – القدرة على إدراك الضغوط التي تفرضها الأزمة على الذات وعلى الآخرين<sup>(50)</sup>.

(49). د. حسن عماد مكايي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية (يناير 2005م) - ط1 - ص (92).

(50) أ.د. حسن عماد مكايي - المصدر السابق - ص (93).

عوامل النجاح في إدارة الأزمة:

بعد تكوين تصور عام عن الأزمة، وتحليل ظرف البيئة الخارجية والداخلية وتحديد الأهداف بدقة ولضمان نجاح إدارة الأزمة لا بد من:

- الحركة السريعة والمبادرة الفاعلة، على أن تكون محسوبة ودائمة.
  - تنظيم القوى المتاحة القادرة على التعامل مع الأزمة. وذلك بإعادة توظيفها وحشدتها وتعبيتها بشكل سليم. ويقتضي ذلك تحديد المسؤوليات.
  - المفاجأة كلما كانت كبيرة كانت نسبة النجاح أكبر، وهي تركز على السرية.
  - المشاركة والتعاون ونقطة الارتكاز في ذلك هي نوعية القيادة وأسلوب عملها وطبيعتها أدائها في تحقيق مستوى عالٍ من التعاون مع جميع القطاعات المشاركة في الأزمة، وهذا يتطلب إدراك الجميع للأهداف وتفهم كل فرد أو مجموعة للمسؤوليات المناطة بهم وقيمة خسر المسؤولية.
  - السيطرة: إن سيطرة القائد على الأزمة ترتبط بمقدار سيطرته وتحكمه بحركة الوسائل والقوة التي يستخدمها، ومن أبرز العوامل التي يمكن أن تؤدي إلى فقدان السيطرة: فقدان المرونة، توجيه النقد بشكل دائم، التهرب من المسؤولية، استخدام أسلوب التهديد، التشكيك في ولاء الفريق المشارك في إدارة الأزمة، وعليه السيطرة على الأزمة فهي ضرورة التحرك في الاتجاهات التالية: التعامل مع العوامل المسببة للأزمة، مع القوى المختلفة الداعمة للأزمة، مع العوامل ذات الصلة بالأزمة.
  - المرونة: وهي إحدى سمات القائد الناجح في إدارة الأزمة، إنها عملية موازنة بين الجهد المبذول والوقت المحدد والمطلوب من جهة ومدى التأثير على الهدف الرئيسي من جهة ثانية.
  - التعامل الجيد مع الواقع واغتنام الفرص: وذلك بسرعة دون إضاعة الوقت ودون السماح بتسرب اليأس.
  - الروح المعنوية العالية. وللقائد الناجح دور كبير في ذلك وهذا يتطلب بصيرة قوية لتطويق تسرب الخوف إلى الأفراد، ويجب الابتعاد عن السلبية تجاه الأحداث والشعور السلبي وعليه لا بد من ارتفاع جودة الأداء.
  - إدراك القائد لعنصر الوقت، فلوقت دور محوري في التعامل مع الأزمة من خلال تأثيره على طبيعة إدراكها، وتحديد وسائل التعامل معها والإجراءات اللازمة لمواجهتها<sup>(51)</sup>.
- يتوسع بعض الباحثين في رصد وتحليل العوامل التي تضمن الإدارة الفعالة والناجحة للآزمات، حتى أنها تشمل كل العوامل والإجراءات اللازمة لنجاح أي نوع من الإدارة في مجالات الحياة المختلفة، لكن الرصد العلمي الدقيق لعوامل النجاح في إدارة الأزمة يجب أن يركز على أهم العوامل ذات الصلة المباشرة بموقف الأزمة وبالمرحلة المختلفة لتطورها في هذا الإطار نركز على العوامل التالية:

(51) المرجع السابق، ص 156 - 160.



- 1 - إدراك أهمية الأزمات: إن عنصر الوقت أحد أهم المتغيرات الحاكمة في إدارة الأزمات فالسرعة مطلوبة لاستيعاب الأزمة والتفكير في البدائل واتخاذ القرارات المناسبة وتحريك الفريق والقيام بالعمليات الواجبة لاحتواء الأضرار أو الحد منها.
- 2 - إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات الخاصة بكافة أنشطة المنظمة وبكافة الأزمات والمخاطر التي قد تتعرض لها. فالمعلومات هي المدخل الطبيعي لعملية اتخاذ القرار في مراحل الأزمة المختلفة.
- 3 - توفير نظم إنذار مبكر تتسم بالكفاءة والدقة والقدرة على رصد علاقات الخطر وتفسيرها وتوصيل هذه الإشارات إلى متخذي القرار.
- 4 - الاستعداد الدائم لمواجهة الأزمات، إن عملية الاستعداد لمواجهة الأزمات تعني تطوير القدرات العملية لمنع أو مواجهة الأزمات، مراجعة إجراءات الوقاية، ووضع الخطط وتدريب الأفراد، وتشير أدبيات الأزمات إلى وجود علاقة طردية بين استعداد المنظمة لمواجهة الكوارث وثلاثة متغيرات تنظيمية هي:

أ - حجم المنظمة.

ب - الخبرة السابقة للمنظمة بالكوارث.

ج - المستوى التنظيمي لمديري المنظمة.

5 - القدرة على حشد وتعبئة الموارد المتاحة.

6 - نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفاعلية لأن الاتصالات تلعب دوراً بالغ الأهمية في سرعة تدفق المعلومات والآراء داخل المنظمة وبين المنظمة والعالم الخارجي وبقدر ما تكون وفرة وسرعة في المعلومات بقدر ما تنجح الإدارة في حشد وتعبئة الموارد في مواجهة الشائعات وكسب الجماهير الخارجية التي تتعامل مع المنظمة<sup>(52)</sup>.

[3] - فريق التعامل مع الأزمات:

ثمة مجموعة من الشروط والسمات العامة التي يجب توافرها في فريق إدارة الأزمات ومن أبرزها:

- التخصصات المختلفة لفريق الأزمة وتكاملها بعضها مع بعض.
  - القدرة على الإدراك والوعي والتحليل والاستنتاج والتخيل.
  - ضبط الانفعالات والابتعاد عن ردود الأفعال والتصرف بوعي وتفكير علمي.
  - السرعة في الاستجابة واتخاذ القرارات المناسبة.
  - الولاء للدولة التي يتبع لها.
  - التفاؤل وقوة الإرادة والاستعداد للتضحية.
- ويعمل أعضاء الفريق كوحدة متكاملة مترابطة لديها هدف واحد محدد هو التعامل مع الأزمة والحيلولة دون تصاعدها، ودون تدهور الموقف الناتج عنها وتطبيق نتائجها والحفاظ على أمن الدولة وسلامتها وتحقيق أهدافها. ويعمل فريق إدارة الأزمة بالتعاون

(52) د. زيد منير عيوي - إدارة الأزمات - عمان - دار كنوز المعرفة - (2006) - ص (59 - 60).

الوثيق بينه وبين القيادة السياسية العليا والقيادة في المستويات الأخرى المختلفة، حيث يستقبل فريق إدارة الأزمة البيانات والمعلومات التي يسعى للحصول عليها أو التي ترد إليه ثم يقوم بتحليلها وتقديم الإرشادات والمقترحات اللازمة إلى الجهة المختلفة، كما يحدد الفرص المتاحة ويقترح الحلول المناسبة ويبدع الأفكار المناسبة لاستغلال الأزمة لتحقيق الأهداف والمهام المرتبطة بها، وبعد انتهاء الأزمة لا بد من إجراء تقييم شامل لعمل فريق الأزمة وطبيعة أدائه، ومدى فاعليته بهدف الخروج بالدروس المستفادة حتى تتعمق التجربة وتتسع الخبرات وتترسخ وتتحول إلى قاعدة أساسية في مواجهة الأزمات المستقبلية بأسلوب أفضل وفاعلية أكبر<sup>(53)</sup>.

ويقتضي التأكيد على ضرورة استخدام فريق إدارة الأزمة لنظم الاتصال للتنسيق بين المستويات الإدارية المختلفة ضمن الدولة أو بين الأطراف المعنية مباشرة بالأزمة أو بين أطراف الأزمة وأطراف أخرى<sup>(54)</sup>.

من خلال ما تقدم لاحظنا أن التعامل مع الأزمة هو مهمة أمنية وسياسية واقتصادية واجتماعية بمختلف وجوهها، ولذلك تبعاً لتأثيرها الملموس على أوجه الحياة. مما يجعل التصدي لتلك الأزمة مسؤولية جماعية متعددة الأبعاد ولا بد من وجود فريق يقوم على التعامل مع الأزمات في موقع الحدث، وبهذا يمكننا أن نعرف فريق إدارة الأزمة بأنه: الفريق الذي يناط به مهمة التعامل مع قوى وعناصر الأزمة الصانعة لها والعمل على الحد من خطورتها ومعالجتها ميدانياً في موقع الحدث من خلال هذا التفريق بين المفهومين يمكن إن نشبه ذلك بالفرق بين فريق كرة القدم الذي يتولى اللعب مع فريق منافس، وبين التشكيل الإداري الذي يقف وراء هذا الفريق من مدربين وإداريين وفنيين وكل منهم يعمل من أجل فوز ونجاح الفريق.

في ضوء ذلك بات أن نعرف أنه ليس هناك نموذج موحد للتعامل مع الأزمات المختلفة لتباين طبيعتها ودرجة تأثيرها.

إلا أنه ولوجود قواسم مشتركة بين الأزمات أصبح من السهل تحديد ملامح النموذج الأمثل للتفاعل مع الأزمات المختلفة بحيث يحقق الأعداد الجيد والمواجهة الناجحة والحل الشافي.

ولعل من أهم ملامح النموذج الأمثل للإجراءات الفعالة للتعامل مع الأزمات يتمثل في الاعتبارات التالية:

1- إنشاء إدارة خاصة للأزمات تعنى بالتصدي للأزمات المختلفة تخطيطاً وتنفيذاً ويشترط نجاح هذه الإدارة على تنظيم بصيغة المصفوفة بحيث يستفاد من كافة الاجهزة المعنية بعيداً عن القيود.

2- لا يوجد أهمية أكثر من أهمية المعلومات ونظام الاتصالات خلال مواجهة الأزمة إذ بدون هذين العنصرين تصبح مواجهة الأزمة بشكل ناجح ضرباً من المستحيل. لذلك ندعو لإنشاء غرفة عمليات يتم تجهيزها تجهيزاً كاملاً علمياً وفنياً وكافة ما

(53) المرجع السابق، ص 199 - 200.

(54) المرجع السابق، ص 187.

تتطلبه إدارة الأزمات على أن تكون غرفة العمليات مهيأة لاستيعاب كافة عناصر فريق الأزمة وهي ما اتفق عليه إنهم مندوبو كافة أجهزة الدولة المعنية بالأزمات.

3- العمل على عقد دورات تدريبية لكافة العاملين في إدارة الأزمة والفرق الخاصة يتم التركيز فيها على دورهم في الأزمة بغية إكسابهم مهارات معينة.

4- لابد من التعاون الإقليمي والعربي والدولي في مجال تبادل الخبرات والمعلومات حيال الأزمات ورموزها العدائية.

5- إن للإعلام دوراً بارزاً سلباً كان أم إيجاباً على تفاعلات الأزمة لذلك يجب على إدارة الأزمة التعامل بحذر مع وسائل الإعلام المختلفة على أن يكون هذا التعاون من خلال الإعلام الأمني. وننوه هنا بأن هذا التقييم الإعلامي على مسار الأزمة يؤدي إلى انتشار الشائعات واختلاف الأخبار الزائفة حولها.

هناك بشكل عام شروط معينة يجب توافرها في أعضاء فريق إدارة الأزمة وهي:

- أ- المهارة والقدرة على التدخل الناجح في الأزمة.
  - ب- رباطة الجأش وهدوء الأعصاب وعدم قابلية التأثير العاطفي بالأزمة.
  - ج- الطاعة العمياء لمدير الأزمة وتقديس الواجب مهما كانت المخاطر.
  - د- الانتباه والوعي والحرص الشديد عند تنفيذ المهام.
  - هـ- التضحية بالذات إذا لزم الأمر والاستعداد لذلك.
  - و- الولاء والانتماء للكيان الإداري المرتبط به.
- أما ما يجعلنا نحدد مفهومنا لإدارة الأزمات بشكل أوضح هو أن: إدارة الأزمة لا تعني فقط مواجهة الأزمة عند وقوعها إنما تعني أيضاً استكشاف كل المؤشرات التي يمكن أن تساعد في درء الأزمة أو تخفيف أثارها وتمكن أيضاً من الاستعداد والتحضير للأزمة وتثري القدرات لجابقتها وتعظم الأداء لإعادة التوازن الطبيعي للأمر.

الفصل الثالث  
دور الإعلام  
والرأي العام أثناء الأزمات

أولاً: مفهوم و أهمية تكوين و تغيير الرأي العام في الأزمات

## M

بدأ الاهتمام الجدي والتناول العلمي للرأي العام منذ أوائل الثلاثينيات من القرن الماضي وبمضي السنوات وتولي الجهود العلمية والتطبيقية تراكمت حصيلة كبيرة ومتنوعة من الخبرات والمعارف بحيث أصبح الرأي العام يحتل الآن مكاناً مرموقاً في جميع دول العالم على الرغم من الاختلافات السياسية والنظم الدولية وذلك على مستوى النظرية والتطبيق.

فالرأي العام كعلم أصبحت له نظرياته وفلسفاته وتقنياته المختلفة واستخداماته في النظم السياسية المتنوعة وأساليب قياسه وتوجيهه وأصبح من المواد الأساسية التي تدرس في العلوم الاجتماعية والإعلامية بمجالاتها المختلفة في مختلف جامعات العالم، كما اتجهت بعض الدول إلى إنشاء معاهد علمية مستقلة بالجامعات متخصصة في تدريس الرأي العام والعلوم المتصلة به.

أما على المستوى الممارسة والتطبيق فقد بدأت الحكومات كافة والتنظيمات السياسية والأحزاب في الدول جميعها بالاهتمام بدراسة الرأي العام حول مجموعات القضايا المختلفة التي تستأثر باهتمامها وتعمل على معالجتها على أسس موضوعية، هذا فضلاً عن الاهتمام بالرأي العام لدى جميع المنظمات الدولية والإقليمية والوطنية، المهم التعرف على الآراء والاتجاهات فيما تقدمه من خدمات الاندماج<sup>(55)</sup>.

[1] — مفهوم و أنواع الرأي العام:

إن الرأي العام في مجتمع ما هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهر أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل، هذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.

القواعد الأساسية المرتبطة بالرأي العام وتأثيره فيه:

- [أ] - الرأي العام هو مجموعة آراء الناس ووجهة نظرهم في الحياة العامة.
- [ب] - الرأي العام فيه وجهات نظر متنوعة وتيارات مختلفة وأفكار متعددة ومنتزعة ولكل تيار منطقته وحجته.
- [ج] - الرأي العام له أثره في الحياة السياسية، ويترتب على اتجاه الرأي العام تطور الحياة الاجتماعية والجماعات وسير الحكومات في تشريعاتها وتصرفاتها.
- [د] - يتميز الرأي العام بوجود درجة عالية من الحساسية فيه تجاه الأحداث الهامة والأزمات.

(55) العميد الركن مصطفى أنطاكي - رؤى واستشرافات مستقبلية حول الإعلام - مركز الدراسات الإستراتيجية - دمشق - (2005) - ص (111).

[هـ] - يتأثر الرأي العام بمؤثرات خارجية وعوامل ثقافية واقتصادية وتربوية وحياة الجماعة وموقف الفرد منها.

[و] - الرأي العام هو الظاهرة الفكرية الناجمة عن الحشد الذهني للجماعات التي يترتب عليها أقوى العلاقات الاجتماعية والنفسية للفرد ثم الجماعة وهي حركة اجتماعية يتأثر بما يأتي عن الفرد في إطار الجماعة وبذا توجه الأفراد جماعياً.

[ز] - الرأي العام الديناميكي أي دائم الحركة والتبدل والتطور.

[ح] - الرأي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال وتأثير متبادل بين عديد من الجماعات والأفراد في المجتمع ويشترط لوجوده ضرورة وجود اتفاق موضوعي ووجود الاختلافات كما يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي العام<sup>(56)</sup>.

### يمكن التمييز في تحديد الرأي العام بين ثلاثة اتجاهات وهي:

الأول - الاتجاه ينظر إلى الرأي العام باعتباره مرادفاً للإرادة الشعبية، وإرادة الأمة ومشيتها وروح الشعب وحكم الجماهير... الخ، فهو التعبير عن الحركة الواقعية للمجتمع المحكوم تجاه ممارسات السلطة الحاكمة أياً كانت الصورة التي يعبر عن نفسه بها أو الشكل المؤسسي الذي يجري تعبيره فيه، ومعظم الدراسات السائدة تنتمي إلى هذا الاتجاه التقليدي الذي تغلب عليه الرؤية الفلسفية والدستورية.

الثاني - الاتجاه الذي ينظر للرأي العام برؤية تحليلية سيولوجية باعتباره حصيلة تفاعل عدد من العوامل والمتغيرات المختلفة إزاء القضايا السياسية التي تطرح على الساحة، وينقسم بصدها جمهور الرأي خلال عملية التفاعل والنقاش إلى أغلبية وأقلية، تجد تعبيراتها الواقعية في الممارسة السياسية الفعلية التي تكشف عنها تعبيرات الرأي العام.

الثالث - الاتجاه الذي يرصد ظاهرة الرأي العام إزاء العمليات السياسية للسلطة السياسية والنظام السياسي، فالرأي العام يجد تعبيراته الأساسية في ظاهرة الاقتراع العام والتصويت الانتخابي وهذه هي النتائج السياسية العملية صناعة الرأي العام وتشكيله.

ويمكننا تعريف الاتجاه على أنه استعداد نفسي أو تهيو عقلي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستشير هذه الاستجابة. والاتجاهات باعتبارها مكتسبة وليست وراثية فإن ظروف التربية والتنشئة التي يخضع لها الفرد تلعب دوراً أساسياً في تحديد ملامحها الأولى<sup>(57)</sup>، وهي ترتبط بمواقف اجتماعية، كما لا تتكون هي من فراغ ولكنها تتضمن دائماً علاقة بين الفرد وموضوع من موضوعات البيئة، وهي تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها. كما أن لديها خصائص انفعالية.

(56) العميد الركن مصطفى أنطاكي - رؤى واستشرافات مستقبلية حول الإعلام - مصدر سابق - ص (112).

(57) د. وجيه الشيخ، الإعلام... ص 228.

وباختصار يجسد الرأي العام التعبيرات الخارجية الممثلة لوجهات نظر معينة إزاء مشاكل أو قضايا محددة مثارة من خلال ألفاظ أو رموز وحركات تسمح بفهم الحقيقة المعلن عنها، وهو عام لا يقتصر على فرد واحد، وإنما يميل إلى أن يكون تعبيراً عن مواقف مشتركة بين أغلب عناصر المجتمع متسماً بصفة العلانية<sup>(58)</sup>.

### أما تحديد مجتمع الرأي العام: فنفرق بين حالتين يعيشهما المجتمع المعين:

[أ] – الحالة الطبيعية: حيث يكون جسد الرأي العام حاصل تجمع الآراء الفردية، أو المشترك فيها وتعبّر عنه الأغلبية في المجتمع.

[ب] – حالات الحشد الجماعي حيث يكون الجسد الرأي العام ذا طبيعة مستقلة عن مجموع الآراء الفردية التي تكونه، ويراه البعض معبراً عن العقل أو الضمير الجمعي.

إلا أن تعريف مفهوم الرأي العام في الدراسات يشوبه الغموض والاضطراب فهناك الكتابات التقليدية التي تختلط بينه وبين الإرادة الشعبية والإرادة العامة وسيادة الأمة... الخ وهناك كتابات تخلط بين الرأي العام والاتجاه، والرأي العام والحكم، والرأي العام والحرب النفسية، والرأي العام والإعلام، والرأي العام والاتصال، والرأي العام والتضليل والتلاعب بالعقول، والرأي العام والتسميم السياسي.

كما أن هناك الاجتهادات حول طبيعة الرأي العام، ومراحل تكوينه وتشكيله والمقومات الأساسية والثانوية المحددة له كظاهرة غير أن الفكرة الكامنة والحاكمة لمعظم أدبيات الرأي العام هي السعي إلى تصوير الظاهرة كأحد لوازم الليبرالية والديمقراطية النيابية والتي بدورها يتم تصويرها على أنها الطريق الوحيد للتطور والتقدم الإنساني، وفي أحيان أخرى على أنها نهاية المطاف في مسيرة التطور الإيديولوجي فبانتهاء عصر الإيديولوجيا برزت الديمقراطية الليبرالية والنموذج الغربي مظاهر الرأي العام بشكلها المعاصر التي تصور على أنها أحد منتجاتها الأساسية كانتصار حاسم ونهائي للبشرية وبالتالي تم تدويل منهجية بحث الظاهرة ذاتها دون نظر للخصوصيات الحضارية لكل أمة<sup>(59)</sup>.

والمواقع أن حقيقة ظاهرة الرأي العام سواء اتخذت مظاهرها تعبيراً سلعياً أو عنيفاً، عرفتها قديماً كافة الحضارات الإنسانية بصورة أو بأخرى وتعرفها جميع المجتمعات البشرية في عالم اليوم وإن اختلفت مظاهر التعبير عنها من مجتمع إلى آخر. كما يعد الرأي العام في جوهره وطابعه مظهراً خاصاً من مظاهر الحياة الروحية للمجتمع، ويتكون في ظروف مادية اجتماعية محددة، ونصطدم في حياتنا اليومية في معظم الأحيان بمفاهيم متعددة «كالرأي العام» و «الرأي الجماعي والفردى»... الخ. إذن هناك تعريفات كثيرة للرأي العام، إلا أن التعريف الأدق هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع ما أو أكثر بحسب مصالح هذه الأغلبية مساً مباشراً أو يشغل بالها، وعليه يجب توافر الشروط التالية:

(58) د. حامد عبد الماجد قويسى - دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية - مكتبة الشروق الدولية - القاهرة - ط1 (2003) - ص (39).  
(59) د. حامد عبد الماجد قويسى - دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية - مكتبة الشروق الدولية - القاهرة - ط1 (2003) - ص (46).

- يجب أن يكون رأي الغالبية العظمى من أبناء المجتمع.
- يجب أن يكون محدداً نوعياً أي رأي الغالبية المثقفة والواعية التي تستطيع أن تحكم على القضايا من خلال المعرفة.
- الرأي العام يفترض وجود مشكلة تهم الأكثرية من أبناء المجتمع.
- ضرورة توافر مناخ من الحرية، إذ ليس هناك رأي عام في ظل أساليب القمع والإكراه<sup>(60)</sup>.

وتزداد أهمية الرأي العام في ظروفنا الحاضرة يوماً بعد يوم، ومما يثبت قوة الرأي العام ونمو نفوذه كثرة المؤسسات الحكومية والخاصة التي تهتم به والمبالغ المالية الكبرى التي تنفق لعملية استطلاعها ومسحها وقياسه فضلاً عن وجود المؤسسات الإعلامية الكثيرة التي تعنى بأمور الرأي العام، فإن الحكومات والأحزاب ورجال السياسة كانوا وما يزالون يولون أهمية خاصة لهذه الظاهرة.

وتعد كلها موضوعات للنقاش والدراسات العلمية الميدانية والمسحية التجريبية. ويعمل على دراسة الرأي العام وتكوينه كل من المذيع والتلفاز والصحافة والمنظمات الحزبية، والاجتماعية ومؤسسات ذات طابع خاص، ويعد في الأعوام الأخيرة موضوعاً لعدد كبير من البحوث العلمية في العالم العربي وكذلك في الدول الأجنبية.

وتهتم العلوم السوسولوجية في البلدان الغربية منذ القديم بدراسة المسائل النظرية والتصنيفية العامة للرأي العام، وتأخذ هذه البحوث طابع الحيوية والأهمية والتوجه الهادف والتنوع، وهذا يفسر أنه من غير الممكن في هذه الظروف تجاهل الرأي العام وعلاقة ملايين الناس بما يحدث من عمليات وحقائق وظواهر لذلك مجبرة السوسولوجيا الغربية أن تعير انتباهاً كبيراً «طبعاً وفقاً لمصالحها» لشرح إعداد مسائل عامة محددة في البلدان الغربية التي ما زالت كثير من دراساتنا تحتاج إلى تحليل علمي دقيق وتفسيرات أكاديمية رزينة، وهذا يدل وقبل كل شيء على أن غالبية النظريات السوسولوجية الغربية في كثير من حالاتها تتميز بالضعف الأكاديمي والتحليل العلمي الدقيق الاضطفائي – التوليفية، ويحد دون الرأي العام في معظم الحالات كردود فعل داخلية متنوعة «للناس». و«كتقويم ذاتي» وكعاطفة وهلوسة غير متبلورة... الخ<sup>(61)</sup>.

وقد نشر في الأعوام الأخيرة في البلدان العربية مجموعة من الأعمال المهمة، تسلط الضوء على طابع وجوهر وخصائص الرأي العام كظاهرة اجتماعية سيكولوجية، وتقسم الظواهر وعمليات الحياة الاجتماعية في طابعها إلى مجموعتين أساسيتين: مادية – وروحية.

وينتمي الرأي العام إلى مجال الحياة الروحية للمجتمع وبالتالي هو مرتبط بشكل مباشر بالوعي الاجتماعي وتعد أحد العلامات الأساسية لجوهر الرأي العام وخصائصه تحديد

(60) د. وجيه الشيخ، إعلام... ص 213.

(61) د. عطا الله الرمحين – دراسة الرأي العام وتكوينه في المجتمع العربي – دار علاء الدين – سورية – دمشق – ط 1 (2003) – ص (14).



مكانه في البيئة العامة للوعي الاجتماعي بشكل عام وهي في جوهرها إحدى المسائل المعقدة في النظرية العلمية.

وحيث أن الرأي العام تعبر عنه مجموعة من الأفعال والأنشطة السياسية التي تقوم بها السلطة الحاكمة محققة توازناً بين تطبيق إطارها الفكري، وأهدافها وغاياتها ومصالحها وبين الاستجابة - بدرجة معينة لتوقعات الرأي العام المجتمعي - ويتم ذلك من خلال مسلكي الرقابة السياسية، والدعاية السياسية بحيث تتحقق في النهاية أهداف السلطة السياسية إزاء قضية أو مشكلة أو مجموعة من القضايا أو المشاكل المحددة، وتصبح آراء غالبية المجتمع مطابقة لرؤية ومصالح وأهداف وخطاب السلطة السياسية الحاكمة، وتمارس السلطة السياسية تلك العملية من خلال الأدوار الاتصالية التي تقوم بها في المجتمع المعاصر، وجوهرها عملية تشكيل الرأي العام وصناعته.

وهناك عوامل عديدة تساعد في تكوين الرأي العام ونشأته كوسائل الاتصال الجماهيري، والمصادر الثقافية، والطبقة الاجتماعية، والنشأة الاجتماعية، ويتبدى دوره في مجالات سياسية واجتماعية، من خلال مسانده لآراء المصلحين الاجتماعيين، وتعبيره عن توجهات الأحزاب والقوى السياسية، وتأثيره على الجماعات والأفراد فهو الذي يمنع الأفراد من تجاوز بعض القيم والعادات التي تحكم سير المجتمع كما يحدد في كثير من الحالات سير سلوك الأفراد داخل مجتمعاتهم من خلال فرص مجموعة من المثل الأخلاقية والاجتماعية التي يعترىها المجتمع.

وينطلق الإطار التفسيري من أن السلطة السياسية تمارس عملية تشكيل الرأي العام من خلال قيامها بمجموعة الأدوار الاتصالية وهي:

1 - الأدوار الإعلامية. 2 - الأدوار الثقافية. 3 - الأدوار العقائدية. 4 - الأدوار الدعائية.

وإذا نظرنا إلى فحوى المكونات الخمسة لطبيعة الأدوار الاتصالية للسلطة السياسية نجد أنها في جوهرها تعكس عملية تشكيل الرأي العام وصناعته وبنائه وتكوينه، سواء اتجهت إلى المجتمع الداخلي المحلي، أو المجتمع الخارجي والنطاق الدولي تحقيقاً للأهداف والغايات التي تضعها هذه السلطة لنفسها في إطار والإمكانات والموارد والتوقيت المعين، ولكن يبقى جوهر العملية واحداً - أي كان التعامل معه - هو تشكيل الرأي العام وصناعته<sup>(62)</sup>.

هذا وبقدر ما يكون الإعلام الاجتماعي واضحاً ومليناً ومتنوعاً، بقدر ما يعد الإعلام السياسي الاجتماعي ضرورة لتأكيد أواصر الصلات وعضويتها مع عمليات تكوين الرأي العام، وقد أشار كوغن إلى أن هذه العملية جداً معقدة، وكأنها أخذت بعنوانها الخاص، فالإعلام يغير في هذا الجانب أو ذلك، رأي الفرد وغيره - يغير الرأي العام، ففي المراحل الأولى، هذا التأثير يمكن أن يكون عملياً غير محسوس، وعملية

(62) د. حامد عبد الماجد قويسني - دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية - مكتبة دار الشروق الدولية - القاهرة - ط1 (2003) - ص (45).

تسير بشكل مستتر، وبطرق التراكم الكمي. وفيما بعد تترك عملية التراكم الكمي للتغييرات النوعية.

ويُكوّن الإعلام الاجتماعي ظروفاً ضرورية، وبداية لتكوين التقويم الاجتماعي الفردي وهذا، يعد «لبنة» تبنى عليها ومنها آراء المجموعات الاجتماعية. ويكتسب الرأي العام ملامح متشابهة ويملك مطالب محددة متعلقة بالإعلام الاجتماعي وانتمائه، وصحته وعمقه وموضوعيته وحيويته... الخ، وتزيد فاعلية «حقيقته» كمظهر مهم من مظاهر النشاط الاجتماعي الذي يعطي الرأي العام قوة وتوجهاً عملياً، وتولد فاعلية الرأي العام وديناميكيته حاجة ثابتة للإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يعزز ويطور ويسهل «ويؤقلم» الرأي العام مع الأوضاع المتغيرة السريعة، ومع المهمات الجديدة للنضال والبناء.

إن تكوين الرأي العام يؤثر تأثيراً عكسياً على الرأي، ووجهات النظر، والتقويم وحتى على سلوكية الفرد، ويلعب دوراً مهماً في هذه الحالة الإعلام الاجتماعي الفردي على الرأي العام المتكون ويبرزه الإعلام الاجتماعي مادة ومضموناً<sup>(63)</sup>. ويتم تهيئة الرأي العام بالإعلام عن البحث من خلال أخبار وأحاديث في وسائل الإعلام لتوضيح أهمية هذا البحث وفوائده العامة والخاصة ومن خلال الخبرات الميدانية وقد يساهم ذلك في التغلب على مشكلة أساسية تواجه استطلاعات الرأي العام في الدول النامية وهي مشكلة اللا رأي في قياس الرأي العام والتي ترجع إلى العديد من الأسباب أهمها انتشار الأمية، وانخفاض الوعي العام بأهمية البحث العلمي، وفشل الباحث في كسب ثقة المبحوث.

**هذا وللرأي العام أنواع مميزة أهمها:**

1 - الرأي العام العالمي أو الدولي - الرأي العام الإقليمي - الرأي العام القومي.  
2 - الرأي العام الوطني - الرأي العام المحلي - الرأي العام اليومي - الرأي العام الظاهر.

3 - الرأي العام الكامن - الرأي العام الوقتي - الرأي العام المتوقع - الرأي العام النابه أو القائد - الرأي العام المثقف - الرأي العام المنساق أو المنقاد.

وتعد استطلاعات الرأي العام من أهم عناصر ومكونات دراسات الرأي العام وموضوعاتها التي لحقتها الكثير من التطورات الحديثة، نظراً لحساسيتها وتفاعلها مع الثورة الاتصالية والمعلوماتية، وسوف نتناول أجندة هذه الاستطلاعات وموضوعاتها من جانب، ومن جانب آخر منهجية هذه الاستطلاعات وتقنياتها وأساليب تطبيقها، فقد عكست أجندة استطلاعات الرأي العام في المجتمعات الغربية، والمجتمع الأمريكي - إلى حد كبير نفس أجندته السياسية والاجتماعية بالطبع في إطار فلسفته وقيمه الحاكمة وروئيته وغالباً وفي إطار ما يدعمها فقد تناولت معظم القضايا التي تدور حول السياسات الداخلية والخارجية وأكثرها إثارة مثل: قضية الإرهاب داخل الولايات المتحدة والغرب عموماً، وقضية الطاقة وعلاقتها بالأسعار، والإنفاق على الدفاع بعد

(63) د. عطا الله الرمحين - الإعلام الاجتماعي في حياة مدنية - دار علاء الدين - ط1 (2003) - ص (24).

انتهاء الحرب الباردة، وسباقات التسلح النووية وعلى الصعيد الاجتماعي قضايا مثل: مرض الإيدز، والمثلية الجنسية وخاصة بعد التعرض لحمولات دعائية معينة، أما استطلاعات الرأي العام العلمية في العالم العربي فهي إلى حد كبير منفصلة عن قضاياها السياسية والاجتماعية، نتيجة لغياب المؤسسات العلمية المستقلة لإجراء مثل هذه الاستطلاعات، حيث يقوم بهذا الأمر بعض المؤسسات الصحفية التي تعاني من أمرين: عدم الاستقلالية عن هيمنة الأنظمة السياسية، وغياب تقاليد الاستطلاعات العلمية ومنهجيتها، الأمر الذي يجعل من معظم الاستطلاعات التي تقوم بها تصب في خانة التأييد للسياسات القائمة، والابتعاد عن تناول الأجندة الفعلية لقضايا السياسة الحقيقية في هذه المجتمعات

[2] — أساليب قياس الرأي العام:

توجد عدة طرق علمية للاستطلاع الرأي العام أهمها:

• طريقة الاستفتاء: وتعتمد على طريقة اختيار العينة، من عشوائية وطبقية أو تخصصية، وكيفية إعداد الاستمارة، المناسبة، وتحضير الأسئلة ومن ثم تحليل البيانات.

• طريقة تحليل وسائل الإعلام، وتستخدم لبيان اتجاهات الرأي العام في دولة أجنبية لموضوع يمسه وذلك لصعوبة تطبيق حالة الاستفتاء وتعتمد على تجميع كافة المواد الإعلامية في البلد المعني والتي تعالج قضية محددة. وبحساب البيانات الإعلامية المختلفة نستدل على نسب الاتجاهات المعارضة والمؤيدة.

• طريقة الملاحظات: ويجري العمل بها في الحالات التي لا يرغب فيها الناس التحدث عن موضوعات يعانون منها<sup>(64)</sup>.

ولكي يتم تقسيم خطة اتصالات الأزمة والإجراءات التي اتبعت في إدارتها فإن ذلك يحتاج إلى طرق ووسائل قياس لمعرفة مدى تأثيرها والكيفية التي أديرت بها وموقف الجمهور منها، حيث اهتم عدد من المؤلفين بتلك النواحي وقدموا مجموعة من الوسائل والطرق الفعالة التي تخدم إستراتيجية التقييم وتساعد في التعرف على مدى فعالية خطة الأزمة ومنها:

[أ] — إجراء المقابلات مع الجمهور الخارجي للمؤسسة وذلك لمعرفة رأيه عن تصرفات المؤسسة حيال الأزمة وأفضل الطرق التي يمكن استخدامها مستقبلاً.

[ب] — إجراء عملية مسحية للجمهور الداخلي والموظفين، أو قياس مدى فعاليته في التعامل مع الأزمة، ومدى مشاركته في إدارتها، وكيفية معرفته بالأزمة وإخباره بها، وكذلك مدى تعامله مع الجمهور الخارجي ووسائل الإعلام.

[ج] — إعداد استمارة تقييم للموظفين بالتعبير عن آرائهم في أفضل الحلول والطرق عند التعامل مع الأزمات وكيفية تناولها من جانب فريق إدارة الأزمة.

(64) د. وجيه الشيخ، إعلام... ص 239 - 242.

[د] - إجراء عملية مسحية لوسائل الإعلام عن كيفية التعامل معها وعلاقتها بالمؤسسة ومدى كفاية المعلومات المقدمة لها ومدى دقتها والسرعة في تقديمها، كما يتضمن المسح المقترحات والتوصيات من جانب وسائل الإعلام - وسائل الإعلام المختلفة ومندوبيها في أفضل الطرق والوسائل لتطوير مركز إعلام الأزمات وطرق التعامل مع الجمهور، ووسائل الإعلام، وما يقدم خلال الأزمات والتغطية الإعلامية لها.

[هـ] - تحليل محتويات القصص الصحفية في الوسائل الإعلامية لتحديد مدى وصف الوسيلة الإعلامية للأزمة وموقفها من المؤسسة.

[و] - تخصيص خطوط ساخنة على مدار اليوم لاستقبال آراء الجمهور الداخلي والخارجي وتدوين مقترحاته ونقده فيما اتخذ من إجراءات إلى جانب تحليل ودراسة الرسائل الاتصالية التي وجهت إلى الفئات الجماهيرية المختلفة سواء بوسائل الاتصال الشخصي أو عبر وسائل الإعلام، والتأكيد من مدى فعاليتها وملاءمتها لتلك الفئات ومدى تأثيرها على حجم التغطية الإعلامية للأزمة<sup>(65)</sup>.

[ز] - الرقابة وضوابط التعبير عن القضايا العامة المشكلة للرأي العام: وتعتبر الرقابة الرسمية في هذا الصدد هي المسلك الذي يتم من خلاله تشكيل الرأي العام إزاء الأحداث من خلال «المنع» و«الحظر»، بالتالي «التحريم» وتعد ممارستها من أهم مسالك السلطة السياسية في تشكيل الرأي العام، وهي تتضمن افتراضاً بأنها - أي السلطة الحاكمة - تعرف أفضل وربما أكثر من أي طرف آخر، كما أنها تتحمل المسؤوليات بالنسبة لالتزاماتها، وتمتلك السلطة الحاكمة الدافع للحفاظ على نفسها في مواقع الحكم والسيطرة والهيمنة، وتمنع أية سلطات أخرى بديلة من أن تقوى وتنمو حتى لا تنازعها مستقبلاً هذه المواقع وتلك المكانة، وبالتالي فهي تعمل على حجب أفكار معينة بمعنى أنها تنظيم سلبي للأفكار من أجل كبح جماح برامج معينة، كي لا تتكون أو تتبلور مواقع منافسة جديدة للسلطة، وهذه الرقابة من أشكال كثيرة، وتعبّر عنها مظاهر متنوعة، وحتى لا ندخل في تعداد لا نهائي للأشكال، ويمكن تقسيمها وفق المعايير والأسس التالية:

من حيث الصلة بالسلطة السياسية الحاكمة هناك نوعان:

- 1 - الرقابة الحكومية من خلال أدوات السلطة السياسية الحاكمة وعبر مؤسساتها.
- 2 - الرقابة غير الحكومية وهي تلك التي يمارسها المجتمع المحكوم على السلطة الحاكمة عن طريق تعبيرات رأيه العام أو عن طريق مؤسسات المجتمع والأمة<sup>(66)</sup>.

[3] - أهمية تغيير الرأي العام في الأزمات:

يعتبر الاتصال في الوقت الحاضر حقاً من حقوق الإنسان وعلى هذا ينظر إلى الاتصال على أنه عملية ثنائية الاتجاه يجري فيها الشركاء فرادى وجماعات - حوار ديمقراطياً متوازناً - فالحوار هو جوهر جانب كبير من التفكير المعاصر الأمر الذي يقودنا نحو تنمية مجال جديد من مجالات الحقوق الاجتماعية، والحق أن في الاتصال

(65) السيد السعيد - إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث - دار العلوم - القاهرة - ط 1 - (2006) - ص (150).  
(66) د. حامد عبد الماجد قويسى - دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية - مكتبة دار الشروق الدولية - القاهرة - ط 1 (2003) - ص (195).

امتداد للتقدم المستمر نحو الحرية والديمقراطية رغم أن هذا المفهوم لم يبلغ بعد شكله النهائي ومضمونه الكامل، وتتمثل المكونات الرئيسية لهذا الحق الإنساني الشامل في الحقوق التالية دون أن تقتصر عليها: «حق الاجتماع والحق في المناقشة والحق في المشاركة والحق في الاستفسار والحق في الحصول على المعلومات والحق في النشر والإبلاغ والحق في الثقافة وفي الاختيار وفي الحياة الخاصة»<sup>(67)</sup>.

والحقيقة أن الأهمية القصوى للرأي العام تظهر بشكل جلي وقت الأزمات الكبيرة التي تتطلب من الأمة أو الشعب «الجمهور» أن يكون موقفاً معيناً تجاه القضايا أو الأزمة ذات الصلة مباشرة بحياة الناس أو ببيئتهم السياسية ومستقبلهم وقيمهم. ولكي يتحقق النجاح في إدارة الأزمة والحفاظ على الصورة الذهنية لدى الجمهور يجب أولاً تأسيس علاقة قوية مع الجماهير والمؤسسة الداخلية والخارجية حتى تكون جهات مشاركة ومتضامنة مع إدارة الأزمة عن حدوثها.

فمن الأهمية بمكان إن تغير اتجاهات الجمهور أو الرأي العام تساهم في القضاء على الشائعات وحصرها ووأدها. والحفاظ على سمعة المنظمة والصورة الذهنية للمؤسسة لدى الرأي العام وزيادة الثقة بقدرة المنظمة بإدارة الأزمة والسيطرة عليها والتعامل مع المستجدات الحاصلة عن الأزمة واختيار الوسائل الإعلامية بالاتصالات وتوجيه الرسائل والتوعية والإرشاد بالجمهور المستهدف هذا التوجه السليم في إدارة الأزمات على شرح طبيعة المهمة ووصف العمل نفسه ونطاق التدخل واستخدام الأوامر الإدارية الواجبة التنفيذ الفوري، وبالتالي يخفف من آثار وأضرار الأزمة ما أمكن وبحددها الأدنى.

والخلاصة:

**يتم رصد أهم ملامح التطورات المنهجية الحديثة للرأي العام في العناصر والمتغيرات التالية:**

- 1 - أدوات جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بظاهرة الرأي العام وتحليلها مثل: الاستمارة - المقابلة - الاستبيان - المسوح - تحليل المضمون.
- 2 - العينات المتعلقة بظاهرة الرأي العام من خلال الاستطلاعات التي تجري وتحديدها وطبيعة العينة، وحجمها... الخ.
- 3 - الأطر النظرية: المفاهيم والمتغيرات ووحدات التحليل المتعلقة بالظاهرة أو الأزمة.
- 4 - الأطر التحليلية والإضرابات والنماذج المتعلقة بدراسة ظاهرة الرأي العام.
- 5 - الإطار التنظيمي والفلسفي المهمين على دراسة الظاهرة، وتتكامل هذه العناصر والمتغيرات الخمسة لتحديد ملامح الاتجاهات الحديثة في مجال منهجية ظاهرة الرأي العام<sup>(68)</sup>.

(67) العميد الركن مصطفى أنطاكي - رؤى واستشرافات مستقبلية حول الإعلام - مركز الدراسات الإستراتيجية - دمشق - (2005) - ص (320).  
(68) د. حامد عبد الماجد قويسى - دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية - مكتبة دار الشروق الدولية - القاهرة - ط1 (2003) - ص (435).

ومن خلال تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمة يتم تنفيذ إستراتيجية الأزمة بشكل أدق دون الوقوع في أخطاء ويتم تقييم الأزمة وأثارها، وتحديد الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل هناك مشكلة سياسية أخرى؟، هل ما حدث هو نهاية المطاف أو آخر الشوط؟، هل ما حدث يؤثر تماماً على سمعة المنظمة أو المجموعة أو المؤسسة؟، هل يؤثر على امتداد الأزمة على نطاق واسع؟، ويتم التجهيز للسياريوهات الأسوأ المحتملة والمتوقعة؟، وكيف ترى الجماهير الأزمة من الخارج؟<sup>(69)</sup>.

---

(69) د. حسن عماد مكايي - د. عادل عبد الغفار - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - ط1 - (2008) - ص (86).

## ثانياً - دور وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات

[1] - دور وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام :

يشكل الرأي العام في خضم الأزمات المحطة الأساسية لوسائل الإعلام، فالهدف الأساسي من أية عملية إعلامية هو الجمهور، وتغيير قناعاته أو تثبيتها حسب المصالح، والحكم النهائي لأية أزمة هو في النهاية لأصحاب الشأن من الجمهور العريض لما له من تأثيرات مباشرة على السلطة السياسية وواقع الدولة وحالة الصراع أو الوئام السياسي. لذا تستخدم وسائل الإعلام أثناء الأزمات أساليب عديدة نحو الرأي العام. أهمها أسلوب التكرار والملاحقة ويتضح ذلك ليس فقط من خلال السيل المتدفق من الأفكار والآراء التي تطالعنا بها وسائل الإعلام بشكل يومي متكرر، بل كذلك من خلال المحاولات التي تبذلها القوى السياسية لصياغة الأفكار من خلال شعارات محددة، وغير ذلك من الأنماط المتعددة التي تستهوي الرأي العام وتحضه بما تمليه عليه وسائل الإعلام المتنوعة، وبدى لنا ذلك جلياً في أحداث لبنان بعد مقتل رئيس الحكومة الأسبق رفيق الحريري، والدعاية الإعلامية والسياسية التي اتبعت وخاصة في الأشهر الأولى بعد مقتله، كما تقوم وسائل الإعلام باستخدام أسلوب الإثارة لتفعيل الانفعالات الأكثر بدائية عند الإنسان، كانفعالات الخوف والكراهية، ولا يغيب عنا استخدام أسلوب تحويل الانتباه لدى الرأي العام المتبع من قبل وسائل الإعلام، حيث استطاع القادة النازيون تحويل السخط العام عند الجماهير الألمانية على بعض الأوضاع الفاسدة إلى سخط عام على الدول المجاورة. وهذا ما تقوم به إسرائيل عبر وسائل إعلامها بتحويل أنظار الرأي العام عن جرائمها وإرهابها للشعب الفلسطيني بإثارة مواضيع أخرى كالمف النووي الإيراني والإرهاب الدولي، أما أسلوب التضخيم والتهويل فلقد استخدمته الوسائل الإعلامية الغربية تجاه المعسكر الاشتراكي، وما تحاول استغلاله الآن تجاه حركات المقاومة في المنطقة دون المرور على الدوافع الأساسية لها كالاحتلال الإسرائيلي. وهذا ما يبدو لنا واضحاً أيضاً بالحديث عن الخطر النووي الإيراني دون الحديث عن الخطر النووي الإسرائيلي مع العلم أن إسرائيل تمتلك أكثر من (264) رأس نووي وإيران لا تمتلك شيئاً حتى الآن. ويعد أسلوب التقرب من الرأي العام من عناصر النجاح الإعلامي بالحديث وسائل الإعلام الغربية عن الديمقراطية وحقوق الإنسان في دول محددة بعينها. فضلاً عن ضرورة الحفاظ على السلم الدولي.

وعلى هذا الأساس إن تغيير مواقف الرأي العام أثناء الأزمات يتطلب قبل كل شيء الوقوف على حقيقة وقوة الدعاية، والأساليب المؤدية إلى ذلك. بعيداً عن أساليب القسر والإكراه، ويمكن تغيير الاتجاه إذا كان مكوناً عند فرد ويعاني من الضعف، وعدم الاستقرار، ويمكن ذلك إذا ما وجدت عدة اتجاهات متصارعة عند الأفراد تتصف بالتوازي والتساوي من حيث القوة.

وتستخدم وسائل الإعلام لتغيير اتجاهات الرأي العام إحدى وسائلها وهي الدعاية، وخاصة أثناء الحروب، والمعارك، والخلافات الشديدة بين القوى السياسية كوسيلة من

وسائل الحرب النفسية أولاً، والإعلام والأخبار ثانياً. وطبعاً حسب توجهات الوسيلة الإعلامية، وتأخذ الدعاية طابع العداة والانتقام في حال الانقسام الشديد. ولا يقتصر عملها على نشر الأفكار والعقائد بل يتجاوز إلى محاولة التأثير المباشر في سلوك الناس من خلال نشر كل ما من شأنه إثارة الدوافع البشرية التي تدفع الإنسان إلى تصرفات معينة، كما تحاول كونها بمثابة منبه خارجي إلى إيقاظ المشاعر والانفعالات البشرية وإشارتها بقصد العمل على خلق ردود الأفعال المنسجمة مع الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه وتتبع تكتيكاً خاصاً بها وينسجم مع طبيعة الظروف الذي تعمل من خلالها، فتارة تهاجم، وتارة أخرى تدافع، وتارة تنسحب إلى الخطوط الأمامية لتسدّد ضرباتها من الخلف، وقد تتبع أسلوب الخداع والمناورة فتسعى وسائل الإعلام إلى تحقيق:

- تغيير الفكر والاتجاه عند الناس وتغيير القيم والمعتقدات والرأي والسلوك تغييراً من شأنه أن يحقق النجاح.
- الخداع والتمويه الإستراتيجي، وتشجيع الآمال الزائفة والتقليل من انتصارات الخصم.
- محاولة كسب الخصم فكراً.
- زعزعة الاستقرار، والبناء على التشكيك بقدرة العدو على تحقيق النصر.

وتعتمد وسائل الإعلام أحياناً إلى استخدام أسلوب إثارة الرعب والفوضى، وهذا يتم بطريقة مدروسة في أوقات محددة لكي يؤدي إلى النتيجة، فهو وسيلة سيكولوجية يتم اللجوء إليها لتحقيق هدف مسبق أن عقد العزم على تنفيذه.

كانت الصحافة قد دخلت العالم العربي كأحدى نتائج عصر الصناعة في مطلع القرن التاسع عشر، وقد ازدهرت كقطاع خاص وكفعل قومي وثورى أحياناً للمتقنين السوريين واللبنانيين الذين استقروا في مصر خلال التواجد الفرنسي في بلادهم وكانت تتطلب من قرائها حد أدنى من القدرات الثقافية والقدرة على القراءة، لكن هذا الحد الأدنى كان ولا يزال متاحاً لنسبة من السكان غالبيتها من الطبقة الوسطى فما فوق، ومن سكان المدن الذي جعل انخفاض توزيع الصحف أمراً لا نقاش فيه بالمقارنة مع توزيع الصحف في العالم المتقدم، وخضعت الثقافة للقوانين التي أصدرتها الدولة، حتى أنها عندما لعبت دوراً طليعياً أو رائداً كانت صعوبة التوزيع، ولصعوبة المواصلات وعامل الأمية، خير كابح لجعل المعلومات المتاحة محدودة الأثر والانتشار وفي العقدين الماضيين تقدمت الوسائل الإلكترونية «التكنولوجية» الفضائية في الجانب التجاري وأصبح ممكناً أن تتم عملية الطباعة عبر الأقمار الصناعية في أماكن مختلفة من العالم للتغلب على صعوبة المواصلات، ونشأت صحف جديدة لديها القدرة على تجاوز الصحف القطرية وإمكانية الوصول بسرعة.

**وبالتوازي مع النشر الصحفي والمؤثرات الصحفية والأحاديث عبر وسيلة مكتوبة**

**يراعى:**



- ضرورة إصدار نشرات لأغلب وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، والإعلان عن الجناة، أو أسباب الأزمة عبر الوسائل المكتوبة.
  - وإعداد الصور الفوتوغرافية والمطبوعات الخاصة بالأزمة وتقديمها لوسائل الإعلام ومندوبيها عند الطلب.
  - كذلك التعرف على توجهات الصحفيين والإعلاميين بحسب وظائفهم وأعمالهم فكل منهم يحتاج إلى نوعين من الأخبار والمعلومات.
  - التتابع مع جمهور وسائل الإعلام من خلال تزويده بالمعلومات المختلفة عن الأزمة.
  - قياس مستوى التماثل والتشابه في اتجاهات وأفكار الجمهور وانطباعاته عن الأزمة وأثر ذلك على صورة المؤسسة.
  - نموذج إعلام وإخبار الجمهور.
  - يختلف هذا النموذج عن النموذج الأول من حيث أن الحقائق وصحة البيانات والتصريحات ضرورية وهامة، والتي يتم تقديمها للجمهور من خلال الصحافة أو ما تنشره الصحافة عن المؤسسة وهذا النموذج يعتبر سائداً في المؤسسات الحكومية، كما أنه يتخذ طريقة واحدة واتجاهاً منفرداً - كسابقة - في نقل المعلومات من المنظمة إلى الجمهور وبالتالي فإنه لا يتطلب بصفة مستمرة إجراء البحوث والمسوح، وإنما يتطلب نوعاً من التقييم كمسوح القراء أو معرفة كمية القصاصات الصحفية التي تناولت المنظمة<sup>(70)</sup>.
- وقد اكتسبت الصحافة ملامح عصر المعلومات الإيجابية منها، والسلبية بدخولها العصر الرقمي وترافق ذلك بتأثيرات ملحوظة في المحتوى المنشور بعد شيوع الإنترنت واتصالها بالصحافة على نحو أو آخر، وتعتبر الصحافة كمصدر معلوماتي وعلى مدى عقود طويلة مصدراً ثرياً للمعلومات، وبدخول العصر الرقمي بدأت تفقد جزئياً هذه الميزة لعدة عوامل منها:
- 1 - تزايد حجم المعلومات الغير المسبوقة عبر التاريخ.
  - 2 - طالت ثورة صناعة الإعلام والاتصال والمعلومات مجمل حياة الأفراد والجماعات.
  - 3 - غزو المعلومات كل ضروب حياة الفرد، وبرزت صناعة المعلومات بوصفها المحرك القوي الجديد لاقتصاد المجتمعات.
  - 4 - ازدياد حجم وقيمة البحث والتطوير ضمن خدمة الصناعات والخدمات المعلوماتية.
  - 5 - أصبحت المعرفة عالمية الطابع ولكن إمكانات الوصول إلى المعرفة تتحكم به الدول المركزية والصناعة للمعلومة.
- ومن هنا أخذت الصحافة تشهد نوعاً من توفيق أوضاعها مع ما أفرزه العصر الرقمي من متغيرات ويبرز ذلك في عدة نقاط منها:

(70) السيد السعيد - إستراتيجيات إدارة الأزمة والكوارث - دار العلوم - القاهرة - ط1 - (2006) - ص (77).

[أ] - أخذت تميل الصحف إلى التحليل على نحو أكبر من الميل إلى عرض الأخبار نتيجة المنافسة الشديدة من وسائل الإعلام الأخرى وعدم قدرة الصحف بحكم مواعيد صدورها وتوزيعها على مجاراة المنافسة لذلك تستعويض الصحف عن سبق الإخباري بالاهتمام بجانب التفسير والتحليل ومنح خلفيات غزيرة للقصص الإخبارية التي تتناولها، وتعزيز جوانب الإقناع كخاصية من خصائص الإعلام المطبوع، والاستفادة من مصادر المعلومات وسهولة الوصول إليها وزيادة معدل العمق المعلوماتي في القصص المنشورة لذلك يكون تأثير الصحافة على الجمهور والرأي العام في تغير اتجاهاته أكثر إقناعاً وتأثيراً من باقي وسائل الإعلام.

[ب] - أخذت الصحف تميل إلى نشر المعرفة المتخصصة في مجال اهتمام ضيق هو أحد الحلول المطروحة أمام الصحف في ظل صعوبة تقديم محتوى وتنوع يرضي جميع القراء<sup>(71)</sup>.

[ج] - اتسع نطاق التغطية الإخبارية، ويبرز هذا الاتساع في المجال الجغرافي من خلال قدرة الصحف المنشورة إلكترونياً في الوصول إلى قراء من أقاصي الأرض، فبدخول شبكة الإنترنت مجال الصحافة تزايد الإقبال على النشر الإلكتروني وفي الوقت نفسه ظهرت الصحف الإلكترونية مما ساعد الصحف على الشيوع والانتشار ووصولها إلى قراء عديدين كان يتعذر وصول الصحف بصيغتها الفيزيائية إليهم.

[د] - اعتماد الصحف على تقنيات العصر الرقمي أفرز الحاجة إلى صحفيين «وكادر عمل» مؤهلين ومدربين وقادرين على التعامل والتفاعل مع التقنية الرقمية التي تعد الحاسبات الآلية جوهرها فضلاً عن مدارات المعرفة العامة، وما ينبغي أن يحيط به من معارف وموهبة وقدرة لتأدية مهامه على أكمل وجه والتعامل مع الحدث ودقة الملاحظة واقتناص موضوع الكتابة ونظراً إلى تشعب هذه المهارات أصبح الميل إلى تطبيقات متخصصة معلماً من معالم الصحفي المعاصر.

[هـ] - أسهمت قوة التكنولوجيا في التعريف على المستوى الدولي بقضايا هي أصلاً محلية لقدرة وسائل الإعلام والاتصال على نشر الخبر على نطاق واسع والتعريف بقضايا ليس لها نصيب بالظهور لولاها، بل تسهم في تسريع دورتها<sup>(72)</sup>.

كما لاحظنا تأثير ودور الصحافة في الرأي العام هناك أيضاً دوراً هاماً في ذلك يتجلى في:

1 - التأثيرات الاتصالية على وسائل الاتصال:

[أ] - إن التكنولوجيا الاتصالية الجديدة لم تلغ وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بشكل أفضل.

(71) د. محمد خليل الرفاعي - إدارة المؤسسات الصحفية - الناشر: جريدة الديور - ط1 - (2007) - ص (224 - 228).

(72) د. محمد خليل الرفاعي - إدارة المؤسسات الصحفية - مصدر سابق - ص (229).

[ب] – على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن لها سمات مميزة مثل:

التفاعلية، اللامجاهيرية، اللاتزامنية، قابلية التحرك أو الحركية قابلية التمويل، قابلية التوصيل، الشبوع أو الانتشار الكونية.

[ج] – إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال – خاصة في مجال الإرسال – والاستقبال التلفزيوني – كان لها آثارها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة.

[د] – إن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة ساهمت في رفع مستوى جودة الإنتاج الإعلامي النهائي.

2 – التأثير على الجمهور:

[أ] – تعدد القنوات للاتصالات المتاحة أمام الجمهور.

[ب] – إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال كان لها تأثير على عادات استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

[ج] – إن الإنسان قد تحرر ولأول مرة – بفضل التكنولوجيا الاتصالية – الراهنة من قيود حجم الرسالة بحيث يمكنه أن يختار من المضمون المقدم ما يريد وفي الوقت الذي يريد<sup>(73)</sup>.

3 – البريد الإلكتروني: ويتيح هذا النظام توجيه أو استقبال رسائل متعددة من وإلى أشخاص مختلفين عبر مسافات بعيدة في وقت واحد وسوف يتم مزيداً من التعرف به في الجزئيات الخاصة بها.

4 – الإنترنت: فكرتها ارتباط مجموعة مهولة لاسلكياً من الحاسبات الإلكترونية في القرية الكونية بعضها ببعض بغض النظر عن نوعها وحجمها عبر جهاز إلكتروني مرتبط بحاسب آلي يسمى «المودم» المعدل والذي من خلاله يرتبط كل حاسب بأخر باستخدام الخدمات الهاتفية العادية، ويستطيع أن يرسل أو يستقبل المستخدم له أي معلومة يريدتها بالصوت والصورة وذلك على مدار الساعة، وليس بالسهل تقديم تعريف شامل لها، وذلك لتعدد الرؤى والتفسيرات لها حسب الاستخدام لها وما تقدمه من منافع وفوائد للمستخدم لها، إذاً فهي «عملية تتم بطريقة إلكترونية دون تدخل بشري»، ولذلك فليست هناك مؤسسة تدعى إنترنت «الشبكة العنكبوتية الدولية» وإنما هي وسيلة تواصل إلكتروني بين أي شبكة معلومات وأخرى في العالم<sup>(74)</sup>.

ومع تطور نظام الإعلام الجماهيري لا يمكننا إن نتجاهل الدور الأكبر لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية في عمليات التأثير والتغير الواضحة في الرأي العام، حيث

(73) د. عبد الباسط محمد عبد الوهاب – استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني – المكتب الجامعي الحديث – نيسان (2005) – ط1 – ص (45).

(74) د. عبد الباسط محمد عبد الوهاب – استخدام تكنولوجيا الاتصال – مصدر سابق – ص (167).

أصبح النظام الإعلامي يضم إضافة إلى الصحف، المذيع المسموع «الراديو» والمذيع المرئي «التلفزيون» والأفلام السينمائية، والمنشورات الدعائية والإعلانات ووكالات الأنباء... الخ وأصبحت جميع وسائل الإعلام تتلقى وترسل معلومات متنوعة ومتماثلة باتقان، وهناك قنوات اتصال للحقل الإعلامي يتم بواسطتها إيصال المعلومات وتوزيعها إلى ملايين الناس فضلاً عن توزيع المنتجات الاستهلاكية الأخرى<sup>(75)</sup>.

وباستعراض اتجاهات هذه الدراسات يلاحظ أنها اهتمت برصد سمات عامة للدور الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام وقت الأزمات بحيث تشمل التغطية الإخبارية لأحداث وتطورات الأزمة وبعض العناصر العامة التي تساعد على فهم أبعادها واحتواء آثارها وتوعية الرأي العام بكيفية التعامل معها ومن هذه العناصر:

1 - فورية نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة وتطوراتها وآثارها المختلفة.

2 - الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمات وتطوراتها.

3 - الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية التلفزيونية بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها.

4 - البعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها وبين الرأي العام<sup>(76)</sup>.

5 - الاهتمام بالوصول إلى موقع الأحداث وإجراء الحوارات مع الشهود ومع المسؤولين والشخصيات الرسمية وكذلك الخبراء والسياسيين والمفكرين لربط المعلومات بعضها بعضاً ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة.

6 - تحديث وسائل العرض بالنسبة للتلفزيون، والاهتمام بالمادة المصورة لجذب الجمهور إلى التغطية التلفزيونية الوطنية نظراً للمنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام الدولية «الفضائيات» وقت الأزمة.

وبذلك فإن التساؤل الإعلامي للأزمات يجب أن يمر بثلاث مراحل يلعب الإعلام دوراً محدداً في كل مرحلة:

[أ] - مرحلة نشر المعلومات في بداية الأزمة ليوكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها.

[ب] - مرحلة تفسير المعلومات: أي تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة، وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال أمام كل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية مفسرة أو من تحليلات وآراء للخبراء وكذلك لموقف المسؤولين وصانعي القرار اتجاه الأزمة واحتواء آثارها.

[ج] - المرحلة الوقائية مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى

(75) حميد جاعد محسن الدليمي - علم اجتماع الإعلام - دار الشروق - ط1 (2006) - ص (33).  
(76) د. هويدا مصطفى - الإعلام والأزمات المعاصرة - دار مصر المحروسة - القاهرة - ط1 - (2008) - ص (30).

الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة<sup>(77)</sup>.

ومع وضع تصورات بديلة وسيناريوهات مختلفة تتعامل مع الأزمة القائمة ومع التطورات التي يمكن أن يطرأ عليها، ففي دراسة حول الأسس النظرية لتعامل الإعلام مع الأزمات وضع الباحث تصوره للإدارة الإعلامية للأزمة في إطار أن التفاعل مع أي حدث له طبيعة خاصة تقتضي وجود فريق إعلامي يستطيع التعامل مع الأزمة ويلتزم بعناصر إستراتيجية. نظم الاتصال الخاصة بإدارة الأزمات:

تستخدم نظم الاتصال للتنسيق بين المستويات الإدارية المختلفة ضمن الدولة أو بين الأطراف المعنية مباشرة بالأزمة أو بين أطرافها وأطراف أخرى يمكن أن يكون لها دور إيجابي في تطويق تداعياتها، كما أن نظام الاتصال يجب أن يؤمن انسياب المعلومات ودقتها وسرعتها وسلامة تدفقها بين المستويات الإدارية المختلفة وهذا يتطلب نظم اتصال متطورة، وقنوات اتصال مفتوحة لتشمل الميادين التالية:

1- بين المصادر المختلفة للمعلومات وإدارة الأزمة وبين هذه الأخيرة ووحدة معالجة المعلومات.

2 - بين أعضاء وحدة معالجة المعلومات لتفسيرها وتقويم البدائل.

3 - بين الوحدات السابقة والمجموعات المعنية بالإشراف على إدارة الأزمة.

4 - بين مدير فريق الأزمة والدول الحليفة والصديقة للتشاور في شأنها.

5 - بين مدير فريق الأزمة والأجهزة التنفيذية المعنية بها.

ويتم استخدام الاتصال نموذجاً لإظهار الخصائص الأساسية للأزمة وتحديد حجمها وأبعادها وحاضرها وأجزائها والقوى التي تعينها الأزمة، والقوى التي تقف على الحياد وتحديد المواقف المختلفة للأطراف المعنية بالأزمة.

وتستخدم وسائل الاتصال المتعددة مثل: أجهزة الليزر لنقل الصور السمعية والمرئية بشكل فوري وسريع، ووسائل الاتصال اللاسلكية الفاكس البريد الإلكتروني ووسائل التنصت، الرصد، التتبع والمتابعة ووسائل الارتباط الخطي المباشر مع شبكات المعلومات وأجهزة الحاسوب وغرف العمليات والأجهزة الأخرى المختصة<sup>(78)</sup>. إن نظم الاتصال المتطورة تؤمن للمشرف على إدارة الأزمة القدرة على التكيف السريع مع:

[1] - التغييرات في النظم القائمة والمستجدة.

[2] - المعلومات الجديدة والمستجدة.

[3] - مسح التغييرات في التقديرات.

[4] - مسح التغييرات في القرارات.

[5] - مسح التغييرات في الأفعال والتصرفات.

(77) د. هويدا مصطفى - الإعلام والأزمات المعاصرة - مصدر سابق - ص (31).  
(78) د. ماجد محمد شهود - إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة - ص (186).

[6] - مسح التغيرات في النتائج.

[7] - مسح التغيرات في القيم.

مما تقدم نجد أن لنظم الاتصال في إدارة الأزمات وظيفة ذات أهمية خاصة تتجسد في ضمان الاتصال الفعال وتأمين حرية التصرف وسرعته وفاعليته<sup>(79)</sup>.  
الأمته وأثرها في إدارة الأزمات:

تحتل الأمته المركبة مكانة أساسية في إدارة الأزمة بحلقاتها المختلفة نتيجة للثورة العلمية التقنية التي برزت بعد الحرب العالمية الثانية كما أنها إحدى التعبيرات عن هذه الثورة.

وهي نتيجة لتطوير العلاقة بين «الإنسان والتقانة» أي الاعتماد على الآلة وحدها في تنفيذ وظيفة القيادة ومهامها المختلفة.

ويرتبط جوهر الثورة العلمية - التقنية الحديثة ارتباطاً وثيقاً بأمته الإنتاج وبالانتقال من الإنتاج «الممكن» إلى الإنتاج الآلي المركب، فالأمته من جهة هي المؤشر لنجاحات العلم والتقنية، ومن جهة ثانية هي المؤشر المنظور لإنجازاتها. فالأمته هي تنوع للتقدم التقني الحديث وذروته المثلى في وقتنا الحاضر هي عملية إنتاج شيء ما بواسطة الأجهزة الفنية لتأمين وظائف القيادة، بحيث تحل الأجهزة والأنظمة الفنية القيادية محل الإنسان في عمليات القيادة، وتزيد من فاعلية نشاطه وتعد الأمته بالنسبة لقيادة الأزمة عملية تكوين إدخال الآلات الحاسبة الإلكترونية في عمل «القيادات المختلفة المسؤولة» عن إدارة الأزمة بحيث تستخدم الأجهزة الفنية المتطورة ذات الفاعلية الكبيرة لتأمين المعلومات وتحليلها بهدف رفع أداء القوات وزيادة فاعلية قيادتها<sup>(80)</sup>.

دور وسائل الإعلام عند وقوع الأزمة:

يتحدد موقف وسائل الإعلام من المؤسسة والأزمة التي وقعت من خلال التغطية الإعلامية وما قدمته من أخبار ومعلومات عبر توجهاتها في هذا الشأن والتي تتأثر بدورها بعدة جوانب منها ما يتعلق بحجم العلاقة ما بين الوسائل الإعلامية والمؤسسة المعنية في الأوقات العادية قبل حدوث الأزمة، ومدى اهتمام الأخيرة بإجراء اتصالات مع الإعلاميين لإطلاع الجماهير على الحدث بشكل جيد وما تواجهه المؤسسة وما تحققه من نجاحات وتطورات، كما أن التغطية الإعلامية للأزمة تتأثر بسياسة الوسيلة الإعلامية ذاتها والأساليب التي تتبعها في العمل الإعلامي. فضلاً عن مدى مواجعتها للضغوط والتأثيرات الخارجية، وتتأثر كذلك بكمية المعلومات المتاحة لها عن الأزمة وما تقدمه المؤسسة لها من معلومات وبيانات وتعد الأحداث السيئة مصدراً فعالاً وحيماً للأخبار الجيدة لبعض وسائل الإعلام لدورها في جذب انتباه القراء والجمهور وزيادة مبيعاتها، لذا فهناك عدة نواحي يجب التحسب لها ومنها:

(79). المرجع السابق، ص 188.  
(80) د. ماجد شهود - المصدر السابق - ص (298).

- 1 - وسائل الإعلام تكون في وضع منافسة فهي حريصة على الوصول إلى المعلومات بسرعة من خلال تحقيق السبق الصحفي.
- 2 - التركيز على بعض جوانب الأزمة حسب مصالحها وتوجهاتها.
- 3 - طبيعة العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والإدارة المعنية بالأزمة.
- 4 - وسائل الإعلام تهتم أكثر بالأخبار الطارئة سريعة الحدوث.
- 5 - تحاول وسائل الإعلام الحصول على التأكيد والتأييد لتقاريرها بأي شكل من الأشكال.

6 - ضرورة بناء علاقة جيدة مع وسائل الإعلام للاستفادة من إمكانياتها وإطلاع الجمهور على الحقائق بشكل جيد.

وأحياناً يكون موقف وسائل الإعلام ضد المؤسسة، بل وقد يخلق أزمات عديدة لها بما يؤدي إلى اهتزاز الصورة الذهنية لها عند الجمهور وفقد مصداقيتها، فوسائل الإعلام بإمكانها إثارة الرأي العام من واقع نشرها للأخبار، وبالتالي انتشار الشائعات، فضلاً عن أنها تحاول الوصول إلى تفاصيل وأسباب الحادث قبل انتهاء التحقيقات الفنية والقانونية من أعمالها، وقد يكون دورها وموقفها إيجابياً ومسانداً للمؤسسة من خلال إيجاد نوع من التحفيز لدى الجماهير للمساعدة في إدارة الأزمة واتخاذ السلوكيات المرغوبة لاحتواء أضرارها وخلق الترابط بين فئات الجمهور والرد على الشائعات المغرضة وتنوير الرأي العام بالحقائق والأحداث الصحيحة وإجراء التوعية المستمرة وتنبيه الجمهور لما قد يحدث مستقبلاً، فضلاً عن دورها البارز في نقل اهتمامات الجمهور وما يتعلق به من أمور إلى متخذي القرار داخل المؤسسات.

إن موقف الإعلام يختلف من وسيلة إلى أخرى عند تغطيتها لأحداث الأزمة والمؤسسة ولكي يتم تحديد موقف تلك الوسائل فعلى المؤسسة أن تبادر بعقد مؤتمر صحفي للإعلاميين وتمدهم بالمعلومات الصحيحة وما حدث بالفعل، لنشر التغطية الإعلامية المناسبة.

ويحظى الإعلام بمظاهره المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة بأهمية كبير وتأثير فاعل في الأزمات وإدارتها، وهو في الوقت نفسه أداة من أدوات تجهيزات إدارة الأزمات ويمارس الإعلام خلال الأزمة مهام مزدوجة:

المهمة الأولى - إخبارية: وتستهدف تغطية الأزمة ومتابعة تطوراتها المختلفة والتعريف بنتائجها بهدف صياغة وعي داخل الدولة يشمل الرأي العام والمؤسسات والإدارات والأجهزة التنفيذية المختصة بهدف تفعيل هذه الجهات للتصدي للأزمة بقوة وتطويقها.

المهمة الثانية - توجيهية: وتستهدف تأمين الدعم اللازم من الدول والقوى المعنية بالأزمة والمهتمة بها، والإعلام الجيد هو الإعلام القادر على إثارة اهتمام جميع الجهات السابقة وغيرها أيضاً بالأزمة بتزويدهم المستمر بالأخبار والحقائق والمعلومات

والبيانات اللازمة عن الأزمة وتطوراتها وتداعياتها المختلفة التي يجب أن يتم إعدادها وفق الاعتبارات التالية:

- [1] - بشكل يستجيب للأهداف المحددة.
- [2] - بمحتوى ومضمون يحققان الفائدة منها.
- [3] - تقديم المعلومات في الزمان المناسب.
- [4] - تقديم معلومات وآراء وأفكار وتنبؤات محددة تشكل داعماً للدولة في تعاملها مع الأزمة.
- [5] - يجب أن يشارك في هذه العملية باحثون ومختصون من ذوي المعرفة الواسعة بالأزمة وتطوراتها.

ويستهدف الإعلام في نهاية المطاف جذب الانتباه للأزمة وإثارة الاهتمام بها وصياغة ووعي مناسب يرسخ تصرفات وسلوك محدد يساعد في التعامل مع الأزمة ويمكن القائد من التعامل الفاعل معها وتطبيق نتائجها السلبية وتحقيق الأهداف<sup>(81)</sup>.

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين تحولاً كبيراً في مجال الاقتصاد الدولي، حيث استخدم عديد من المنظمات إستراتيجيات الدمج في كيانات اقتصادية عملاقة، وأدت هذه الاندماجات إلى استحداث أساليب اتصالية تواكب انفتاح الأسواق العالمية، وتتيح تدفق المعلومات وتبادلها بشكل فوري، وقد تعرضت منظمات كثيرة إلى أزمات نتيجة الرغبة الملحة لوسائل الإعلام في الحصول على معلومات عن تطورات هذه الأزمات، ولا بد من تزويدها بسرعة بالمعلومات، والحذر من تقديم معلومات مغلوبة أو غير متكاملة نتيجة مزاولة الأنشطة في مراكز عديدة، وحيث إن حجب المعلومات يؤدي إلى فقدان ثقة المستثمرين في المنظمات الاقتصادية عند مواجهة الأزمات، فإنه قد يتسبب في انهيار أسعار الأسهم مما يضاعف من آثار الأزمة على المنظمات الاقتصادية. وهنا يظهر جلياً دور ما يسمى بالدبلوماسية الشعبية والتي تعتمد على النشاط البشري لتغيير المفاهيم والوظائف الاجتماعية في أي مجتمع بشري، وتفعيل هذه الوظائف بعضها بعضاً عن طريق الاتصال الشخصي بأسلوب مقبول على المستوى الشعبي، لأن الدبلوماسية هي باب مفتوح للتجاوز والتبادل والتواصل الإنساني بكل صداقية ووضوح في الرسالة المنقولة شخصياً.

فالالاتصال الشخصي هو أحد أشكال الاتصال للحصول على المعلومة ولكن لا بد من التأكيد على أهمية الاتصال بوسائل الإعلام بشكل حتمي ومتكامل نظراً لإمكاناتها وحرفيته وقدرتها على نشر المعلومات بشكل أسرع.

طبعاً، الاتصال عملية تفاعلية إنسانية اجتماعية، خاصة إذا حدث الاتصال وجهاً لوجه استخدام اللغة المناسبة والمفهومة في الحوار، وتبادل المعلومات والأفكار بين الناس، فنحن نتأثر كأشخاص بالاتصال الحقيقي المباشر، كوسيلة أساسية لمعرفة

(81) المرجع السابق، ص 198 - 199.



الحقائق والشعور بردود الفعل الحقيقية السريعة تجاه القضايا والمواضيع المطروحة على طاولة النقاش والحوار في الاجتماعات.

«إن وسائل الإعلام المختلفة، بما فيها القناة الأكثر تأثيراً وهي الشبكة العنكبوتية التي نحصل خلالها على أحدث المعلومات والأخبار، سلحت الجماهير بأدوات التأثير في سير الأحداث والأزمات السياسية، كما أنها سهلت على القادة السياسيين عملية التواصل الشعبي مع الناس، بالإضافة إلى زيادة تأثير الرأي العام وسرعة وصوله إلى القادة السياسيين، ومن هذا المنطلق أصبح الاتصال الشعبي مع الجماهير في البلد المضيف، والتحدث المباشر معهم بالكيفية والمناسبة للوصول إلى عقولهم ومشاعرهم، أمراً ضرورياً لإنجاح مهمة البعثة الدبلوماسية».

«إن التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية السريعة في العالم تتطلب التخلص من الانغلاق على الذات والانعزال، والعمل بجدية تامة على التواصل مع الآخر من أجل توفير قدر كبير من التفاهم بين الشعوب» وتشكل وسائل الإعلام مفتاحاً نوعياً على الجمهور والعالم.

فلغة الحوار هي الطريق السليم في تصحيح المعلومات الخاطئة عنا بأسلوب إيجابي لبق ودبلوماسي يؤدي إلى خلق وتكوين علاقات تسودها المحبة والوفاء بين الطرفين.

ويقوم الاتصال بدور مؤثر عند مواجهة المنظمة للأزمات، فمن جهة يساعد على إدارة الأزمة بفعالية ونجاح، ومن جهة أخرى يحاول الحفاظ على صورة إيجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية.

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها. كذلك أشارت الدراسات العديدة إلى أن الأزمة عبارة عن مشكلة إدارية بالأساس إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي نتيجة انتشارها على مستوى عامة الناس وهو ما يعرف بالكشف العام.

ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على طبيعتها، ونوعيتها، وحجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد، والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني، ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيسي في تفاعلات الأزمة إيجاباً وسلباً، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي للدرجة التي جعلت الساسة ومتخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام في تقييم الأوضاع الراهنة وصياغة المواقف والتحرك<sup>(82)</sup>.

(82) أ. د. حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - ط1 (2005) - ص (146 - 147).

[2] - الإعلام في مواجهة الشائعات وتأثيره على متخذ القرار أثناء الأزمات:

### 1 - تعريف الشائعة و تصنيفها:

تمثل الشائعات أحد أدوات الحرب النفسية، وتستخدم وسائل الإعلام أحياناً الشائعات لتحقيق أهدافها. وهي تعد إحدى أدوات الحرب النفسية المعروفة. فالإشاعة من حيث التعريف: هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الصحة أو المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير على الرأي العام لأهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو عسكرية... ومن أهم خصائصها:

- سرعة انتشارها، فهي بمثابة وباء اجتماعي يعيد كافة أفراد المجتمع في أوقات محددة وهذا ما يزيد من خطورتها وتقليل إمكانية مكافحتها.
- صعوبة مكافحة الشائعة، فكما أن السكوت عنها يزيد من انتشارها وسرعة نقلها فإن محاولة تكذيبها يزيد من انتشارها حيث يجعل من لم يسمع بها يسمعها من جديد من قبل الجهة التي تحاول تكذيبها.
- وهي متعددة الوسائل ولا تعتمد على وسيلة بذاتها، فهي تنتشر بواسطة وسائل الإعلام، وعن طريق الحديث الشفهي.
- يزداد مفعولها في المجتمعات التي تعاني من تدني مستوى المعرفة ومن ضعف وسائل الاتصال.
- بما أن الشائعة تعني الترويج لأخبار مختلقة فإن عملية انتشارها مع الحروب والكوارث والأزمات يعد أمراً طبيعياً لما تهيئه هذه الأحداث من مناخات مناسبة.
- الإشاعات تتعدد بتعدد الحالات الإنسانية، فتارة تعبر عن آماني الإنسان، وتارة عن خوفه، وتارة عن كراهيته.. (83).

ويعطي «شيركوفين يو. أ.» توسعاً كبيراً في وصف الشائعات، إذ يحدد الشائعة بالخبر الذي يلبي رغبة أو يعوض حاجة سيكولوجية ما للناس غير الراضين بطرق أخرى زد على ذلك، الحاجة ليست بالضرورة لأخبار «بحثة»، «مجردة» أو يمكن أن تكون للإثارة، وتوقعاً لأخبار سيئة عن شخص ما... الخ الحاجة لأخبار حقيقية متنوعة من الحقيقة العلمية الثابتة، بشكل كامل إلى الحقيقة الموضوعية بشكل مطلق للشائعات في النهاية يمكن أن تولد خارج التوقع والانتظار أي عندما يصدم الناس بشيء غير مفهوم ولكن حسب تصوراتهم شيء مهم ويكتب أيضاً «شيركوفين» الشائعة يمكن أن تمثل خطورة إذا قاومناها بدون معرفة، بدون حذاقة، دون أن نقدم مجموعة كاملة من التدابير الوقائية وتدابير مضادة نشيطة تضاف إلى تكوين ودعم عال لفاعلية نظام الإعلام الجماهيري والدعاية التي تملك مواقف لها وزمنها في عيون الجماهير ومعروفة وآمال وحقيقة ثابتة واثقة.

(83) د. وجيه الشيخ، إعلام... ص 207 - 208.

وبشكل طبيعي إن النضال ضد الشائعات لا يمكن القيام به مجابهة وبشكل مباشر المهم في هذه القضية، القضاء على الأجواء والظروف نفسها التي تتغذى منها الشائعات.

وبشكل عام التحدث عن الشائعات كانعكاس متنوع لحياة المدينة تظهر في فراغ من نوع خاص «المثلث» تعد قمته:

[أ] - الاهتمام بالمادة.  
[ب] - النقص وعدم كمال الأخبار الرسمية عنها «وفي حالة استثنائية - الاختفاء الكامل لها».

[ج] - القوالب الجامدة «الستيريوتيب» الاجتماعية وأوضاع الجمهور الذي يحدد طابع ولون ومضمون الشائعة نفسها.

### وتقسم الشائعات إلى أربعة نماذج:

- [أ] - شائعة غير حقيقية بشكل مطلق.  
[ب] - شائعة غير حقيقية مع عناصر قريبة من الحقيقة.  
[ج] - شائعة قريبة من الحقيقة.  
[د] - شائعات حقيقية مع عناصر قريبة من الحقيقة<sup>(84)</sup>.

أنواع الشائعات:

تختلف أنواع الشائعات باختلاف أهدافها ومراميها، وتتنوع لتشمل: «البطيئة الزاحفة، والسريعة الطائرة، والفائضة الهجومية»، ثم تنقسم حسب موضوعها إلى إشاعة اتهامية، إشاعة فظائع مروعة، وإشاعة الخوف، وإشاعة فضول، وإشاعة كراهية، وإشاعة متمنية «الأمني»، وإشاعة جنسية، وإشاعة مثيرة للأعصاب، وإشاعة سياسية، وعسكرية، واقتصادية.

أساليب مكافحة الشائعات في وسائل الإعلام:

بما أن عامل الغموض والالتباس الذي يكتنف الوقائع والأحداث التي تدور في المجتمع يعد من أهم العوامل التي تساعد على خلق الشائعات وتعددتها، فإن أهم وسيلة لمكافحة هذه الظاهرة هو القيام بعمل مضاد لمنع وقوع حالات الالتباس والغموض ويحقق ذلك عملياً بتوافر وسائل الإعلام التي تبادر إلى معالجة المواضيع والمسائل وتقدم الأخبار والمعلومات الصحيحة عنها بدقة والكشف عن ملامساتها أمام الرأي العام، ويمكن اللجوء إلى الإعلانات الرسمية والمنشورات التي تدحض الشائعات، كما يمكن اللجوء إلى مصدر رسمي ومسؤول في آن واحد لدحض الشائعة بما يفيد الإقناع<sup>(85)</sup>.

تعتمد هذه الأساليب بالدرجة الأولى على الخبرة المتراكمة لدى المؤسسة وإدارتها للآزمة بمكافحة الشائعات والظروف المحيطة بها، إضافة إلى تقنيات الاتصال وكفاءة العاملين فيها، غير أن تحصين الوطن والمواطن وبناء الإنسان الواعي والمدرّك

(84) د. عطا الله الرمحين - الإعلام الاجتماعي في حياة مدينة - دار علاء الدين - ط1 - (2002) - ص (83).

(85) د. وجيه الشيخ، الإعلام.... ص 208 - 209.

لخطورة الشائعات وانتشارها أو نشرها بعد الحجر الأساسي في محاولة مكافحة الشائعات والتي يمكن أن تعتمد على الأسس التالية:

[أ] - تنمية الوعي بالشؤون العامة عن طريق نشر الخبر الدقيق والصحيح والصادق والموضوعي.

[ب] - نشر الحقائق وعدم التعقيم الإعلامي على الأخبار إلا ما كان يتعلق بالآداب والأخلاق العامة وقضايا الأمن الوطني.

[ج] - الاعتماد على الحوار في القضايا العامة بديمقراطية، ومرونة.

[د] - منح المواطن حق الإعلام للتعبير عن آرائه وأفكاره ضمن الضوابط والقواعد القانونية والدستورية من أجل بناء الوعي والشعور بالمسؤولية.

[هـ] - اعتماد أساليب الإعلام الموجه: التوعية في الصحافة، برامج موجهة في الإذاعة، عقد الندوات المفتوحة في التلفزيون لغرض وضع الحقائق أمام الجمهور وجعله يقوم بالاختيار الرشيد بين الحقائق الناصعة.

[و] - القيام بشرح أسباب الأزمة وإزالة كافة الظواهر التي قد يستفيد منها العدو.

فمن هناك تأتي معالجة وسائل الإعلام للشائعات أثناء الأزمة مهماً جداً بالطرق والأساليب التي ذكرناها سابقاً للمساهمة مع إدارة الأزمة في الحد من الشائعات وتطويرها<sup>(86)</sup>.

وإذا كانت كفاءة إدارة الأزمة تتوقف في جانب أساسي منها على كفاءة المنظمات في التعامل مع وسائل الإعلام - فإن هذه الوسائل تحتاج إلى أداء خاص أثناء الأزمات وحتى تقوم بدورها في تنشيط المنظمة لمجابهة الأزمة وكحلقة اتصال بين الجماهير وصانعي القرار السياسي القائمين على إدارة الأزمة والتي تجعل الأزمات تهدد النظام شيئاً واردة تظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعائم الأساسية في التعامل مع هذه الأزمات.

[3] - تأثير الشائعات على متخذي القرار أثناء الأزمات:

على فريق إدارة الأزمة أن يتحلى بسمات تتطلبها مواجهة الأزمة مثل: القدرة على العمل الجماعي والدقة والمرونة والهدوء والجدية والتحمل والشجاعة والجرأة في اتخاذ القرار والقدرة على الإنجاز وتقوم إدارة الأزمة بإعداد خطة الاتصالات ووضع السيناريوهات المحتملة والتدريب على تنفيذها ويتم توزيع المهام على أعضاء الفريق بحيث يؤدي كل فرد مهمة محددة مع تجنب التداخل بين المهام، لاسيما في طريقة التعامل مع وسائل الإعلام حيث أن عدم التعامل الصحيح مع وسائل الإعلام وحجب المعلومة الصحيحة عنها يمكن أن تكون أرضية خصبة لبث الشائعات.

ثالثاً: السياسات الإعلامية

في الأزمات و مفهوم الأزمة الإعلامية

[1] - مفهوم السياسة الإعلامية وتطورها:

(86) أ.د. حسن عماد مكاري - الدار المصرية اللبنانية - مصدر سابق - ص ( ) .

في بداية العقد الخامس من القرن الماضي بدأت الحاجة تظهر لوجود إعلام متخصص يخاطب الجماهير بمنظور التخصص بعيداً عن الشمولية التي اتسم بها المضمون في السابق، وتمثل ذلك في تطور تقنيات الوسائل وتعدد الحياة الاجتماعية وارتباط المجتمعات البشرية بالوسائل بشكل أكبر من ذي قبل لتلعب دور المصدر الرئيسي للمعلومات والترفيه على حساب نظم العلاقات الاجتماعية القديمة التي تميزت بالاتصال المباشر.

وجاء ظهور الإعلام المتخصص نتيجة لتطور علم الإعلام الذي بدأ يأخذ وضعه كحقل معرفي مستقل عن العلوم الاجتماعية الأخرى في بداية الخمسينات من القرن الماضي في إطار واسع شمل تطور الوسائل من جانب، ومن جانب آخر تطور المجتمعات البشرية، لذلك لم تكن مغامرة «ندتيرنر» في أوائل الثمانينات من القرن الماضي مستغربة، عندما أنشأ شبكة محلية - بل عالمية للأخبار - تبعه في ذلك شبكات للرياضة والأطفال فضلاً عن الوسائل المطبوعة التي سبقت التلفاز بفترة زمنية غير قصيرة.

كما أن ظهور الإعلام التخصصي كان مجرد استجابة لحاجة المتصلين لحرفية عالية في تحقيق أهدافهم الاتصالية، فلا يستغرب الآن وجود جامعات تعطي شهادات علمية في الإعلام الصحي والرياضي والأسرة وكذلك الإعلام الأمني مع بداية الألفية الثالثة.

فالإعلام الأمني في إطار هذه المقدمة هو فرع من فروع الإعلام المتخصص نشأ في الأصل نتيجة للحاجة إلى حرفيين متخصصين في إعداد رسائل توعوية ذات تأثير عالمي في المجال الأمني<sup>(87)</sup>.

ولهذا فإن الإعلام الأمني في مفهومه الظاهر له رجاله وخبرائه وهو يسهم في المقام الأول بحملات التوعية المتعلقة بالموضوعات الأمنية والتي منها الجريمة والتخريب والإرهاب والمخدرات كما يهتم أيضاً بدراسة الموضوعات الأمنية وتتعامل وسائل الإعلام معها مثل نشر أخبار الجرائم أو دراسة الصور الذهنية لرجال الأمن إلى آخر هذه الموضوعات بالإضافة إلى تعاملها بالتماس المباشر مع الأزمات والكوارث حين وقوعها إما لحماية المجتمع من آثار ونتائج تلك الأزمات أو قد تلعب دوراً آخر من شأنه تأجيج الأزمة ومضاعفة تأثيراتها على المجتمع وحينها يكون قد تحقق هدف مفجري تلك الأزمة أو غيرها وهذا هو ما يسمى بالدور السلبي لوسائل الإعلام في تعاملها مع الأزمات بالنسبة للمجتمع الذي تعصف به، بينما يعتبر دوراً إيجابياً بالنسبة لصانعي هذه الأزمة أو تلك.

وبما أن الفلسفة الإعلامية كانت هي الأصل والجذع في رسم السياسات الإعلامية، فإن الإستراتيجية الإعلامية الأمنية وما تتطلبه من سياسات وبرامج وخطط هي الفروع والأعضاء، ولذلك فإن الإستراتيجية توضع دائماً في ضوء الفلسفة واستناداً

(87) الإعلام الأمني - المشكلات والحلول / أكاديمية نايف العربية / الرياض - 1423 هـ - 2002 م - ص (26).

إليها: فإن السياسة الإعلامية تعني تركيباً معقداً من الأفكار والتوجهات والمشاريع والبرامج والخطط التي توضع في كل مجال من المجالات الحياتية للمجتمعات في ضوء الفلسفة والإستراتيجية الإعلامية ، ومن أجل تحقيق الأهداف المحددة تعتبر السياسة الإعلامية الأساس الذي تنتهجه وسائل الإعلام لإنجاز تلك الأهداف لذلك تطغى الاهتمامات اليومية العملية على الممارسات الإعلامية أثناء الأزمات بحيث تتركس جل اهتماماتها لوضع سياسات عامة تنظم الممارسة الإعلامية وتمنهجها وتحدد مساراتها وفقاً لنوع وخصائص وشدة كل أزمة.

وعليه فإن السياسات الإعلامية هي تكثيف للفلسفة العامة التي تضبط حركة المجتمع في المجالات كافة وهي بمنزلة الإدراك العميق والشامل والبعيد المدى لدور الإعلام في المجتمع فهي تقوم بتوضيح الإستراتيجية وترجمتها في مجال محدد، أما الخطط والبرامج فهي الترجمة العملية لنهجها في ضوء الظروف والإمكانات وعلى أساس المهمات المطلوب إنجازها في مرحلة معينة وفي مجال معين<sup>(88)</sup>. وتكمن إدارة الأزمات في صميم السياسات الإعلامية المختلفة حسب مالكتها ومحولها وعناصرها. ويمكن أن تتفرع أجزائها لتشمل الجانب الأمني والسياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي.

إن إستراتيجية الإعلام الأمني: تبنى على متابعة ما يبث في وسائل الإعلام الأجنبية فيما يتعلق بالدولة لاسيما في الأزمات السياسية بين الدول وحدودها، وتتبع شكاي وآراء المواطنين ورصد تطور الظواهر الإجرامية على كافة الأصعدة وقياس اتجاهات الرأي العام حيال القضايا الأمنية الراهنة ، وإعداد الحملات الإعلامية لمواجهة الظواهر الإجرامية والفكرية المتطرفة، ومتابعة ما يصدر عن جمعيات حقوق الإنسان والرد عليها وتصحيحها، وإنتاج أعمال فنية من شأنها التقليل من حدة الأزمات والتأثير المباشر في اتجاهات الرأي العام والاهتمام بمخاطبة جميع فئات الجمهور من خلال النشرات والدوريات لإيجاد التواصل مع الجماهير.

من خلال ما تقدم لابد لنا من الوقوف على تعريف ومفهوم الأمن و علاقته بالأزمات:

#### أ - الأمن: التعريف والمفهوم:

يمكن تفسير صعوبة تعريف الأمن بالأسباب التالية:

- الغموض، وربما الالتباس مازال يحيط بالظاهرة الأمنية.
- الطبيعة الخاصة بالحالة الأمنية باعتبارها حالة لديناميكية متطورة.
- اختلاف الموقع العلمي الذي تتم من خلاله النظرة إلى الأمن.
- عدم وجود وحدة المفاهيم المتعلقة بالأمن.
- الظاهرة الأمنية كالظاهرة الاجتماعية عموماً غير ملموسة وغير محسوسة ومن الصعب السيطرة عليها أو حتى تحديدها.

فالأمن يعني الطمأنينة والإحساس أو الشعور بأن النفس والحرية والعرض «الشرف» والمال في سلام وعدم توقع حدوث ما يعرضها للخطر، إما نتيجة السلوك

(88) د. أدیب خضور / تطوير الإعلام الأمني العربي - واقعه وآفاق تطوره - أكاديمية نايف العربية / الرياض - 1420 هـ - 1990م - ص (64).

الاجتماعي السوي أو نتيجة ليقظة الجهاز القائم على تحقيق الأمن أو نتيجة للردع الناتج عن ضبط كل خارج على القانون.

ويتفرع عن مفهوم الأمن عدة مفاهيم جميعها تصب في أمن الإنسان ومقدراته ومكتسباته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية الحضارية... الخ، وهي:

1 - الأمن القومي، 2 - الأمن الاجتماعي، 3 - الأمن البيئي، 4 - الأمن المائي، 5 - الأمن الغذائي، 6 - الأمن الثقافي، 7 - الأمن الإعلامي... الخ، من المفاهيم الأخرى للأمن. ويستدعي المفهوم الجديد متعدد الأبعاد للأمن:

- ضرورة رصد التحولات في المجالات المختلفة.
- رسم وتحقيق الإستراتيجية الأمنية في المجتمع حيث «أصبح الأمن حالة اجتماعية عامة».
- إحداث تبدل جذري في مفهوم المسؤولية الأمنية وبروز مفهوم المسؤولية التضامنية لتحقيق الأمن.
- لا بد من مساهمة الحكومات والأفراد معاً لتحقيق الأمن.

وبما أن الأزمات تهدد الإنسان والوطن بكل مكتسباته المادية والمعنوية والإنسان نفسه لذا جاء ارتباط الأمن بالأزمة، وجهدت المنظمات والدول والأفراد بوضع خطط وإستراتيجيات لإدارة الأزمات من العناصر الفعالة للحد من وقوع الأزمات واحتواء أضرارها وهو يعكس ثقافة المؤسسة ورؤيتها في التطوير والتحديث ولتكون المؤسسات والمنظمات على استعداد في أي وقت لمواجهة الأزمات وعلى دراية بما يتم من مراحل التخطيط الزمنية للأزمة قبل وأثناء وبعد وقوعها والغاية والهدف لحماية أمن الإنسان والوطن ومكتسباته من هنا جاء الارتباط الوثيق بين الأمن والأزمات.

[3] - الأزمة الأمنية والأزمة الإعلامية:

1- الأزمة الأمنية:

من بديهيات الأمور أن تعريف الأزمة الأمنية وإن توحد من الناحية اللغوية في المعاجم التي قد أجمعت على أن الأزمة تعني «الشدة، والضيق، والقحط» إلا أنه من الناحية العلمية والعملية قد تعددت تعريفاتها من قبل الباحثين ومنهم من عرف الأزمة الأمنية: بأنها تلك الحالة التي يستفحل فيها الحدث الأمني وتتصاعد فيه مكوناتها على مستوى التأزم الذي تتشابك فيه الأمور ويتعقد فيه الوضع إلى الحد الذي يتطلب معه ضرورة تكاتف جهود العديد من الجهات الأمنية لإمكان مواجهتها بحكمة وخبرة ومقدرة على احتواء ما يترتب عليها من أضرار.

ومنهم من يعرفها: «بأنها نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات، أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام بحيث تشكل تهديداً صريحاً وواضحاً لقاء المنظمة أو النظام نفسه».

ومنهم من يعرفها: بأنها حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قراراً ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أو إيجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة<sup>(89)</sup>.

(89) العميد د. أمين عاطف صليبا - الرياض - أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية - (2003).

## 2 - الأزمة الإعلامية:

يمثل الإعلام واحدة من حقائق العصر المتزايد الحضور والتأثير الفعال، وقد أصبح الإعلام بشكل عام بكافة وسائله المختلفة صناعة ورسالة. ويستورد الوطن العربي مستلزمات الصناعة الإعلامية كافة، وأصول وقواعد وتقنيات وأحياناً مضامين الرسالة الإعلامية الأمر الذي يعمق التبعية التكنولوجية والثقافية، ويقوم بتحقيق الأمن الإعلامي العربي على أسس أبرزها: إيجاد قدر من الصناعات الإعلامية - وتقديم خطاب إعلامي عربي غني ومتطور ومقنع وتعاون مثمر عربي - عربي في مجال إقامة الصناعات الإعلامية أو في مجال إنتاج المواد الإعلامية وتبادلها<sup>(90)</sup>.

وفي الفترة المعضلة من حياة الشعوب والأمم يعكس الإعلام طبيعة الدور السياسي للدولة والعلاقة بين الإعلام والرأي العام وتتوقف على حدود المساحة التي يسمح بها النظام السياسي للإعلام دوران متناقضان في تحديث وتنوير المجتمع أو إهائه وقد يكون مطلوباً في بعض الأحيان أن يحول الإعلام رأي الناس من القضايا الهامة الرئيسية إلى القضايا الهامشية والسطحية مثل كرة القدم والجنس كشكل من أشكال التخدير.

وتتضاعف خطورة الإعلام وقت الأزمات خصوصاً إذا كان يعكس رأي المسؤول وكأنه أهم ما في الأحداث قد يضطر السياسي لتمهيد لأحد القرارات الهامة أو المصيرية بعرض السيناريوهات الأخرى البديلة، ليسود اعتقاد بين الرأي العام بأن اختياره كان الأفضل أو أن تتحول الرسالة الإعلامية إلى بالون اختبار يصرح مذيع أو صحفي عن اتجاه معين لاتخاذ أحد القرارات ويثار النقاش حول الموضوع، وبعدها يقاس الرأي العام ومدى توافقه مع القرار فإذا كان لا يتوافق مع اتجاهات الرأي العام بصدد النظام بياناً ينفي إشاعة القرار الذي سعى لتميره والرد على الدعاية المضادة هو أحد وظائف الإعلام الخطيرة في الأزمات ولا بد توافر عوامل الصدق والسرعة والمبادأة في الدعاية المضادة خاصة في ظل عصر العولمة الذي يتسم بانتشار الفضائيات والسموات المفتوحة، لأن الرأي العام في الأزمات يكون متذبذباً ويلجأ للإعلام الخارجي للتأكد من مصداقية الخبر والإعلام العربي يتسم بصفة فائزة في الأزمات لا تتوافق مع ضرورة الاتزان بيقم بإبراز دور الدولة<sup>(91)</sup>.

وتبرز مشكلة توسيع وسائل الإعلام الجماهيري بوتيرة أسرع من وتيرة تأهيل الكوادر الفنية الصحفية الكافية والقادرة على مواجهة متطلبات ومستلزمات هذا التوسع، كما تبرز في جانبها النوعي المتمثل في الافتقار إلى الكوادر الإعلامية الكفوءة والمتخصصة في المجالات المختلفة والقادرة التي تزداد حدة وتعقيداً وتشابكها في المجالات كافة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية والكوادر القادرة

(90) العميد الركن مصطفى أنطاكي - رؤى وإستراتيجيات مستقبلية حول الإعلام - مركز الدراسات الإستراتيجية - دمشق - (2005) - ص (414).  
(91) العقيد أكرم محمود الشلي - مركز الدراسات الإستراتيجية - دمشق - (2007) - الأزمات العربية والعالمية - ندوة علمية - ص (39).



أيضاً على إشباع الحاجات الإعلامية لجمهور إعلامي يرتفع مستوى تعليمه ويزداد مستوى ثقافة وتعدد وتنوع، بالتالي حاجاته الإعلامية.

كما تمثل قضية نقل التكنولوجيا المستخدمة في وسائل الاتصال الجماهيري أيضاً واحدة من المشاكل الهامة في الوضع الاتصالي العربي فإن الإعلام العربي في الدول العربية تستورد وبدون وعي كبير جميع الأجهزة والأدوات والمواد المستخدمة في تحقيق وتنفيذ العملية الاتصالية في مختلف وسائل الإعلام الجماهيري ومن المؤكد أن التكنولوجيا ليست مجرد آلات ومعدات بل هي في جوهرها تحمل وتمثل قيم ونمط حياة وطرز سلوك المجتمعات التي أنتجتها، ومن المتعذر فصل أو عزل هذه القيم عن الأجهزة المادية<sup>(92)</sup>.

إن حرية الإعلام في العالم تمر بأزمة تتمثل أهم مظاهرها في احتكار الغرب لمصادر الأنباء كما أن نطاق التعددية والتنوع في وسائل الإعلام يؤدي إلى عدم قدرة الاتجاهات السياسية والفكرية على الحوار وهو ما يقلل كفاءة الديمقراطية في المجتمع. ظاهرة التحيز وصادقية وسائل الإعلام:

يعد عنصر التحيز في الأداء الإعلامي والممارسة الإعلامية أحد العناصر المقوضة لدعائم المصادقية التي تحظى بها الوسيلة الإعلامية ويعرف «هاكيتس» التحيز بأنه قيام الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية بوضع رأي ذاتي داخل ما يعتبر أنه تقرير يقوم على الحقائق ويضيف «هاكيتس» سمتين أساسيتين أولاهما نقص التوازن بين وجهات النظر المتعارضة في تغطية وسائل الإعلام، وثانيهما التي يعمل بها لطرف معين ويمكن أن نستعرض عدد من أشكال التغطية الإعلامية التي يظهر فيها التحيز على النحو التالي:

[أ] - تفضيل وجهة نظر معينة مع عرض الأدلة على صحتها.  
[ب] - عرض الحقائق والتعليقات بشكل مقصود، ولكن بدون بيان يوضح تفضيل وجهة نظر أخرى.

[ج] - استخدام اللغة بشكل يؤدي إلى تكوين الحقائق وإصدار حكم معين على أحد أطراف المنافسة في الصراع.

وتلعب عدد من العوامل دورها في تشكيل ظاهرة تحيز الأنباء منها روتين المؤسسة الإعلامية والقيود على إنتاج المواد الإعلامية بالإضافة إلى القيم الخيرية وكذلك الاعتماد المكثف على مصادر الأخبار التي تنتمي إلى حد جانبي الصراع<sup>(93)</sup>.

النظم الإعلامية ومصادقية وسائل الإعلام:

وفي هذا الإطار وفي سياق المرجعيات السابقة نتحدد أبعاد تقييم أداء وسائل الإعلام والصورة الذهنية التي تنتج عن أدائها لدى الجمهور، وهذا الأداء هو الذي يحدد توقعات الجمهور عن الأدوار التي تقوم بها هذه الوسائل في المجتمع وخصائص المحتوى الذي تقدمه إلى جماهيرها وتحمل السلطة المسئولية الأكبر في وضع

(92) العقيد الركن أيمن أحمد شعبان - مركز الدراسات الإستراتيجية - دمشق - (2007) - ص (62).  
(92) د. هويدا مصطفى - الإعلام والأزمات المعاصرة - دار مصر المحروسة - القاهرة - ط1 - (2008) - ص (167).

الضوابط والقيود التي تؤثر في هذا الأداء أو تحريره من هذه القيود ولذلك كانت علاقة السلطة بوسائل الإعلام خلال مراحل التطور المختلفة موضوعاً للبحث والدراسة ومعياراً لمدى مصداقية وحرية هذه الوسائل<sup>(94)</sup>.

أزمة الإعلام مع الأجنحة وحراس البوابات:

منذ بدايات تاريخ الإعلام وحتى الانفجار الحديث لثورات الاتصالات عرفت حرية الفكر مراحل متتابعة، تنفرد كل مرحلة منها بسياق معين يحدد بشكل حاسم، طرائق وكيفيات ممارسة تلك الحريات بما يتلاءم مع المبادئ والمثل التي يحتضنها هذا السياق، بالنسبة لمفاهيم حرية الفكر تخدم من خلالها سياسة المرسل وأجندته الإعلامية فننوات الاتصال بمثابة بوابات نفاذ وعند هذه البوابات يقف الرقيب أو الحراس ليمارسوا سلطة المنع أو الفلترة وفق ضوابط معينة تقررها الجهات المحكرة يفترض بها ألا تحدث خرقاً لمعايير المهنة وحقوق الاتصال، لكن احتكار معظم الإعلام العربي وطبيعة التشريعات والنظم التي تحكم عمله منحت الرقيب العربي مواصفات غير مألوفة في النشاط الإعلامي وسلطات واسعة النطاق أحياناً غير مقيدة على الإطلاق فكما أوضحت «د. فريال مهنا»: «فإن قنوات الاتصال تحتوي بعض المناطق التي تؤدي دور البوابة ودور الحارس، فكوكبة القوى المتوضعة قبل منطقة الفلترة تختلف اختلافاً كبيراً عن تلك المتوضعة بعد منطقة الفلترة، هي عملية اصطفاء للمعلومات ترتبط بقواعد العمل والقواعد المهنية والتنظيمية أكثر مما ترتبط بتفصيلات شخصية في حين يتضح من دراسات حول العمل الإعلامي العربي فحارس البوابات في البنية الإعلامية العربية لا تخضع قط لقواعد عمل وقواعد تنظيمية أو متطلبات مهنية كفعالية ومتطلبات الزمان والمكان وجودة الإنتاج والمصداقية والشفافية ولا يلتزم بمعايير منطقية وعقلانية للأولويات ولا يتفقد البتة بمدى معلومية أو عدم معلومية المادة الإعلامية، ولا يهتم بضرورة تجاوز التقديرات الشخصية والمزاجية ذلك لأن هذا الحارس لا علاقة له أصلاً بالمهنة ولا يدرك ضرورتها وقوانينها ولا تعنيه جودة منتجاتها بتموضع خارج إطار الفعل الإعلامي ويخضع له عدداً من المنفذين داخل المؤسسة الإعلامية تنحصر مهمتهم في الإشراف على تنفيذ عمليات الفلترة التي قررها استجابة لمعايير لا وجود لها في العمل الإعلامي<sup>(95)</sup>.

العلاقة التفاعلية بين الإعلام الأمني والوسائل الإعلامية المختلفة أثناء الأزمات:

إن الدور التفاعلي بين الإعلام الأمني والوسائل الإعلامية متمثلة في التلفزيون والسينما والإذاعة والصحافة والفيديو والإنترنت.. إلى ضرورة تأكيد الدور الإيجابي الفعال لوسائل الإعلام المختلفة سواء المرئية أو المسموعة أو المقروءة بهدف دعم رسالة الشرطة في المجتمع من خلال التنسيق والترابط والتكامل بين الأجهزة الشرطية

(94) د. هويدا مصطفى - الإعلام والأزمات المعاصرة - دار مصر المحروسة - القاهرة - ط1 - (2008) - ص (163).  
(95) د. تهامة الجندي - الإعلام العربي وقلق الهوية - حوار الثقافات - دار نينوى - ط1 - (2005) - ص (152).

والإعلامية لإنجاح دور الإعلام الأمني في المجتمع وفي الوقت ذاته معالجة السلبيات الخاصة بهذه الوسائل من خلال التوعية الأمنية<sup>(96)</sup>.

الدور التفاعلي بين الإعلام الأمني و وسائل الإعلام أثناء الأزمات:

تقتضي ضرورة التأكيد على الدور الإيجابي الفعال لوسائل الإعلام المختلفة «المرئية - المسموعة - والمقروءة» بهدف دعم الرسالة المتوخاة في المجتمع ولاسيما أثناء الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة من خلال التنسيق والترابط والتكامل بين الأجهزة الشرطية والإعلامية لإنجاح دور الإعلام الأمني في المجتمع وفي ذات الوقت معالجة السلبيات الخاصة بهذه الوسائل من خلال التوعية الأمنية وإعطاء المعلومات الصحيحة والدقيقة عن الأزمة لوسائل الإعلام الأخرى.

ويقوم الإعلام الأمني بدور مؤثر عند مواجهة المنظمة للأزمات فمن جهة يساعد على إدارة الأزمة بفعالية ونجاح ومن جهة أخرى يحاول الحفاظ على صورة إيجابية للمنظمة تجاه الجماهير الداخلية والخارجية.

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها من معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها<sup>(97)</sup>.

وهنا يأتي دور الإعلام الأمني باختيار الوسائل الإعلامية التي سيتعامل معها ويزودها بالمعلومات الدقيقة والصحيحة عن الأزمة فهو يختار الوسائل التي لديها انتشار واسع بين الجماهير ويحدد نوعية الجماهير التي سيتوجه إليه وطمأنته بالإضافة إلى طمأنته وقد تعرضت منظمات كثيرة إلى أزمات نتيجة الرغبة الملحة لوسائل الإعلام في الحصول على معلومات عن تطورات هذه الأزمات وواجهت تلك المنظمات مشكلة الرغبة في تلبية حاجة وسائل الإعلام في تزويدها بسرعة بالمعلومات، والحذر من تقديم معلومات مغلوبة أو غير متكاملة نتيجة مزاوله الأنشطة في مراكز عديدة، وحيث حجب المعلومات يؤدي إلى فقدان ثقة المستثمرين في المنظمات الاقتصادية عند مواجهة الأزمات.

ويتم التعامل مع الأزمة إعلامياً وفق طبيعة الأزمة، نوعيتها، حجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني، ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيسي في تفاعلات الأزمات إيجاباً وسلباً، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي للدرجة التي جعلت الساسة متخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام في تقييم الأوضاع الراهنة وصياغة المواقف والتحركات. وإذا كانت كفاءة إدارة الأزمة تتوقف في جانب أساسي منها على كفاءة المنظمات في التعامل مع وسائل الإعلام. فإن هذه الوسائل تحتاج إلى أداء خاص أثناء الأزمات من خلال المعلومات الدقيقة والصحيحة التي تحصل عليها

(96) د. جاسم خليل ميرزا - الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - مصدر سابق - ص (291).

(97) د. حسن عماد مكاي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - ط1 - (2005) - ص (146).

من الإعلام الأمني التابع للمنظمة أثناء الأزمات حيث يتطلب دورها من أجل توفير قدر كبير من المعلومات المستمرة حتى يكون الرأي العام على دراية كاملة بأبعاد الأزمة، وحتى تقوم بدورها في تنشيط المنظمات لمجابهة الأزمة وكحلقة اتصال بين الجماهير وصانعي القرار السياسي والقائمين على إدارة الأزمة خاصة في ظل هذا العالم الذي تتصاعد فيه الطبيعة التنافسية والتي تجعل الأزمات التي تهدد النظام شيئاً وارداً تظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعامات الأساسية في التعامل مع هذه الأزمات.

[أ] - الانفتاح الضروري أثناء الأزمة:

إذا كان لا بد من أن يعرف الناس عن المشكلة التي تؤثر فيهم أو تؤثر على مصداقية المنظمة فلا بد من تقديم معلومات مكتملة بقدر المستطاع وخاصة لهؤلاء الذين تأثروا بالمشكلة بشكل مباشر، ويتضمن عنصر الانفتاح سرعة الوصول للجماهير، وإتاحة المعلومات دون حجب أو تضارب، والرغبة في الاستجابة لمتطلبات الجمهور.

[ب] - الصدق:

وهو السياسة الوحيدة التي تكسب المنظمة ثقة كافة الأطراف ويستوجب عدم حجب المعلومة عنهم.

[ج] - إظهار الاهتمام:

حين تقع المشكلة لا بد من إظهار الاهتمام بالمتأثرين بها في الداخل والخارج وشرح جوانب الأزمة حتى يتم حصر المشكلة.

[د] - الاحترام:

من خلال توفير الإجابة عن جميع الأسئلة من أي شخص من المتعاملين مع المنظمة والاستماع إلى أية اقتراحات أو مواجهة الانتقادات بقدر من الاهتمام والاحترام.

[هـ] - التعاون:

مع وسائل الإعلام من خلال مندوبيها وإمدادهم بكافة البيانات والإحصاءات من خلال الإعلام الأمني وتوفير سبل اتصالهم بمؤسساتهم الإعلامية.

[و] - المسؤولية:

من خلال التصدي للمشكلات وتحمل مسؤولية كافة التصريحات والبيانات بما تنطوي عليه من الاعتراف بحدوث أخطاء.

[ز] - تجنب الحساسية:

من خلال إعادة النظر في أسباب الأخطاء وتقبل النقد دون حساسية مسبقة<sup>(98)</sup>.

المتحدث الرسمي لإدارة فريق الأزمة وأهميته:

المتحدث الرسمي أو «الناطق الرسمي» هو الشخص المسؤول عن مواجهة الصحف وممثلي وسائل الإعلام للرد على أسئلتهم أو تقديم بيان صحفي أو تقرير إعلامي يتناول موقف المنظمة حيال حدث ما، أو أزمة معينة.

وقد سعت المنظمات في العصر الحديث إلى تعيين شخص واحد مسؤول رسمي لها للقيام بهذه المهمة وكذلك المؤسسات الكبرى والدول وفي منظمات الأزمات ومنها أجهزة الأمن يراعي وجود متحدث رسمي لها في الظروف العادية، أما في ظل الظروف الاستثنائية والأزمات فإن خطة إدارة الأزمة تتضمن تسمية وتحديد هذا

(98) أ. د. حسن عماد مكاوي - الإعلام ومعالجة الأزمات - مصدر سابق - ص (148).

المتحدث، تفادياً للتصريحات المتعارضة والمتناقضة التي قد ترد في أجهزة رسمية متعددة، كما أنه لا بد أن تحكم العلاقة بين المتحدث الرسمي وأجهزة الإعلام ضوابط محددة من أهمها<sup>(99)</sup>.

[أ] – إن وسائل الإعلام تريد أن تعرف ما حدث، وماذا ستفعل الأجهزة المعادية لمواجهة الأزمة وهي أسئلة تستوجب الدقة والحذر وإمام المتحدث الرسمي بالحقائق التفصيلية علماً بأن الاختلاف بين الحقائق التي يصرح بها المتحدث وتلك التي تلتقطها وسائل الإعلام بأساليبها الخاصة في كثير من الأحيان إلى التشكيك في مصداقية الأجهزة الرسمية المحلية بمجابهة الأزمة.

[ب] – إن التصريحات الرسمية ذات الطبيعة الفنية والقانونية لا بد من تحريرها بشكل دقيق وأن تلتزم وسائل الإعلام بإذاعتها أو نشرها كما قدمت علماً بأن أية تعديلات فيها كما تشير التجارب قد تقود على إحياءات واستنتاجات مركبة قد يصعب إن لم يكن من المستحيل تلافيها.

[ج] – الاعتراف بالأخطاء التي تحدث أثناء عمليات المواجهة لأن تسربها وكشفها من جهات أخرى قد تؤدي إلى تضخيمها بأكثر مما هو في واقع الحال إضافة على أن عدم الاعتراف بالأخطاء يقود إلى فقدان الثقة في الجهاز ككل.

[د] – أن يكون للناطق الرسمي القدرة على التعامل بموضوعية وعدم انفعال مع وسائل الإعلام التي تذيع أو تنشر أخباراً أو تقارير غير صحيحة أو غير مكتملة في معلوماتها، وأن يكون التوجه الإيجابي في مثل الحالات هو نشر الحقائق الصحيحة والكاملة.

[هـ] – أن تنشر الحقائق بالسرعة اللازمة متى تم التحقيق من صحتها تقويضاً لمناخ الغموض والانفعال الذي تضر فيه وتزيد الشائعات.

وفي حالات محددة يمنع المتحدثون الرسميون الصحافة من نقل الأخبار أو الأحداث وهذا التصرف يكون له تأثير سيئ على مستوى العلاقة بين المنظمة ووسائل الإعلام. إن واجب المتحدث الرسمي هو مساعدة وسائل الإعلام فإذا عمل كحاجز صلد سقط في وظيفته. وعلى المتحدث الرسمي أن يكون مقنعاً، وأن يحرص على إقامة علاقات جيدة مع مندوبي وممثلي وسائل الإعلام ولن يتأتى ذلك إذا كان يفهم حقيقة عملهم الصحفي، وكيف يفكرون؟

وكذلك فإنه من الضروري أن يكون لدى المتحدث الرسمي خبرة إعلامية مناسبة<sup>(100)</sup>. ويتعين على المتحدث الرسمي أن يتسم بالتعاطف والدقة والحذر وإجادة التعامل مع مندوبي وسائل الإعلام ويجب أن يحتفظ بالهدوء وعدم التوتر خاصة عند التعرض للهجوم والانتقاد ومن جانب الجماهير الخارجية ومندوبي وسائل الإعلام ويجب على الإدارة العليا للمتحدث الرسمي أن تمنح الثقة اللازمة له عند التعامل مع وسائل الإعلام وأن يكون اختيار المتحدث الرسمي وفقاً لاعتبارات موضوعية تتضمن المعرفة الكاملة

(99) الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث – العميد د. حمدي محمد شعبان – مصر – القاهرة – تشرين الأول – (1997).

(100) الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث – العميد د. حمدي محمد شعبان – مصر – أكتوبر – (1997).

بالمنظمة ونشاطها وخلفيتها التاريخية والقدرة على نقل صورة ذهنية إيجابية عنها وإدراك أهمية كسب ثقة وسائل الإعلام وامتلاك مهارات الاتصال والقدرة على التصرف في المواقف الصعبة. ويجب أن يخضع المتحدث الرسمي لتدريبات مكثفة مرتبطة بأساليب التعامل مع مندوبي وسائل الإعلام والقدرة على مواجهة الضغوط<sup>(101)</sup>.

ويجب أن تؤسس العلاقة بين قيادة الأزمة في موقع الأحداث وأجهزة الإعلام على درجة عالية من التفاهم والتنسيق وأن تتسم بالحيطة والحذر، من جهة أخرى ولعل من أهم القرارات عند وقوع الأزمة هو تعيين متحدث رسمي تكون مهمته بالدرجة الأولى تنظيم عملية الإعلام ووضع الحقائق أمام الرأي العام منعاً لتناقض الأخبار والتصريحات عند ترك الأمور دون تحديد ويجب أن يكون المتحدث في تعايش تام مع الأحداث وملماً بجميع الحقائق ومجريات أمور الأزمة كما يجب أن يكون دقيقاً في كل ما يصرح به وصادقاً فيما يقول، وذلك لأن اختلاف الحقائق التي يدلي فيها عن تلك التي يلتقطها الجمهور بوسائلهم المتنوعة يؤدي بالضرورة إلى التشكيك في مصداقية الحقائق، ومصداقية الجهات الرسمية عن إدارة الأزمة.

ولا يغرب عن البال فضول الناس لمعرفة ما يجري والتزام وسائل الإعلام أمام جمهورها بالبحث عن الحقيقة، ومن هذا المنطلق فلا يستبعد - في حالة غياب التصريح الرسمي الصادق - أن تخلق تلك الوسائل أخباراً لا أساس لها من الصحة وتقوم بتغليفيها بوسائل الإثارة وذلك للاستهال الإعلامي واليومي<sup>(102)</sup>.

إذاً تكون الوسيلة الفعالة لمواجهة الشائعات وتوعية المواطنين والجمهور الخارجي بنشر الأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة وتكذيب كل الافتراءات المغرضة التي تنال من سمعة المنظمة أو الدولة من قبل المتحدث الرسمي وفق التصريحات الرسمية المعدة بإحكام بحيث لا تؤثر سلباً على مسار العمليات «إن التصريحات الرسمية ذات الطبيعة الأساسية لا بد من تحريرها بشكل محدد وأن تلتزم أجهزة الرأي العام بإذاعتها أو نشرها كما قدمت علماً بأن أية تعديلات فيها كما تشير التجارب، قد تقود إلى إيحاءات واستنتاجات مربكة قد يصعب إن لم يستحيل تلافياها». وبما يجدر التنويه إليه هو ضرورة متابعة كل ما ينشر في وسائل الإعلام عن الأزمة وذلك لدحض ما قد يكون من افتراءات في وقتها المناسب، وألا نترك لتفاعل سلباً دون إيضاح لحقيقتها وبواعثها.

وواقع أن الخطة الإعلامية هي من أهم مقومات القيادة الناجحة في الأزمات، لذلك فإن من الأهمية بمكان أن تكون هناك سياسة إعلامية قبل وأثناء وبعد الأزمات وأن يضم فريق اتصالات الأزمة مجموعة من المتحدثين الرسميين يعبر أحدهم عن الواجهة الرسمية للمنظمة ويكون بمثابة الناطق الرسمي بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المتحدثين المعاونين الذين يستعان بهم في التعامل مع تلقي المكالمات الهاتفية

(101) أ. د. حسن عماد مكايي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - ط1 - (2005) - ص (124).

(102) العقيد د. فهد أحمد الشعلان - مواجهة الأزمات - منظور إداري - إصدارات أكاديمية نايف العربية.

ومقابلة بعض مندوبي وسائل الإعلام المحلية، في حين يتولى الناطق الرسمي مهام التعامل مع وسائل الإعلام القومية والدولية<sup>(103)</sup>.

ويمكن القول أن المتحدث الرسمي هو من أكثر العناصر الأساسية أهمية إنه الناطق المتحدث باسم المنظمة ويتولى المهام الاتصالية بالجمهور ووسائل الإعلام ويعرف المتحدث الرسمي على أنه الوجه الرسمي للمنظمة والذي يتعامل مع الجمهور وأطراف الأزمة، ويضع رسالته للرد على استفسارات الجمهور، ومطالب وسائل الإعلام المختلفة وإعداد الرسائل المتنوعة التي تتناسب مع فئات هذا الجمهور.

وعادة ما يكون المتحدث الرسمي في حالة الأزمة هو رئيس المنظمة حيث يتوافر لديه القدرة والشجاعة على التحدث والإحساس بالمسؤولية والمهارة الإدارية والاتصالية فيختار الشخص الأقدر على التعامل مع وسائل الإعلام وفهم توجهاتها ويكون لديه قدرة الإجابة والرد على التساؤلات المختلفة الملقاة من جانب مندوبي وسائل الإعلام وهذا قد يتوافر لدى مستوى العلاقات العامة وممارسيها بالمؤسسة ويتمتع المتحدث الرسمي بالقدرة على اكتساب المعلومات بسرعة والتعبير عنها بفعالية ولديه القدرة على الإقناع وتحقيق المصدقية والقدرة العالية على الإنصات الجيد بالإضافة القدرة على التعبير عن المواقف المختلفة بحماس وصبر والدقة والقدرة على اتخاذ اتجاهات معينة تؤثر في الجمهور والمرونة عند التعامل مع المواقف التي تحتاج إلى تلك والقدرة العالية على العمل لساعات طويلة<sup>(104)</sup>.

ومن الأهمية بمكان أن يكون المتحدث الرسمي عن المنظمة له دور التوعية الأمنية للمواطن والجماهير وذلك من مكانته الهامة في المنظمة ولما يتمتع بمهارات سبق ذكره في هذا البحث.

[أ] – حيث يقوم المتحدث الرسمي بإعطاء المعلومات الصحيحة والدقيقة للجماهير الخارجية ووسائل الإعلام وبذلك تنتفي عند هؤلاء مظاهر الفلق والتوتر.

[ب] – نظراً لأهمية الأمن في حياة الشعوب واستقرارها وقدرتها على التنمية والازدهار واتساع نطاق مفهوم الأمن الشامل لكل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية يؤدي المتحدث الرسمي دوراً في تكامل جهود المنظمة مع المواطنين لتكون في خدمة حل الأزمات ومشاكلها المختلفة.

[ج] – كما يؤدي المتحدث الرسمي دور إعطاء المعلومات الدقيقة والصحيحة عن الأزمات أو الأزمة الطارئة وذلك تعامله الصحيح مع وسائل الإعلام وتصريحاته المدروسة وآرائه لتغيير اتجاهات الرأي العام لصالح المنظمة التي يعمل بها ويرشد الفرد والجماعة إلى حقيقة المواقف والظواهر المحيطة بهم ومن ثم تمكينهم من التفاعل والتعامل معها بيقظة وفهم كاملين.

[د] – إرشاد الناس والجماهير على المخاطر الناجمة عن الإجرام والانحراف وبيان حجم التعديات والأضرار وتأثيراتها على التنمية وتطور المجتمع إضافة إلى

(103) أ.د. حسن عماد مكايي - الإعلام ومعالجة الأزمات - الدار المصرية اللبنانية - القاهرة - ط1 - (2005) - ص (124).

(104) السيد سعيد - إستراتيجيات إدارة الكوارث والأزمات - دار العلوم - القاهرة - ط1 - (2006) - ص (115).



أخطارها وبيان الجهود الأمنية المبذولة وما توصلت إليه من نتائج إيجابية وما تحتاجه من دعم ومؤازرة حتى تتحقق النجاعة والفاعلية في عمليات الوقاية والمكافحة بجهود جماعية ومجتمعة<sup>(105)</sup>.  
نموذج لدور الإعلام في إدارة الأزمات:

تعامل قوات الجزيرة، والمنار، والتلفزيون العربي السوري مع العدوان الإسرائيلي على غزة كانون الأول (2008) - كانون الثاني (2009).  
يعد العدوان البربري الإسرائيلي على قطاع غزة نهاية عام (2008) وبداية عام (2009) عدواناً وحشياً سافراً استخدمت فيه كافة صنوف الأسلحة، وخاصة منها المحظورة دولياً في ظل صمت دولي مدهش، وتخاذل عربي رسمي مريع، ومنذ اليوم الأول للعدوان أخذت الأزمة بعداً محلياً وإقليمياً ودولياً واضحاً، وبدت الولايات المتحدة الأمريكية الداعم الأول والأساسي للكيان الصهيوني، وهو السلوك الذي بدأ بحركاته يفقد المصداقية أمام العنف الوحشي الإسرائيلي وصمود المقاومين الفلسطينيين. الأسباب الدافعة للأزمة:

بكل تأكيد الهدف الأول والأخير من العدوان الإسرائيلي هو تصفية المقاومة الفلسطينية، وإضعاف القدرة السياسية الفلسطينية على التحرك، وتهيئة أجواء سياسية وعسكرية في المنطقة تأتي بقوات الأطلسي وعلى رأسها القوات العسكرية الأمريكية إلى المنطقة وهذا ما ظهر جلياً في الاتفاقية الأمنية الأمريكية - الإسرائيلية في الأيام الأخيرة من العدوان، ولابد لنا أن نتساءل هنا عن الدور العربي في كبح جماح هذا العدوان وعن دور الاتحاد الأوروبي الذي لا يفتأ بالحديث دائماً عن حقوق الإنسان. تحليل الأزمة:

لابد من الإجابة على تساؤلات كثيرة تتعلق بالعدوان وتشمل الجانب الإسرائيلي والأمريكي، والسلطة الفلسطينية في رام الله والدول العربية، فضلاً عن الاتحاد الأوروبي، ومنظمة الأمم المتحدة، ومنظمات حقوق الإنسان.

فهناك فاعلان أساسيان تحكمت تصرفاتهم بشكل أساسي في الأزمة وهما الكيان الصهيوني، ورجال المقاومة الفلسطينية، ولقد تم إدارة العدوان الإسرائيلي من الطرفين بطريقتين مختلفتين. فالأول هو المعتدي، والثاني هو الضحية، الأول هو المدعوم أمريكياً ومن بعض القوى الدولية الأخرى، والثاني يعتمد على قواه الذاتية في الوقت التي خذلتها الحكومات العربية، وخاصة أكبر دولة عربية مجاورة للقطاع وهي مصر.

(105) تطبيقات مفهوم الأمن الشامل (المجتمعي) في القطر العربي السوري - ورقة عمل مقدمة إلى ندوة الشرطة المجتمعية - المنعقدة في 24 - 26/نيسان/2000م - جامعة دمشق - إعداد العميد محمد نبراس العيني - وزارة الداخلية.

الإستراتيجية المعتمدة:

إسرائيلياً - عبر القصف الوحشي المدمر لكافة المنشآت والجسور والمدارس والأبنية، وكذلك ضد البشر وخاصة منه الأطفال والشيوخ والنساء مع ماكينات إعلامية قوية. والثاني - يعتمد مبدأ المقاومة عبر الصمود وقنص جنود الاحتلال، وقصف المستوطنات.

البدائل المحتملة:

إسرائيلياً - فشل عسكري كامل، رغبة إسرائيلية للحصول على مكاسب سياسية. فلسطينياً - لم يكون هناك بديلاً سوى المقاومة والصمود، ومساعدات غذائية وطبية في ظل الحصار، والتماسك سياسياً. قوة الأطراف الأساسية في الأزمة:

إسرائيلياً - إمكانيات عسكرية كبرى.

فلسطينياً - الإرادة العسكرية والسياسية أولاً وأخيراً، وثبات الجبهة الداخلية.

تطور التفاعلات الصراعية: قصف إسرائيلي دائم برأً وبحراً وجواً.

صمود فلسطيني منقطع النظير.

لقد أخذت هذه القنوات وخاصة منها: قناة الجزيرة بعوامل النجاح لتنفيذ الخطة إعلامياً أثناء العدوان الإسرائيلي ومنها:

تحديد الإطارين المكاني والزمني للأزمة والأخذ بالعوامل المؤثرة بالأزمة فلسطينياً وإسرائيلياً وأميركياً ودولياً وأجزاء عربية. ولقد اعتمدت هذه الإستراتيجية على الفعالية والكفاءة العالية، والتغطية المستمرة، ومن أهم مرتكزاتها:

- اعتماد الصوت والصورة المباشرة بشكل سريع ومتزامن مع الأحداث.
- تقديم تقارير إخبارية مباشرة من أرض المعركة ومن عواصم القرار، والدول الأخرى.
- إجراء مقابلات مباشرة في ميدان المعركة.
- تعليقات مباشرة عملية وطويلة مع أهم الخبراء العسكريين السياسيين.
- الاتصال الهاتفي المباشر والدائم مع المقاومين الفلسطينيين.
- عرض أهم الاتصالات السياسية المحلية والإقليمية والدولية والتعليق عليها من قبل اختصاصيين.
- بث صور المجازر الإسرائيلية بشكل مباشر ودائم.
- التركيز على حركة الاحتجاجات الشعبية في الدول العربية وخاصة مصر.
- ولقد تم بناء هذه العملية الإعلامية الضخمة على أكتاف إعلاميين يتميزون بالمهنية العالية، والمصداقية، والقدرة على تحمل الظروف الصعبة.
- التركيز على الاحتجاجات الدولية الشعبية، وتصريحات المراقبين والأطباء ودعاة حقوق الإنسان.

واستطاعت هذه القنوات وخاصة قناة الجزيرة من أن تصبح مرجعاً أساسياً لرجال القانون في العالم ولمنظمات حقوق الإنسان بتزويدها بأفلام وصور كاملة عن المجازر الإسرائيلية، وخاصة تلك الجهات التي تسعى إلى رفع دعاوى قضائية على الكيان الصهيوني أمام المحاكم الدولية، كما اهتزت صورة بعض الأنظمة العربية لدى المشاهد العربي ومن هنا نرى انزعاج هذه الأنظمة من دولة قطر وهي الدولة الحاضنة لقناة الجزيرة، ولمس الجميع الانزعاج الإسرائيلي والأمريكي منها، ولا ننسى بأن الفلسطينيين كانوا قد أعدوا أغنية خاصة بقناة الجزيرة شكراً وعرفاناً لها على هذه التغطية.

ولقد أضفت المرحلة التي تلت العدوان مرحلة وعي للعمل الإبداعي التي قامت به هذه القنوات، ولا بد من دراسة نتائج الأزمة بروافدها الداخلية والخارجية وإصلاح ما هو بحاجة لإصلاح وترميم.

لقد قدمت هذه القنوات تغطيات إخبارية عميقة، وتحقيقات صحفية قيمة، وتقارير إخبارية شاملة، ومقابلات تلفزيونية لا تنسى، وجمعت بين ملاحقة الحدث بدقة، والمعلومة الجيدة والسريعة، والمصداقية المهنية الكاملة، فكانت قنوات للمقاومة تحفزهم على الصمود، وتزرع الرعب في قلوب الأعداء والهلع لدى الأنظمة العربية المتخاذلة، ويكمن نجاح هذه القنوات من خلال رؤية ما يسمى إعلامياً وسياسياً بـ «إستراتيجية الضغط المحكم» والتي تنطلق من إيمان الدولة المعتدية وهي مفتعلة الأزمة بأن الطرف الآخر لن يتزحزح عن مكانه وحقوقه وأهدافه.

لذا استخدمت هذه القنوات أسلوب الضغط وتكثيفه بما يجعل العدو في موقف حرج وصعب وعاجز عن متابعة العدوان، ويقتضي التنبؤ به أن هذه الإستراتيجية تستخدم عادة في أزمة أو صراع تكون المعادلة بين أطرافه متباينة وغير متكافئة، ولكن تم محاصرة العدو إعلامياً وشعبياً.

## الخاتمة

يعد الإعلام عملية اتصالية يتم من خلالها تبادل الوقائع والأخبار والآراء والأفكار بين البشر. وهو يعتبر بحد ذاته عملية نشر أو بث أو إيصال رسالة ما في ظرف ما تحمل أخباراً ومعلومات وآراء أو اتجاهات أو مشاعر حول حدث أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة تتصل بالاهتمامات العامة للمجتمع، أو يمكن أن تثير شغف الجماهير. يقوم بها مرسل عبر وسيلة اتصال من أجل الوصول إلى دوائر جماهيرية واسعة بهدف التأثير في الرأي العام بغض النظر عما قد يعترضها من تشويه.

ولقد أحدثت الثورة العلمية تغييرات جوهرية في شكل ومضمون الإعلام وطورت إلى حد مذهل وسائله، وغيرت دور الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية، ومكنت التطورات التكنولوجية الإعلام من أن يأخذ مكانته الحقيقية من حيث الأهمية والتأثير، حسب معايير دولية معترف بها، حيث لم يعد بإمكاننا بعد اليوم أن نتكلم عن شرق وغرب، أو معايير غربية في النوعية، بل أضفى لدينا اليوم معايير دولية على حد قول أحد الإعلاميين العرب البارزين.

ويؤدي الإعلام أدواراً شتى، فهو يعطي المجتمع القدرة على الانتظام وفق أحاسيس معينة، وقيم ثقافية وعقلية متسقة، فهو الأداة الأكثر فاعلية في التأثير على السلوك وأنماط التفكير. كما أنه يسهم في تحقيق التكامل بين الناس، وتحقيق الأهداف الوطنية العامة، - إن أحسن استخدامه - فضلاً عن أدواره المعهودة من معرفية، وتربوية، وترويجية، وإقناعية،... وباعتبار أن الإعلام هو جزء لا يتجزأ من الفاعلية المعرفية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات البشرية فهو على تماس مباشر بحياة الجمهور وأزماته، فهو يلعب دوراً رئيسياً ومميزاً في التعريف بالآزمات ومتابعة تطوراتها، وصولاً إلى نتائجها من خلال مهامه الإخبارية والتوجيهية فليده من الإمكانيات قدرة تسليط الضوء على بدايات الآزمات والتعريف بها لاحقاً، وإثارة اهتمام الجمهور، والمؤسسات المعنية بذلك من خلال العمق، والشمولية والاتساق والتوازن، أي دراسة التطور التاريخي للأزمة وكافة العوامل والمتغيرات ذات الصلة كموقف حاد ومفاجئ وحالة حرجة، وصعبة تنجم عن تطور التناقض والخلاف سواء كان ظاهرة علنية أو خفية كامنة، أم كانت ذات سمات وخصائص أنية مفاجئة قديمة مستمرة، أو عرضية دون تخطيط مسبق أو نتيجة وعي وتخطيط مسبقين. ويعتمد على تحليل البيانات والمعطيات والمعلومات التي أمكن جمعها عن العوامل والأسباب والفرصيات والبدائل المرتبطة بالأزمة. ويتناول التحليل للأسباب والدوافع التي أدت إلى نشأتها، ومتابعة العوامل التي أدت إلى نموها من خلال حركتها وسيورتها، مع تحديد العوامل المؤثرة فيها من حيث الزمان والمكان، ولا بد من الأخذ بسياسة الإتساق والتوازن أي استخدام أدوات التحليل الإحصائي والقياسي بالمقدار التي تتطلبه دراسة الأزمة في إطارها العام والخاص.

إن إدارة الحرب أو الصراع أو الأزمة يشكل الشغل الشاغل لوسائل الإعلام، ضمن إطار سلسلة من الإجراءات الهادفة إلى تغطية الأحداث بل والسيطرة عليها

أحياناً، والحد من تفاقمها، أو تأجيلها أحياناً أخرى. إنها محاولة للتحكم في تطور الأحداث، والتحايل على الخصم، والتأثير فيه، أو دعم خطة الصديق ما أمكن، والإسهام في تأمين الاستقرار أو السعي إلى اهتزازه.

إن الإعلام ليس ببعيداً عن إدارة الأزمات كعلم وفن يهتم بدراسة اتخاذ الإجراءات المناسبة والقرارات الصائبة في سلسلة متصلة ومتتابعة ومتكاملة، تركز على المعرفة الواسعة، والإدراك الشامل للأزمة القائمة في أبعادها الخارجية والداخلية، وبنيتها، وتعقيداتها.

إن إدارة الأزمات يجب أن تنطلق من إدارة الأزمة القائمة بذاتها بتحديد الأهداف الرئيسية والانتقائية عبر التحليل الإستراتيجي المستمر للأزمة، وتطوراتها، والعوامل المؤثرة بها، ووضع البدائل والاحتمالات المختلفة وتحديد مسارها. ولا بد من إبداع الوسائل القادرة على تحقيق الأهداف، وتطوير النتائج السلبية المحتملة للأزمة. ولقد كانت تغطية الأحداث الإقليمية والدولية عاملاً مؤثراً في شهرة بعض وسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيونية، حيث شهدت حرب الخليج الثانية بروز قناة CNN ولاحظنا تميز قناة الجزيرة في عرضها لأحداث الغزو الأمريكي لأفغانستان والعراق، وأحداث لبنان.

ورأينا إمكانية قناة المنار في إدارتها لأزمة العدوان الإسرائيلي على لبنان في تموز (2006) وقدرتها على تقديم المعلومة التي تميزت بالمصداقية، وحشد الطاقات الجماهيرية حول المقاومة الإسلامية، وتطابقت هذه الحالة مع التغطيات المتميزة لبعض القنوات العربية للعدوان الإسرائيلي على غزة، (2008 - 2009).

فالإعلام هو الحاضر دائماً في الأحداث، والأزمات، والكوارث، وهو المصدر الرئيسي للمعلومات، والأخبار ولتحقيق ذلك لا بد من معالجة التطور التقني الهائل بما ينسجم مع تطوير القدرات البشرية وتقديم تطوير المهارات الصحفية على أية أشياء أخرى عبر التدريب المستمر والتأهيل المهني المباشر، والسير قدماً بتعميق سياسات التخصص الإعلامي، فهي حالة معرفية أضحت سمة من سمات الإعلام المعاصر، وإعطاء الصحفيين هامشاً أكبر من الحرية، وفتح المجال لهم للحصول على المعلومة، والإقناع بأن الإعلام أحدث صناعة قائمة بحد ذاتها، لذا لا بد من إيجاد الظروف الملائمة لبنائها من كوادر وموارد، وسياسات تسويقية، وتبادل الخبرات الإعلامية مع المؤسسات الإعلامية العربية والدولية.

## المراجع

- الإعلام الأمني، المشكلات والحلول، أكاديمية نايف العربية، الرياض، 1423 هـ - 2002م.
- أنطاكي / العميد الركن المتقاعد مصطفى، رؤى واستشرافات مستقبلية حول الإعلام، مركز الدراسات الإستراتيجية، دمشق - 2005.
- تطبيقات مفهوم الأم الشامل (المجمعي) في القطر العربي السوري، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة الشرطة المجتمعية، المنعقدة في 24 - 26 نيسان 2000 / جامعة دمشق، إعداد العميد محمد نبراس العيني، وزارة الداخلية.
- جاسم المحمود/ د. جمال، بعض من الأنواع الإعلامية، دمشق، 2009م.
- جمال / د. راسم محمد، نظام الاتصال والإعلام الدولي، الضبط والسيطرة، القاهرة، 2009.
- جندي / د. تهامة ، الإعلام العربي وقلق الهوية، حوار الثقافات، دار نينوى، ط (1)، 2005.
- خضور / د. أديب ، تطوير الإعلام الأمني العربي، واقعة وآفاق تطوره، أكاديمية نايف العربية، الرياض، 1420 هـ - 1990م.
- درويش/ د. رمضان: الإعلام الأمني السيكولوجي في وسائل الإعلام الجماهيري، دمشق 2005.
- دليمي / حميد جاعد محسن ، علم اجتماع الإعلام، دار الشروق، ط (1)، 2006.
- دليمي/ حميد، علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسولوجية مستقبلية.
- رفاعي / د. محمد خليل ، إدارة المؤسسات الصحفية، الناشر: جريدة الدبور، ط (1)، 2007.
- رمحين / د. عطا الله ، دراسة الرأي العام وتكوينه في المجتمع العربي، دار علاء الدين، سورية، دمشق، ط (1)، 2003.
- سعيد / السيد ، إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث، دار العلوم، القاهرة، ط (1)، 2006.
- سنو / د. مي العبد الله ، الاتصال في عصر العولمة، دار النهضة العربية، بيروت، ط (2)، 2001.
- شادي / برهان، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، عمان 2003، ص 16.
- شدود/ د. ماجد، إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة.
- شعبان / العقيد الركن أيمن أحمد ، مركز الدراسات الإستراتيجية، دمشق، 2007.
- شعلان / العقيد الدكتور فهد أحمد، مواجهة الأزمات، منظور إداري، إصدارات أكاديمية نايف العربية
- شلي / العقيد أكرم محمود، مركز الدراسات الإستراتيجية، دمشق 2007، الأزمات العربية والعالمية، ندوة علمية.
- شيخ/ د. وجيه، الإعلام والدعاية، دمشق، 1993، ص 48.

- صالح / أيهم ، الصحافة الإلكترونية، آب 2005.
- صليبا / العميد الدكتور أمين عاطف ، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2003.
- عبد النور / أيمن ، الصحافة الإلكترونية، دمشق 2005.
- عبد الوهاب / د. عبد الباسط محمد ، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، نيسان 2005.
- عبوي / د. زيد منير ، إدارة الأزمات، عمان، دار كنوز المعرفة، 2006.
- عيده / د. عزيزة - الإعلام السياسي والرأي العام، القاهرة 2004م، ص 47.
- قويسبي / د. حامد عبد الماجد ، دراسات في الرأي العام، مقاربة سياسية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط (1)، 2003.
- كلاس / ياسين، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دمشق آب - 2006.
- لازار / جوديت، سوسولوجيا الاتصال الجماهيري، دمشق.
- مارتين / د. ل. جون، أنجو جرو فر شودري، نظم الإعلام المقارنة، دمشق 1994.
- مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، 1997.
- محمود / د. جمال، ص 125، ل. جون مارتين.
- مصطفى / د. هويدا ، الإعلام والأزمات المعاصرة، دار مصر المحروسة، القاهرة، ط (1)، 2008.
- مكاوي / د. حسن عماد ، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، يناير 2005م.
- ميرزا / د. جاسم خليل ، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق.

## V

### رقم الصفحة

2

• مقدمه

6

• مخطط البحث

8

### الفصل الأول

#### الإعلام والتطور التكنولوجي

9

أولاً - مفهوم الإعلام وتطور وسائله «لمحة تاريخية»

9

1 - مفهوم الإعلام.

11

2 - مراحل تطور وسائل الإعلام تاريخياً.

16

3 - الإعلام والنظرية الانتقالية.

19

ثانياً - ضرورات وأهمية الإعلام في المجتمعات

19	1 - أهمية وسائل الإعلام.
24	2 - دور الإعلام في التطوير الاجتماعي.
27	3 - أهمية التخطيط في تنمية الإعلام.
33	ثالثاً - التطور التكنولوجي وأثره على وسائل الإعلام
33	1 - العولمة وعولمة الإعلام.
39	2 - تكنولوجيا الاتصالات والغزو الإعلامي.
41	3 - الإنترنت كوسيلة إعلامية.



	<b>الفصل الثاني</b>
46	<b>الآزمات وسبل مواجعتها</b>
47	<b>أولاً - طبيعة وخصائص الآزمات وأنواعها</b>
47	1 - مفهوم كل من الآزمة والكارثة.
53	2 - خصائص الآزمات.
54	3 - أنواع الآزمات ومراحل تطورها.
57	<b>ثانياً - مراحل إدارة الآزمة واتخاذ القرار</b>
59	1 - مراحل مواجعة الآزمات.
61	2 - أهمية التخطيط لمواجعة الآزمات.
62	3 - اتخاذ القرار المناسب لمواجعة الآزمات.
65	<b>ثالثاً - إدارة الآزمة وفريق التعامل معها</b>
65	1 - مهام وتكوين إدارة الآزمات.
65	2 - غرفة العمليات وموقع الحدث.
71	3 - فريق التعامل مع الآزمات.
	<b>الفصل الثالث</b>
75	<b>دور الإعلام والرأي العام أثناء الآزمات</b>
76	<b>أولاً - مفهوم وأهمية تكوين وتغيير الرأي العام في الآزمات.</b>
76	1 - مفهوم وأنواع الرأي العام.
84	2 - أساليب قياس الرأي العام.
86	3 - أهمية تغيير الرأي العام في الآزمات.
89	<b>ثانياً - تأثير ودور وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الآزمات</b>
89	1 - دور وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام.
104	2 - دور وسائل الإعلام في مواجعة الشائعات.
107	3 - تأثير وسائل الإعلام على متخذي القرار في الآزمات.
108	<b>ثالثاً - السياسات الإعلامية ودورها في معالجة الآزمات</b>
108	1 - مفهوم السياسة الإعلامية وتطورها.
111	2 - أهمية تبدل السياسة الإعلامية في الآزمات.
112	3 - الآزمة الإعلامية وأهمية المتحدث الرسمي.
128	• الخاتمة
131	• المراجع
133	• فهرست المحتويات

## جامعة سنت كليمنتس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق -

إعداد / إبراهيم فواز الجبوي

2009 م

### الأسئلة المطروحة في الدراسة

- 1- هل هناك ضرورة لوجود الإعلام في المجتمعات ؟؟؟؟
- 2- ما أهمية الاكتشاف المبكر للأزمات ؟؟؟؟
- 3- ماذا عن إعداد الخطط المسبقة لمواجهة الأزمات ؟؟؟؟
- 4- ما ضرورة التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات ؟؟؟؟
- 5- هل لوسائل الإعلام دور في تغيير اتجاهات الرأي العام ؟؟؟؟
- 6- هل هناك ضرورة لوجود إعلام متخصص في الأزمات ؟؟؟؟
- 7- ما هو دور وأهمية المتحدث الرسمي أثناء الأزمات ؟؟؟؟

الباحث  
إبراهيم فواز

الجبوي

## جامعة سنت كليمنتس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق -

إعداد / إبراهيم فواز الجبوي

2009 م

### الخاتمة

يؤدي الإعلام أدواراً شتى، فهو يعطي المجتمع القدرة على الانتظام وفق أحاسيس معينة، وقيم ثقافية وعقلية متسقة، فهو الأداة الأكثر فاعلية في التأثير على السلوك وأنماط التفكير. كما أنه يسهم في تحقيق التكامل بين الناس.. وهو يلعب دوراً رئيسياً ومميزاً في التعريف بالأزمات ومتابعة تطوراتها. ويتناول التحليل للأسباب والدوافع التي أدت إلى نشأة الأزمة.

وحيث أن إدارة الأزمة تشكل الشغل الشاغل لوسائل الإعلام، ضمن إطار سلسلة من الإجراءات الهادفة إلى تغطية الأحداث بل والسيطرة عليها أحياناً، والحد من تفاقمها، أو تأجيلها أحياناً أخرى. فإنها محاولة للتحكم في تطور الأحداث، والتحايل على الخصم، والتأثير فيه، أو دعم خطة الصديق ما أمكن، والإسهام في تأمين الاستقرار أو السعي إلى اهتزازه.

وباعتبار أن إدارة الأزمات يجب أن تنطلق من إدارة الأزمة القائمة بذاتها بتحديد الأهداف الرئيسية والانتقائية عبر التحليل الإستراتيجي المستمر للأزمة، وتطوراتها، والعوامل المؤثرة بها، ووضع البدائل والاحتمالات المختلفة وتحديد مسارها. ولا بد من إبداع الوسائل القادرة على تحقيق الأهداف، وتطويق النتائج السلبية المحتملة للأزمة. ولقد كانت تغطية الأحداث الإقليمية والدولية عاملاً مؤثراً في شهرة بعض وسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيونية، حيث شهدت حرب الخليج الثانية بروز قناة CNN ولاحظنا تميز قناة الجزيرة في عرضها لأحداث الغزو الأمريكي لأفغانستان والعراق، وأحداث لبنان.

ورأينا إمكانية قناة المنار في إدارتها لأزمة العدوان الإسرائيلي على لبنان في تموز (2006) وقدرتها على تقديم المعلومة التي تميزت بالمصداقية، وحشد الطاقات الجماهيرية حول المقاومة الإسلامية، وتطابقت هذه الحالة مع التغطيات المتميزة لبعض القنوات العربية للعدوان الإسرائيلي على غزة، (2008 - 2009).

ويبرز دور المتحدث الرسمي في الأزمات والذي يلعب دوراً كبيراً في استقطاب وسائل الإعلام كافة وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الأزمة القائمة مبيناً أن أي معلومة مغالطة فهي تدرج ضمن إطار التهويل والترهيب والإشاعة الكاذبة التي من

شانها تأجيج الأزمة والعمل على مضاعفة نتائجها السلبية وبالتالي تحقيق أهداف الجهة أو الجهات التي افتعلت الأزمة .

واله ولي التوفيق

الباحث  
إبراهيم فواز

الجباوي

## م

يُذهلُ المرءُ أمام المعجزة الإعلامية التي كانت أحد ابرز حقائق نهاية القرن العشرين وأصبحت الحقيقة الأبرز مع دخول العالم الألف الثالثة للميلاد.

فإذا كانت هذه المعجزة تتجلى بأشكال وصور شتى تنمى مع الزمان والمكان لتزيل الحدود إلا أن تجلياتها الأهم بأفعالها التي تكمن في القدرة على الصياغة الجديدة للأفكار والقيم والمفاهيم ، لذلك يقوم أصحاب السطوة على الإعلام/ ومن خلال التطور التكنولوجي الذي طرأ عليه/ بتحويله إلى أداة

لتحقيق أهدافهم حتى أصبح الإعلام الآن يشكل من القوة ما لا يقل عن قوة السلاح. لاسيما عندما يسخر وسائله كافة لتغطية الأزمات بمختلف أنواعها وعلى الأخص السياسية والأمنية منها، فإما أن يكون دوره ذو تأثير ايجابي على الرأي العام في المجتمعات التي تعصف بها الأزمات مما يخفف من حدتها ويقلل من نتائجها الضارة، أو يكون ذو تأثير سلبي الأمر الذي يعقد الأزمات ويفاقمها وقد ينتج عنها في هذه الحالة أزمات جانبية أخرى يكون لها تأثيرها السلبي على كافة الصعد الحياتية، ومنذ أن ظهر الإنسان وهو في صراع غير متكافئ مع عناصر الوسط الطبيعي المحيط به من أزمات وكوارث سواء من صنع الإنسان نفسه أو من صنع الطبيعة، قال الله تعالى في كتابه العزيز:

﴿لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ﴾ سورة البلد / الآية 4

ونتيجة لتطور المجتمع البشري مادياً واجتماعياً، وتشابك العلاقات الاجتماعية بين بني البشر، وتضارب المصالح، مما يؤدي إلى التنافس فيما بين الناس لدرجة أحياناً تصل إلى الصدام غير البريء، من أجل الحصول على مكاسب فردية أو جماعية تقود إلى الإضرار بمصالح الآخرين، وتعكير صفو الاستقرار والطمأنينة مما يؤدي إلى حدوث أزمات ذات صبغة بشرية في أسباب حدوثها، فيكون الإنسان في هذه الحالة عنصراً مؤذياً بخلاف طبيعته البشرية يتعاقد مع عناصر الوسط الطبيعي في إنزال المزيد من الضرر الأمر الذي يحتم على المجتمعات البشرية التصدي لتلك الحوادث المؤسفة، والمؤدية إلى خسائر متنوعة هما يدعو البشرية إلى التعاضد في سبيل تحقيق الطمأنينة، ويتم ذلك بكافة الوسائل المتاحة لتخفيف الضرر الناجم. كما يتم بتضافر كافة جهود عناصر المجتمع المصاب بالحادثة على مختلف أنواعها، وذلك من خلال مؤسسات المجتمع كافة وخاصة منها الوسائل الإعلامية بما تملك من إمكانيات وقدرات بشرية وتقنية وحرفية.

### أهمية الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل الدور الممكن لوسائل الإعلام في إدارة الأزمة نظراً لقدرتها الفائقة على التأثير المباشر على صنّاع القرار السياسي وتوجهات الرأي العام،

ووصولها إلى كل بيت ومكان في المعمورة، واهتمام الجمهور المتعاطف بها عبر أفئيتها المتعددة، وهناك عدة محاور تجعل من هذه الدراسة قضية هامة:

[1] – أهمية الإعلام ودوره الكبير في الحياة العامة وتأثيراته الهائلة على الأفراد والمجتمعات البشرية وتناوله لكل صغيرة وكبيرة في حياتنا.

[2] – اهتمام الجمهور بوسائل الإعلام وخاصة في الأزمات والكوارث والأحداث الهامة.

[3] – ندرة الدراسات العلمية وتساؤل حجم المؤتمرات والندوات الإعلامية حول هذا الموضوع.

[4] – الحاجة الماسة لمكتباتنا ومعاهدنا وجامعاتنا لمثل هذه الأبحاث. لذا من الضروري تسليط الضوء على هذا الموضوع بجوانبه المعرفية والأمنية والسياسية والاجتماعية والإعلامية، وإبراز أهمية وسائل الإعلام في معالجة وإدارة الأزمات.

### مشكلة وأسئلة الدراسة :

بالرغم من التطور الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في إطار الثورة العلمية التكنولوجية، والتغيرات الكبيرة التي شهدتها المؤسسات الإعلامية وكذلك الإعلاميين أنفسهم، مع التقدم المذهل في كافة الأصناف والأنواع الإعلامية إلى جانب التحديات العالمية المعاصرة والتي هي كبيرة وضخمة بحجم الأحداث والأزمات الإقليمية والدولية يمكننا أن ندعو إلى اهتمام واسع بدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات وكيفية إدارتها. وفي هذا السياق تبحث الدراسة في قدرة الإعلام على إدارة الأزمة من خلال التأثير على صناع القرار، وفريق إدارة الأزمة والتأثير المباشر على الرأي العام. فما هو الواقع الفعلي في هذا الإطار إعلامياً؟، وما هي أهم مكونات هذه العملية التي تمثل محور الدراسة الحالية؟.

### منهج الدراسة :

فرضت طبيعة الدراسة على الباحث إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتفسير مفاهيم عديدة، ولقد تطلبت هذه الدراسة العلمية الجمع بين الأسلوبين الوصفي والتحليلي بناءً على قراءة تلم بالموضوع المطروح أساساً إذ ركز الأسلوب الوصفي على بيان مفهوم الإعلام وسياسات الإعلاميين والعولمة والأزمة وتحديد طبيعتها.

أما الأسلوب التحليلي فقد ركز على إمكانية قيام وسائل الإعلام بالدور المناط بها أحياناً بإدارة الأزمات على تنوعها واختلافها.

### نتائج البحث :

من خلال ما تقدم خرج البحث بنتائج هامة لا بد من ذكر أهمها:

- 1- ضرورة وأهمية وسائل الإعلام عامة في المجتمعات
- 2- ضرورة وجود فريق لإدارة الأزمات في المنظمات والكيانات

- 3- أهمية الاكتشاف المبكر للزمات لسرعة التصدي لها
- 4- أهمية التخطيط المسبق وتعدد السيناريوهات لمواجهة الأزمات
- 5- أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات
- 6- أهمية وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات
- 7- دور وسائل الإعلام في تأجيج أو تخفيف حدة الأزمة
- 8- ضرورة وجود إعلام متخصص في مواجهة الأزمات
- 9- بروز دور المتحدث الرسمي وأهميته أثناء الأزمات

## الخاتمة

لقد أحدثت الثورة العلمية تغييرات جوهرية في شكل ومضمون الإعلام وظهرت إلى حد مذهل وسائله، وغيّرت دور الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية، ومكنت التطورات التكنولوجية الإعلام من أن يأخذ مكانته الحقيقية من حيث الأهمية والتأثير، حسب معايير دولية معترف بها، حيث لم يعد بإمكاننا بعد اليوم أن نتكلم عن شرق وغرب، أو معايير غربية في النوعية، بل أضفى لدينا اليوم معايير دولية على حد قول أحد الإعلاميين العرب البارزين.

ويؤدي الإعلام أدواراً شتى، فهو يعطي المجتمع القدرة على الانتظام وفق أحاسيس معينة، وقيم ثقافية وعقلية متسقة، فهو الأداة الأكثر فاعلية في التأثير على السلوك وأنماط التفكير. كما أنه يسهم في تحقيق التكامل بين الناس.. وباعتبار أن الإعلام هو جزء لا يتجزأ من الفاعلية المعرفية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات البشرية فهو على تماس مباشر بحياة الجمهور وأزماته، فهو يلعب دوراً رئيسياً ومميزاً في التعريف بالأزمات ومتابعة تطوراتها. ويتناول التحليل للأسباب والدوافع التي أدت إلى نشأة الأزمة، ومتابعة العوامل التي أدت إلى نموها من خلال حركتها وصيورتها، مع تحديد العوامل المؤثرة فيها من حيث الزمان والمكان، ولابد من الأخذ بسياسة الاتساق والتوازن أي استخدام أدوات التحليل الإحصائي والقياسي بالمقدار التي تتطلبه دراسة الأزمة في إطارها العام والخاص.

إن إدارة الأزمة يشكل الشغل الشاغل لوسائل الإعلام، ضمن إطار سلسلة من الإجراءات الهادفة إلى تغطية الأحداث بل والسيطرة عليها أحياناً، والحد من تفاقمها، أو تأجيلها أحياناً أخرى. إنها محاولة للتحكم في تطور الأحداث، والتحليل على الخصم، والتأثير فيه، أو دعم خطة الصديق ما أمكن، والإسهام في تأمين الاستقرار أو السعي إلى اهتزازها.

كما أن الإعلام ليس ببيعد عن إدارة الأزمات كعلم وفن يهتم بدراسة اتخاذ الإجراءات المناسبة والقرارات الصائبة في سلسلة متصلة ومتتابعة ومتكاملة، تركز

على المعرفة الواسعة، والإدراك الشامل للأزمة القائمة في أبعادها الخارجية والداخلية، وبنيتها، وتعقيداتها.

وحيث أن إدارة الأزمات يجب أن تنطلق من إدارة الأزمة القائمة بذاتها بتحديد الأهداف الرئيسية والانتقائية عبر التحليل الإستراتيجي المستمر للأزمة، وتطوراتها، والعوامل المؤثرة بها، ووضع البدائل والاحتمالات المختلفة وتحديد مسارها. ولا بد من إبداع الوسائل القادرة على تحقيق الأهداف، وتطويق النتائج السلبية المحتملة للأزمة. ولقد كانت تغطية الأحداث الإقليمية والدولية عاملاً مؤثراً في شهرة بعض وسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيونية، حيث شهدت حرب الخليج الثانية بروز قناة CNN ولاحظنا تميز قناة الجزيرة في عرضها لأحداث الغزو الأمريكي لأفغانستان والعراق، وأحداث لبنان.

ورأينا إمكانية قناة المنار في إدارتها لأزمة العدوان الإسرائيلي على لبنان في تموز (2006) وقدرتها على تقديم المعلومة التي تميزت بالمصداقية، وحشد الطاقات الجماهيرية حول المقاومة الإسلامية، وتطابقت هذه الحالة مع التغطيات المتميزة لبعض القنوات العربية للعدوان الإسرائيلي على غزة، (2008 - 2009).

فالإعلام هو الحاضر دائماً في الأزمات وهو المصدر الرئيسي للمعلومات، والأخبار ولتحقيق ذلك لا بد من معالجة التطور التقني الهائل بما ينسجم مع تطوير القدرات البشرية وتقديم تطوير المهارات الصحفية على أية أشياء أخرى عبر التدريب المستمر والتأهيل المهني المباشر.

ومن هذه المنطلقات يبرز دور المتحدث الرسمي في الأزمات والذي يمكنه من خلال المزايا التي يتمتع بها أن يستقطب وسائل الإعلام كافة وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الأزمة القائمة مبيناً أن أي معلومة مغالطة فهي تندرج ضمن إطار التهويل والترهيب والإشاعة الكاذبة التي من شأنها تأجيج الأزمة والعمل على مضاعفة نتائجها السلبية وبالتالي تحقيق أهداف الجهة أو الجهات التي افتعلت الأزمة.

إضافة لما ذكر أعلاه خرج البحث بنتائج هامة ذكرت مقدماً، إلا أن التوصيات فهي لا تخرج عن سياق أهمية النتائج المحصلة.

**واله ولي التوفيق**

دمشق في / 1 / 4 / 2009 م

الباحث

إبراهيم فواز الجبوي



## جامعة سنت كليمنتس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق -

إعداد / إبراهيم فواز الجبائي

2009 م

### أهمية الدراسة :

تهدف الدراسة إلى تحليل الدور الممكن لوسائل الإعلام في إدارة الأزمة نظراً لقدرتها الفائقة على التأثير المباشر على صنّاع القرار السياسي وتوجهات الرأي العام، ووصولها إلى كل بيت ومكان في المعمورة، واهتمام الجمهور المتعاطف بها عبر أفئيتها المتعددة، وهناك عدة محاور تجعل من هذه الدراسة قضية هامة:

[1] - أهمية الإعلام ودوره الكبير في الحياة العامة وتأثيراته الهائلة على الأفراد والمجتمعات البشرية وتناوله لكل صغيرة وكبيرة في حياتنا.

[2] - اهتمام الجمهور بوسائل الإعلام وخاصة في الأزمات والكوارث والأحداث الهامة.

[3] - ندرة الدراسات العلمية وتضاؤل حجم المؤتمرات والندوات الإعلامية حول هذا الموضوع.

[4] - الحاجة الماسة لمكتباتنا ومعاهدنا وجامعاتنا لمثل هذه الأبحاث.

لذا من الضروري تسليط الضوء على هذا الموضوع بجوانبه المعرفية والأمنية والسياسية والاجتماعية والإعلامية، وإبراز أهمية وسائل الإعلام في معالجة وإدارة الأزمات.

الباحث

إبراهيم فواز

الجبائي

## جامعة سنت كليمنتس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق - 2009 م

إعداد / إبراهيم فواز الجبائي

### مشكلة الدراسة

**بالرغم** من التطور الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في إطار الثورة العلمية التكنولوجية، والتغيرات الكبيرة التي شهدتها المؤسسات الإعلامية وكذلك الإعلاميين أنفسهم، مع التقدم المذهل في كافة الأصناف والأنواع الإعلامية إلى جانب التحديات العالمية المعاصرة والتي هي كبيرة وضخمة بحجم الأحداث والأزمات الإقليمية والدولية يمكننا أن ندعو إلى اهتمام واسع بدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات وكيفية إدارتها. وفي هذا السياق تبحث الدراسة في قدرة الإعلام على إدارة الأزمة من خلال التأثير على صناع القرار، وفريق إدارة الأزمة والتأثير المباشر على الرأي العام. فما هو الواقع الفعلي في هذا الإطار إعلامياً؟، وما هي أهم مكونات هذه العملية التي تمثل محور الدراسة الحالية؟.

**الباحث**

**إبراهيم فواز**

**الجبائي**

## جامعة سنت كليمنتس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق -

إعداد / إبراهيم فواز الجبائي

2009 م

### منهج الدراسة

فرضت طبيعة الدراسة على الباحث إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف وتفسير مفاهيم عديدة، ولقد تطلبت هذه الدراسة العلمية الجمع بين الأسلوبين الوصفي والتحليلي بناءً على قراءة تلم بالموضوع المطروح أساساً إذ ركز الأسلوب الوصفي على بيان مفهوم الإعلام وسياسات الإعلاميين والعولمة والأزمة وتحديد طبيعتها.

أما الأسلوب التحليلي فقد ركز على إمكانية قيام وسائل الإعلام بالدور المناط بها أحياناً بإدارة الأزمات على تنوعها واختلافها.

**الباحث**

**إبراهيم فواز**

**الجبائي**

## جامعة سنت كليمنتوس العالمية

الإعلام في الأزمات / أطروحة لنيل درجة الدكتوراه

سوريا / دمشق -

إعداد / إبراهيم فواز الجبائي

2009 م

### نتائج البحث

- من خلال ما تقدم خرج البحث بنتائج هامة لا بد من ذكر أهمها:
- 10- ضرورة وأهمية وسائل الإعلام عامة في المجتمعات
  - 11- ضرورة وجود فريق لإدارة الأزمات في المنظمات والكيانات
  - 12- أهمية الاكتشاف المبكر للازمات لسرعة التصدي لها
  - 13- أهمية التخطيط المسبق وتعدد السيناريوهات لمواجهة الأزمات
  - 14- أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات
  - 15- أهمية وسائل الإعلام في تغيير اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات
  - 16- دور وسائل الإعلام في تأجيج أو تخفيف حدة الأزمة
  - 17- ضرورة وجود إعلام متخصص في مواجهة الأزمات
  - 18- بروز دور المتحدث الرسمي وأهميته أثناء الأزمات

الباحث  
إبراهيم فواز

الجبائي