

الأزمات البيئية واستراتيجيات إدارتها في الإعلام والاتصال مقاربة تنظيرية

Environmental crises and their management strategies in the media and communication Theoretical Approach

د. اسعيداني سلامي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د. فقيري ليلي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

تاريخ الارسال 2018/09/03 - تاريخ القبول 2018/12/20 - تاريخ النشر 2019/01/02

ملخص البحث

يهدف هذا العمل العلمي إلى تقيد نظرة شاملة ووافية حول عموميات الأزمة البيئية، من حيث المفهوم، وإدارته من ناحية علوم الإعلام والاتصال، وكذا تنوع استخداماته في النواحي الاجتماعية المتفرقة.

الكلمات المفتاحية: الأزمة، البيئة، الإستراتيجية، الإدارة، الإعلام، الاتصال

Abstract:

The aim of this scientific work is to provide a comprehensive and comprehensive view of the generalities of the crisis in terms of concept and management in terms of information and communication sciences, as well as the diversity of its uses in different social spheres.

Keywords: crisis, environment, strategy, management, media, communication.



مقدمة:

عادة ما تفجر الأزمات سيلا من الأسئلة التي تتعلق بالدرجة الأولى بسياسات المنظمات المختلفة، فكل رجال الإعلام والجماهير الأساسية والمسؤولين الحكوميين وجماعات المصالح والمجتمع المحلي يريد أن يعرف: ماذا حدث؟، وكيف؟، ولماذا حدث؟، وفي غالب الأحوال تعاني المنظمات التي تتأخر في الإجابة على هذه التساؤلات عواقب سلبية ووخيمة على مستوى إدراك الجماهير لصورة المؤسسة واتجاهاتهم نحوها.

كما ارتبط التطور في إدارة الأزمات بالتطور في مجال العلاقات العامة نفسها، فالاتجاهات البحثية في إدارة الأزمات ارتبطت بالتغيرات الحادثة في بناء المجتمع وقواعده، وتركيز وسائل الإعلام على هذه التغيرات، ففي الوقت الذي بدأت فيه المجتمعات تنظر إلى ما هو أبعد من الجوانب الاقتصادية إلى تلك الاجتماعية، مثل الجرائم وطبيعتها، ورعاية الطفولة، نجد أن المنظمات بدأت تركز بدرجة أكبر على جودة المنتجات والخدمات المقدمة للجمهور، وكذلك الاهتمام بالعاملين فيها والسعي إلى رعايتهم، وكان للتطور الكبير في وسائل الإعلام دور مهم في تحسين فرص المستهلكين والمستثمرين في الحصول على المعلومات حول مخرجات المنظمة.

مبحث 1: إدارة الأزمات: أساسيات المفهوم

مطلب 01: ماهية الأزمة Crisis

الأزمة من أكثر الكلمات تداولاً في مختلف الأنظمة و التخصصات، فقد عانت تلك الكلمة من كثرة الاستخدام حتى يتصور البعض أن صياغة مفهوم وتعريف لهذا المعنى يعد شيئاً تقليدياً لا يضيف شيئاً، وإذا كانت الدراسة الحالية تسعى إلى تحديد العناصر والأسس الإستراتيجية في التخطيط لإدارة الأزمات ولدى مسئولو العلاقات العامة تحديداً، فإن ذلك يستعدي الوقوف على عدة جوانب تتعلق

بماهية الأزمة و المعنى الذي تقصده الدراسة، والذي يتركز في مجال محدد وهو إدارة الأزمات، ودراسته وفق الأسلوب العلمي.

ومطالعة التعريفات في التخصصات المختلفة تبين أن أغلبها يركز على جانب الأضرار و السلبيات الناجمة عن الأزمة سواء في توقع حدوثها أو فُجائيتها، يعرفها ويليام كوانت¹ هي تلك النقطة الحرجة و اللحظة الحاسمة التي يتحدد عندها مصير تطور ما.¹

أما الأزمة من المنظور الإنساني فهي جزء من نسيج الحياة و من الطبيعي أن تظهر في حياتنا في أي لحظة، وفي أي مكان، وبطريقة مفاجئة أو تدريجية، ولكونها ظاهرة خطيرة ومؤثرة في حياة الشعوب الأمم، فإن الاستعداد لمواجهةها، والتعامل معها يعد تحديا يواجه الإنسان طوعا أو كرها وأحيانا يواجه تلك التحديات بمنطق هاملت في مسرحية شكسبير الشهيرة "أكون أو لا أكون".²

أما آخريين فيقولون بأن الأزمة قد تأخذ بعض الوقت حتى تكتسب صفة الأزمة، ويعرفها "تومان ستون" (1995) بأنها: لحظة تتعرض فيها المنظمة للخطر، وهذه اللحظة قد تكون نتيجة لبعض المشكلات الصغيرة التي لم تدرك على أنّ لها تأثيرات سلبية بفردها على المنظمة، ولكن تراكمها تتحول إلى أزمة تهدد المنظمة وسمعتها.

ويؤكد "جون برنت" (1998) على نفس المعنى فيوضح أن الأزمة تمثل سلسلة متصلة من الأحداث، تبدأ بحادثة صغيرة incident، ثم تتطور إلى حدث أكبر accident، ثم تتحول إلى ما يشبه الصراع conflict، وتنتهي بالوصول إلى درجة الأزمة crisis، وعلى ذلك فالأزمة هي نوع من التمزق والتدهور الذي يؤثر فعليا على نظام المنظمة ككل، ويهدد قواعدها الأساسية، وشعورها بذاتها وكيانها.

ولعله يكون من الأهمية بمكان، توضيح عدة خصائص للأزمة التي قدمها كل من الدكتور راسم محمد جمال وزميله خيرت معوض عياد، بعضها مستقى من التعريفات السابقة، والبعض الآخر يزيد هذا المفهوم إيضاحاً، ويمكن إجمال أهم خصائص الأزمة فيما يلي:

- 1/ الأزمة قد تكون حدثاً مفاجئاً، وقد تكون حدثاً متوقعا، ويتوقف ذلك على وجود إدارة استراتيجية في المنظمة تأخذ إدارة الأزمات بعين الاعتبار، ويمكنها رصد البيئة والتنبؤ بالأزمات المتوقع حدوثها.
- 2/ تختلف الأزمات فيما بينها، ومن ثم تتطلب استجابات متباينة.
- 3/ غالباً ما تحدث الأزمة نتيجة لتراكم عدد من المشكلات غير المدركة.
- 4/ تتطلب الأزمة تخطيطاً استراتيجياً لتجنب التطورات غير المرغوبة.
- 5/ تمثل الأزمة تهديدا للمنظمة أو سمعتها، وحال عدم التعامل معها بفعالية تؤدي إلى تغيرات جوهرية في بنية المنظمة.
- 6/ تتحدد الأزمات بادراك الأفراد والجمهير الأساسية لها أكثر من الوقائع الموضوعية المرتبطة بها.

7/ عادة ما يتم حل الأزمات في إطار قصير المدى.³

إن تفسير الأزمات وبحثها من كافة الجوانب مسألة شاقة ومتشعبة، فالأزمة الحديثة في علم اليوم غامضة على الرغم من وضوح أسبابها وجوانبها ومناخها المحيط، إذ ما يزال مكونها الرئيسي هو الغموض الذي يلف هذه الجوانب، ومع ذلك فما تزال محاولات الكشف عنه وجلاء أسراره مستمرة ودؤوبة، ومن أجل ذلك فإن تحديد مفهوم الأزمة والمقصود بها على وجه الدقة يعد أمراً ضرورياً ومفيداً وذلك لإبعاد التداخل الذي قد يحصل بين مفهومها والمفاهيم الخاصة بظواهر أخرى كثيرة تختلط معها على وجه العموم.

إن التعامل مع الأزمات مهمة صعبة تحتاج إلى خبير ماهر للتعامل معها، وإن من يقع عبؤها على كاهله عليه أن يختار ما بين زاويتين متكاملتين وهما:

- الغوص في أعماق الواقع الذي أوجدته الأزمة بحثاً عن الأسس النظرية العامة لعلم إدارة الأزمة من خلال تتبع سير تاريخ الأزمة منذ نشأتها وتطورها ونتائجها التي تفرزها، وتداعيات هذه النتائج وتلاحق أحداثها وحوادثها.

- استخدام المعرفة المسبقة عن الأزمات، وتراكم المعارف النظرية والرؤى والتصورات الأكاديمية في محاولة تشخيص وتوصيف الأزمات التي تواجهها، ومن ثم

استخدام السيناريوهات والتصورات التفاعلية والعلاجية المعدة مسبقاً والجاهزة للتطبيق.

مطلب 02: ماهية إدارة الأزمات Crisis management

حرصت أغلب المؤلفات في مجال الأزمات على أن تقديم تعريف لإدارة الأزمات، حتى كثرت وتعددت جوانبها ومراحلها وأشكالها، وهذا قد يستوجب تحديد هذا المفهوم في الدراسة الراهنة، والمراحل التي تعتمد عليها في دراسة جوانب الموضوع، إلا أننا هنا نقدم بعض التعارف من التراث النظري أولاً ثم نتطرق إلى التعريف الإجرائي بالدراسة الراهنة.

فهناك من يعرف إدارة الأزمات كوظيفة تتوجه نحو التقليل من حجم الضرر الناتج عن الأزمة ومسبباتها، سواء في إمكانية المؤسسة المادية، أو صورتها الذهنية لدى الجمهور، إلى جانب أنها تمثل القدرة على التحكم في موقف الأزمة.⁴ وإن كان هذا التعريف يقتصر على مرحلة حدوث الأزمة، إلا أن هناك من يتناولها في مرحلة سابقة لوقوع الأزمة بأنها شكل من إدارة القضايا وأنها قضية استراتيجية تظهر في أنها من أصعب القضايا في معالجتها، وذلك لتزامنها مع عدة عناصر أهمها ضعف الوقت والتحكم المحدود، والحيرة البالغة.⁵

وعلى اعتبار أن أنشطة العلاقات العامة جزء من منظومة إدارة الأزمات فقد عرّف جاري كريبس إدارة الأزمات بأنها استخدام العلاقات العامة في التقليل من الأضرار التي تتعرض لها المؤسسة في مواقف الأزمات، والتي تؤثر سلباً على صورة المؤسسة الذهنية وسمعتها لدى الجمهور.⁶

كما اتجه المؤلفون بمفهوم إدارة الأزمات إلى دراسته من الناحية النظرية والتطبيقية من حيث كونه علماً أم فناً، واتخذوه على أن إدارة الأزمات منذ بدايتها وتطبيقها في المؤسسات تعد فناً يعتمد على

كفاءة المدربين، ثم تطورت مبادئها وأسسها لتكون علماً لدى المؤسسات الأمريكية.⁷

مطلب 03: خصائص الأزمات وتصنيفاتها

تتميز الأزمة بالخصائص الآتية:⁸

- التعقيد والتشابك والتداخل في عناصرها وأسبابها وقوى المصالح المؤيدة أو المعارضة لها.
- المفاجئة واستحواذها على بؤرة الاهتمام لدى المؤسسات والأفراد.
- نقص المعلومات وعدم دقتها.
- أن مصدر الخطر والأزمة أو الكارثة يمثل نقطة تحول أساسية في أحداث متشابكة ومتسعة.
- أنها تسبب في بدايتها صدمة ودرجة عالية من التوتر مما يضعف إمكانية الفعل المؤثر والسريع لمجابهتها.
- أن تصاعدها المفاجئ يؤدي إلى درجات عالية من الشك في البدائل المطروحة لمجابهة الأحداث المتسعة نظرا لأن ذلك يتم تحت ضغط نفسي عال وفي ظل ندرة المعلومات أو نقصها.
- بما أن الأزمة تمثل تهديدا لحياة الإنسان، وممتلكاته ومقومات بيئته فإن مجابهتها تعد واجبا مصيريا.
- أن مواجهتها تستوجب خروجاً عن الأنماط التنظيمية المألوفة وابتكار نظم أو نشاطات تمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة على التغيرات الفجائية.
- إن مواجهة الأزمات تستوجب درجة عالية من التحكم في الطاقات والإمكانات وحسن توظيفها في إطار مناخ تنظيمي يتسم بدرجة عالية من الاتصالات الفعالة التي تؤمن بالتنسيق والفهم الموحد بين الأطراف ذات العلاقة.
- تصنيف الأزمة:
- إن الخطوة الأولى للإدارة السليمة للأزمة هي تحديد طبيعة أو نوع الأزمة، لكن تحديد نوع الأزمة ليست عملية سهلة، لأن أي أزمة بحكم طبيعتها تتطوي على عدة جوانب متشابكة إدارية واقتصادية وإنسانية وجغرافية وسياسية وبالتالي تتعدد

المعايير المستخدمة في عملية تحديد أنواع الأزمات. وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف الأزمات استناداً إلى المعايير الآتية:9

- نوع ومضمون الأزمة :فهناك أزمة تقع في المجال الاقتصادي أو السياسي.... الخ، ووفق هذا المعيار قد تظهر أزمة بيئية، أو أزمة سياسية، أو أزمة اجتماعية، أو أزمة إعلامية، أو أزمة اقتصادية، وفي كل نوع قد تظهر تصنيفات فرعية.

- النطاق الجغرافي للأزمة :إن استخدام معيار جغرافي يؤدي إلى ما يعرف ب:
* الأزمات المحلية: التي تقع في نطاق جغرافي محدود أو ضيق، كما يحدث في بعض المدن أو المحافظات البعيدة كانهيار جسر أو حادث قطار.

* أزمات قومية عامة: تؤثر في المجتمع ككل كالتلوث البيئي أو وجود تهديد عسكري من عدو خارجي.

* أزمات دولية : كأزمة الانحباس الحراري أو أزمة الحاسوب ونظم المعلومات مع الألفية الثالثة.

- حجم الأزمة: يشيع معيار الحجم أو الضخامة في تصنيف الأزمات فهناك:

* أزمة صغيرة أو محدودة: تقع داخل إحدى منظمات أو مؤسسات المجتمع.

* أزمة متوسطة .

* أزمة كبيرة.

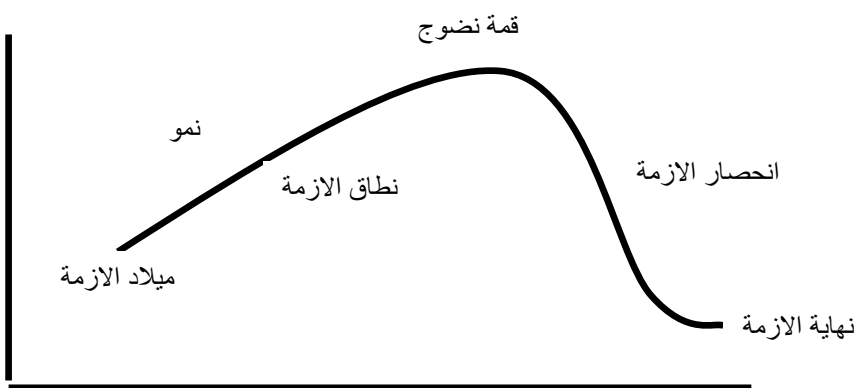
ويعتمد معيار الحجم أو الضخامة على معايير مادية كالخسائر والأضرار الناجمة عنها وفي كل أزمة معايير معنوية كالأضرار والآثار التي لحقت بالرأي العام وبصورة المجتمع أو المؤسسة التي تعرضت للأزمة.

* المدى الزمني لظهور وتأثير الأزمة: يعتمد هذا المعيار على عمر الأزمة، في هذا

الإطار هناك نوعان من الأزمات:

*الأزمة الانفجارية السريعة: وتحدث عادة فجأة وبسرعة، كما تختفي عادة بسرعة، وتتوقف نتائج هذه الأزمات على الكفاءة في إدارة الأزمة، والتعلم منها مثال: اندلاع حريق ضخم في مصنع لإنتاج المواد الكيماوية.

* الأزمة البطيئة الطويلة: تتطور هذه الأزمة بالتدرج، وتظهر على السطح رغم كثرة الإشارات التي صدرت عنها، لكن المسؤولين لم يتمكنوا من استيعاب دلالات هذه الإشارات والتعامل معها، ولا تختفي هذه الأزمة سريعا، بل قد تهدد المجتمع لعدة أيام، من هنا لابد من تعديل الخطة الموجودة لمواجهة الأزمة أو وضع خطة جديدة، والتعامل مع الأزمة في سرعة وحسم وبلا تردد، فكل دقيقة لها قيمة، وفي كل دقيقة ستواجه بتحديات وضغوط وكل هذه التحديات قد تكون فرصة لاختبار مدى قدرة فريق الأزمة على التصرف.



الشكل 01: يبين دورة حياة الأزمة¹⁰

مبحث 02: الأزمات البيئية واستراتيجيات معالجتها إعلامياً

مطلب 01: البيئة وآليات المحافظة عليها

أسلوب حماية البيئة أسلوب يأخذ بالحسبان اتزانها ومحدودة مواردها كي تبقى مأوى مريحا لها...وقبل الثورة الصناعية بدء عصر الحضارة الحديثة كانت النشاطات البشرية في حدود إمكانات البيئة ولم تنشأ مشكلات من النوع الذي يؤثر

على طبيعة الحياة، فعندما كان الإنسان صيادا جامحا للطعام كان تأثيره في بيئته هينا، وعندما اختارت بعض المجتمعات أسلوب حياة أكثر استقرارا واتجهت إلى الزراعة والحياة الحضرية أصبح تأثير الإنسان أكثر وضوحا، فالتوصل إلى تكنولوجيا زراعية بسيطة عن طريق الزراعة التبادلية لأصناف من المحاصيل، وتطوير الري والصرف وإزالة الغطاء الغابي هي بعض الطرق التي كان يغير بها الإنسان بيئته منذ عدة آلاف السنين¹¹

وتمر الأزمات البيئية بالمراحل التالية:

أولا. مرحلة الإنذار المبكر والتنبؤ بالكوارث: هو نظام لإعطاء معلومات مسبقة

حول احتمال حدوث كارثة متوقعة، وهو عنصر لا غنى عنه فيأتي استراتيجية للتخفيف من شدة الكوارث وإدارتها، وهذا النظام مهم فينبذكر أصحاب القرار وإثارة الوعي العام والتأهب لمواجهة الكوارث وتخفيف أثارها، وإذا توفر وقت طويل قبل حدوث بعض الأخطار مثل الجفاف

فإن هذا الوقت يكون قصيرا نسبيا بالنسبة لأنواع أخرى من الكوارث، وإن كان قد تحسن ملموس في التنبؤ بالأخطار نتيجة تطور التقنيات الحديثة في هذا المجال.¹²

ثانيا. الاستجابة للخطر: من المتوقع أن يتعرض الناس للفرع خلال حدوث الكارثة مما يمنعهم من الاستجابة لها بالطريقة الفعالة والتي تزيد من احتمالية حدوث الخسائر المادية والبشرية، تأخذ الاستجابة الفعالة للتعامل مع حدوث المخاطر لتأخر إدراك المتأثرين بأن هناك حدثا قد يؤدي إلى خسائر لا سيما إذا كان هناك نقص في المعلومات عند حصول الخطر فان بعض الوقت يضيع في محاولتهم تأكيد حصول الخطر من خلال حصولهم على معلومات من مصادر مختلفة ويزيد منه التأخر في الاستجابة إذا كان هناك تضارب في هذه المعلومات¹³

ثالثا. المرحلة الثالثة: المعالجة واستعادة النشاط الطبيعي وتتم فيها مرحلة علاج ما تبقى من أثار الأزمة ومحالة إعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه قبل وقوع الأزمة ولما أحسن مما كانت عليه إن كان بإمكان الجهات المختصة ذلك، وتعرف هذه

المرحلة بمرحلة التعلم والاستفادة من الدروس المستفادة مما حدث، لمحاولة نقادي مثل هذه الأزمات.

مطلب 02: مهام ومحددات الإعلام في إدارة الأزمات البيئية

اهتمت الدراسات العلمية الحديثة التي تناولت علاقة الإعلام بالأزمات البيئية برصد سمات عامة للدور الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام وقت الأزمات البيئية، من خلال تحديد بعض العناصر العامة التي تساعد على فهم أبعاد الأزمة، واحتواء لآثارها، وتوعية الرأي العام بكيفية التعامل معها، وتلك العناصر على النحو التالي:

- الفورية في نقل الحدث البيئي من موقعه بالعمق والشمول.
- الاهتمام بالتقارير البيئية والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية الخاصة بالبيئة المصاحبة للتغطية الإعلامية.
- البعد عن مبدأ حجب المعلومات البيئية أو إخفائها، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابط بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها، وبين الرأي العام.

- الاهتمام بالوصول إلى موقع الحدث أو الأحداث، وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين والشخصيات الرسمية، وكذلك الخبراء والمفكرين، لربط المعلومات بعضها ببعض ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة.

- جذب الجمهور إلى التغطية الإعلامية، نظراً للمنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام الدولية وقت الأزمة.¹⁴

كما يرى الباحثون أن هناك بعض الضوابط التي تحكم دور الإعلام في إدارة الأزمات والتي تتعلق بالرأي العام ومنها:

- 1- مراعاة الدقة، وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.
- 2- الاهتمام بالتصريحات السياسية والرسمية التي تسهم في تشكيل رأي عام تجاه الأزمة.

3- الاعتراف بالخطأ الذي قد يحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة خاصة في الأزمات الطبيعية.

4- التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع أجهزة الرأي العام.

5- سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة ويعمل على تحقيقها.¹⁵

وتبعاً لذلك، فإن تناول الإعلامى للآزمات يجب أن يمر بثلاث مراحل يلعب الإعلام دوراً محدداً في كل مرحلة:¹⁶

- **مرحلة نشر المعلومات البيئية:**

في بداية الأزمة ليوآكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة، واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها، وآثارها وأبعادها.

- **مرحلة تفسير المعلومات البيئية:**

وتقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة، والبحث في جذورها وأسبابها، ومقارنتها بآزمات أخرى مماثلة، وذلك عن طريق استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية أو من تحليلات وأراء للخبراء، وكذلك لموقف المسئولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.

- **المرحلة الوقائية البيئية:**

وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامى هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية، وأسلوب التعامل مع آزمات مشابهة.

وتشير الدراسات العلمية التي تناولت "دور الإعلام في إدارة الآزمات" إلى أن للإعلام مهمة مزدوجة في إدارة الأزمة وهما:¹⁷

- **جانب إخباري:**

ويتم عن طريقه متابعة أخبار الأزمة، والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها، ومدى التطور أو مدى النجاح في ذلك.

- جانب توجيحي:

وهذا الجانب أهم وأخطر الجوانب في العملية الإعلامية، حيث أن متخذ القرار في الكيان الإداري يكون في حاجة ماسة إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة بالأزمة، ومن خلال المعرفة المخططة جيداً أو التأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد الأزمة، تتكون لدى أفراد المجتمع قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين.

وفي هذا الساق حاولت دراسات أخرى التأكيد على أبعاد العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية وقت الأزمة، والتي تعتبر محدداً هاماً للدور الإعلامي خلال الأزمات، حيث إن العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام هي علاقة ارتباط وثيقة، فمهما اختلف النظام السياسي للدولة فإن الأداة الإعلامية تظل هي أداة التواصل الرئيسية بين السلطة السياسية والرأي العام، وهو ما يجعل الإعلام أداة تسيطر عليها السلطة بشكل أو بآخر في جميع الأنظمة السياسية، وتزيد هذه السيطرة وقت الأزمات.

كما أشارت دراسات أخرى إلى أهمية الدور الإعلامي في حماية النظام الداخلي وقت الأزمات ولا سيما الأزمات ذات البعد الاجتماعي، وذلك من خلال إيجاد المناخ والوعي والقناعة اللازمة لجعل القوى الشعبية متكاتفة ضد الأزمة، وصانعا وفي هذا الإطار يصبح للإعلام وظيفتين أساسيتين:

◊ أن يكون الإعلام معبراً عن طموحات وآمال أفراد المجتمع، ويصبح انعكاساً لمجتمع الأزمة، فيحقق بذلك عنصر المصادقية، مما يزيد من الاهتمام به والانجذاب إليه.

◊ أن يكون موجهاً لمجتمع الأزمة، بمعنى أن يكون كما يريد قادة المجتمع ومن هنا يستطيع الإعلام خلال الأزمة أن يحول كل فرد من أفراد المجتمع من مجرد متلقي للرسالة الإعلامية إلى متفاعل معها ومتجاوب مع عناصرها، ومحقق لأهدافها من خلال القيام بسلوك معين، فضلاً عن إحداث وحدة في الفكر العام للمجتمع، وصياغة اتجاه عام متفق عليه.

كامل رصدت دراسات أخرى الأسس النظرية لتعامل وسائل الإعلام مع الأزمات، وذلك من خلال تصور للإدارة الإعلامية لازمة في إطار أن التفاعل مع أي حدث له طبيعة خاصة، يتطلب وجود فريق إعلامي يستطيع التعامل مع الأزمة، ويلتزم بعناصر استراتيجية دفاعية ومحكمة يتصدرها مبدأ الإعلام عن المصالح الحيوية والأمن الداخلي، مع الحرص على مصداقية الإعلام، وذلك من خلال تقديم المعلومات الحقيقية في التوقيت المناسب وبالجم الملائم، بما لا يخل بأهداف الأمن القومي مع الإبقاء على القدر المقبول من حرية الآراء وحرية التعبير.

من ناحية أخرى فإن الدراسات الإعلامية الحديثة التي تناولت " مهام وأدوار الإعلام في إدارة الأزمات " قد قامت برصد وتحديد مجموعة من العقبات والمشاكل التي تواجهها مهام أوار الإعلام وقت الأزمات، وهي على النحو التالي:

◇ عدم التوازن بين أدوار ومهام الإعلام وبين المراحل المختلفة التي تمر بها الأزمة، إذ تركز جهود الإعلام على مرحلتين هما الاستعداد والوقاية، واحتواء الأضرار أو مواجهة الأزمة، بينما يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الأزمة، وعادة ما ترتبط جهود الإعلام في مرحلة الاستعداد والوقاية بنشر المعلومات والارتقاء بالوعي العام لدى الجمهور، وتغيير السلوك والاتجاهات وبناء المعاني والصور، علاوة على إرسال التحذيرات واحتواء المشاعر السلبية لدى الجمهور.

◇ تعدد الأطراف التي تقوم بأنشطة إعلامية أثناء الأزمات، فوسائل الإعلام المحلية تمارس أدواراً إعلامياً، كما تقوم إدارات العلاقات العامة والإعلام في المنظمات ذات الصلة بالأزمات بأنشطة اتصالية، في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام الدولية تقوم بأنشطة إعلامية، وهو الأمر الذي يفتقر غالباً إلى التنسيق بحكم موقف الأزمة المرير.

كما أشارت الدراسات والبحوث إلى قضية التناول الإعلامي وتشابه التغطية الإخبارية في الأزمات ذات الطبيعة الدولية، كنتيجة للمنافسة الشرسة ورغبة من وسائل الإعلام المحلية الوقوف على نفس المستوى من وسائل الإعلام الدولية، مما يؤدي إلى النقل

منها، بالإضافة إلى نمو ظاهرة الإعلام الدولي في ظل سيطرة أقطاب محدودة على مصادر المعلومات وتوزيع الأخبار.

◊ على مستوى آخر فإن وسائل الإعلام عندما تقوم بتغطية أخبار الأزمات وأسبابها ونتائجها تركز على أنها أحداث منفصلة واستثنائية أكثر من كونها أحداثاً طبيعية، فضلاً عن أن القائمين على تغطيتها في وسائل الإعلام يكونون أقل خبرة، ويعتمدون على مصادر عادة ما تكون أقل خبرة في الحديث، مقارنةً بالمسؤولين الرسميين.

بناءً على ذلك تؤكد الدراسات العلمية على أن تطوير مهام وأدوار الإعلام في إدارة الأزمات، يتطلب ضرورة مراعاة أمرين، هما على النحو التالي:

√ مراعاة التوازن في مهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة، وتحقيق توازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في الرسائل الإعلامية، فالإعلام عندما ينشر أخبار الأزمات يستطيع أن يحرك القلوب، والعقول والقيم والمثل الإنسانية، كذلك فإنه لا بد أن يوازن الإعلام بين الجوانب المختلفة للأزمة والمتمثلة في نتائجها، وأسبابها والحلول المطروحة.

√ أن تقوم وسائل الإعلام بنقل كافة المعلومات المتعلقة بالأزمة بدقة وتناسق، بحيث تتواكب مع معطيات الواقع وسياق الأحداث.¹⁸

مطلب 03: الإدارة الإعلامية والتوافق النوعي للأزمة البيئية

أغلب الدراسات والبحوث التي تناولت هذه النقطة والمتعلقة بإدارة الأزمات كشفت عن وجود اختلاف في طبيعة التعامل وفي تحديد دور وسائل الإعلام وقت الأزمات، وفقاً لنوعية وطبيعة الأزمة.

ففي أثناء الكوارث والأزمات الطبيعية البيئية، وفي ظل ضيق الوقت والتهديد النابع من وجود خطر، وعدم توفر المعلومات الكافية حول الكوارث والأزمات الطبيعية، هنا يظهر دور الإعلام، حيث يؤدي دوراً مهماً أثناء هذه الأزمات، مما يقلل من خسائر الكوارث الطبيعية ويعمل على توفر المعلومات وانتشارها بالحجم والسرعة المطلوبة وهو عنصر رئيسي في التعامل مع الأزمات.

وفيما يتعلق بدور الإعلام في إدارة الأزمات البيئية الصناعية والاقتصادية فقد وضع الباحثون بعض الاعتبارات التي يجب أن تستند إليها الإدارة الإعلامية لمثل هذه النوعية من الأزمات:

- 1- مراعاة الدقة والإدلاء بالمعلومات البيئية الصحيحة.
- 2- مراعاة عنصر التوقيت في التعامل الإعلامي مع الأزمة، بحيث يتم توفير المعلومات لوسائل الإعلام في التوقيت المناسب.
- 3- مراعاة المصدقية فيما تنشره وسائل الإعلام.
- 4- استخدام تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة لتوضيح الموقف من الأزمة البيئية.

أما عن دور الإعلام في إدارة الأزمات البيئية، فقد حصلت الدراسات العلمية التي تناولت مفهوم إدارة الأزمات البيئية إلى وجود بعض الاعتبارات على المستوى الإعلامي وهي:¹⁹

- أن يكون الرأي العام على دراية تامة بأبعاد الأزمة.
- المساعدة على تنشيط الكيانات المحلية وتدعيم دور الوكالات الحكومية والأجهزة الأهلية في مجابهة الأزمة واحتواء آثارها.
- الحث والتحفيز على تقديم الإسعاف والنجدة ذات الفعالية، وفق الاحتياجات التي تمليها ظروف الأزمة، وحول الدور الذي يجب أن يقوم به الإعلام في إدارة الأزمات الاجتماعية، هناك بعض المبادئ الأساسية التي تحكم إدارة الأزمات الاجتماعية، ومنها:

- تفويض السلطة.
- استخدام أسلوب الثواب والعقاب.
- الاهتمام بعنصر الوقت.
- التفكير الخلاق عند مواجهة الأزمة واتخاذ القرارات الحاسمة لمواجهتها.

• بناء نظام متكامل للاتصالات وتبادل المعلومات، تلعب فيه وسائل الإعلام دوراً أساسياً للتعريف بالأزمة وأبعادها، وأسلوب مواجهتها، والتوعية بأخطارها وكيفية مواجهتها.

وعلى صعيد الأزمات السياسية والعسكرية، يلاحظ أن دراسة مثل هذه الأزمات البيئية من المنظور الإعلامي قد تشكلت ملامحها في إطار تناول وسائل الإعلام للأزمات العسكرية والسياسية، فوسائل الإعلام تمارس دوراً مهماً في إلقاء الضوء على القضايا السياسية الدولية، وقد تزايد هذا الدور سيما في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم في مجالات الاتصال والمعلومات، كما يتعاظم الدور الإعلامي في أوقات الأزمات الدولية والصراعات الإقليمية والحروب، وذلك من خلال تشكيل الجدل حولها، وتقديم الانطباعات والتصورات بشأن الأطراف المشتركة فيها، وإضفاء الشرعية على بعض الأطراف، وفي الوقت ذاته تجريد أطراف أخرى من الشرعية وإبراز قضايا فرعية معينة وتجاهل أخرى.²⁰

إن تناول مثل هذه النوعية من الأزمات يكشف لنا عن بعض العقبات التي تواجه الإدارة الإعلامية للأزمات السياسية والعسكرية مثل: تقييد الرقابة لقدرة وسائل الإعلام على التحرك، والتحكم في مصادر المعلومات، وغياب الموضوعية وعدم التوازن في المستويات الوظيفية المختلفة للوسيلة الإعلامية عبر المراحل المختلفة للأزمة، فضلاً عن عدم وجود خبرات سابقة في تغطية الأزمات السياسية والحروب. ومن المصاعب التي نراها تواجه الإدارة الإعلامية للأزمات السياسية والعسكرية بجد ما يلي:

1/ مصاعب موضوعية: أبرزها طغيان المصادر السياسية والعسكرية على الإعلاميين، وانعدام أو قلة المصادر المعرفية المتعلقة بالجوانب المختلفة للأزمة، وغياب التنسيق بين الأطراف المعنية بالأزمة.

2/ مصاعب ذاتية-إعلامية: تتمثل في الضغوط الكثيرة المفروضة على وسائل الإعلام، وعدم التوازن في عرض الآراء والاتجاهات المختلفة إزاء الأزمة، وعدم المقدرة

على رسم خطط وبرامج تلائم الوسيلة والجمهور، والافتقار إلى كوادرات إعلامية تتمتع بمستوى مهني مرتفع، علاوة على سيطرة الإعلام البيروقراطي خلال معالجة الأزمة. من جهة ثانية نجد الكثير من الباحثين قد اهتموا بدراسات حول تحديد دور الإعلام وفق نوعية وطبيعة الأزمة، كما اهتم آخرون بتقديم ورصد ملامح دور الإعلام بالنسبة لإدارة الأزمات الداخلية والخارجية في كل من الأنظمة التعددية والأنظمة غير التعددية.²¹

يرى الكاتب أديب خضور في كتابه "الأعلام والأزمات" أن الأزمات الداخلية في الأنظمة التعددية يجدر بنا التمييز بين نوعين من الأزمات: -الأزمات المتعلقة بقضايا معينة ومحددة "اجتماعية-اقتصادية أو سياسية أو عرقية أو ثقافية..." ولكن بالرغم من تعقيد صورة التناقضات والصراعات والخلافات حول تشخيص هذا النوع من الأزمات وحول تقييمها، وتحديد أساليب مواجهتها، فإن ذلك يقع ضمن الإطار العام للنظام السائد...، لذلك فإن هذه الأنظمة التعددية التي تتمتع بمستوى عالٍ من المرونة وتمتلك ترسانة ضخمة من الأجهزة والمؤسسات، وخبرة غنية في رسم استراتيجيات وتكتيكات المواجهة، تمتلك قدرًا كبيرًا من الثقة بالنفس يمكنها من مواجهة الأزمة.

-الأزمات الداخلية الأكثر عمقًا واتساعًا: والتي قد تندفع وتتطور حتى تطال الأسس العامة للنظام السائد، وهنا تحدث عملية اصطاف سريعة للقوى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وبالتالي الإعلامية، فنجد أن الكتلة الأساسية من الإعلام المحلي التابعة للقوى المهيمنة والمعبرة عن أفكارها والخادمة لمصالحها، سرعان ما توحد صفوفها سياسياً وإعلامياً وتقيمها وتحدد استراتيجيات مواجهتها.²² وعلى العكس نجد أنه في الأنظمة غير التعددية تكون وسائل الإعلام تابعة للدولة، وتكون مهمتها هي خدمة النظام القائم، وتتسم الإدارة الإعلامية أثناء الأزمات الخارجية في تلك الأنظمة بالسمات التالية:²³

1- اتخاذ وتحديد الموقف من الأزمة عبر قنوات ومن خلال أجهزة ليست معروفة لدى الأغلبية الواسع من الجماهير.

2- عدم مشاركة الخبراء والمختصين والجمهور في عملية تحديد الموقف، وعدم طرحه أساساً للنقاش العلني في وسائل الإعلام.

3- التقصير في تقديم نتائج إعلامي متنوع قادر على أن يوضح هذا الموقف، وعلى أن يقنع الجماهير به

4- وحدة ونمطية ورسمية الخطاب الإعلامي المقدم.

5- التقصير في متابعة تطور الأزمة، ورصد تفاعلاتها، ومواكبة تعقيباتها.

6- عدم احترام خصوصية العمل الإعلامي ككل، وخصوصية كل وسيلة، وتقديم مادة إعلامية تبالغ في طرح الشعارات وتبتعد عن التحليل الملموس للواقع.

7- التقصير في متابعة ومواكبة إعلام الخصم "العدو"، والارتباك في دحض مواقفه، وتقنيد حملاته.

8- التقصير في تحقيق المستوى المطلوب من التنسيق والتكامل في عمل الأجهزة والوسائل الإعلامية المختلفة.

3. الاستراتيجيات الإعلامية في مواجهة الأزمات البيئية

اتفقت الأدبيات العلمية في مجال الإدارة الإعلامية للالتزامات على تحديد بعض الاستراتيجيات الإعلامية

التي تستخدم في مواجهة الأزمات، وهي على النحو التالي:²⁴

﴿استراتيجيات الكتمان والتحفظ: وتقوم هذه الإستراتيجية على رصد محاولات الأطراف الخارجية للحصول على المعلومات.

﴿الإستراتيجية القانونية: وتقوم المعالجة الإعلامية فيها على الاستعانة بآراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة، وتتمثل في ذكر أقل معلومات، وإنكار الاتهامات الموجهة للدولة لتحويل المسؤولية لجهة أخرى.

﴿استراتيجية الاستجابة والدفاع: وتقوم هذه الإستراتيجية على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم بها المتحدث الرسمي للدولة سواء باسم وزارة الخارجية أو الديوان الرئاسي أو الملكي، بالاستعانة بآراء وخبرات المستشارين المعنويين بالأزمة.

﴿استراتيجية الدفاع الهجومي: وفيها تقوم وسائل الإعلام باستغلال الأزمة لخلق رأي عام إيجابي يساند الدولة وموقفها وطريقة إدارتها للأزمة.

وخلال الأزمة يتعرض الرأي العام المحلي للشائعات، فالإعلام يؤثر بقوة في ظهور الشائعات وتداولها، وكذلك إمكانية الوقاية منها أو حصارها والقضاء عليها، حيث تقع الشائعات موضوعياً ضمن الأطر العلمية ضمن الأطر العامة للحرب النفسية وللدعاية والدعاية المضادة، وهي وفقاً للتعريف الشهير "ألبرت وبوستمان" اصطلاح يطلق على موضوع ما ذي أهمية، وينتقل من شخص لآخر عن طريق الكلمة الشفهية، دون أن يتطلب ذلك البرهان والدليل، ومثل هذا التعريف يعني أن مضمون الشائعة رغم اختلاف أشكالها ومضامينها-خبر أو معلومة غير صحيحة تستجيب لاحتياجات نفسية أو اجتماعية لدى أفراد أو جماعات.

وتميل الشائعات إلى الانتشار في أوقات الأزمات التي يواجهها المجتمع، وتنتشر إذا توفر لها شرطان حسب ما توصل إليها "ألبرت وبوستمان" وهما: الأهمية والغموض، بمعنى أن القوة الشائعة تتحدد طبقاً لمدى أهمية موضوعها بالنسبة للأشخاص الذين توجه لهم، وتبعاً لمقدار الغموض المقصود والمتعمد المتعلق بمضمونها.

ويرتبط الشرطين السابقين لانتشار الشائعة بوسائل الإعلام، حيث إن فاعلية وحيوية النظام الإعلامي وسرعة استجابته للأحداث بنقل الأخبار وتفسيرها يقلل من ثقل وتأثير الشرطين معاً أو على الأقل أحدهما.²⁵

وعلى ضوء ما سبق تحدد أدبيات إعلام الأزمات عدة استراتيجيات إعلامية تستخدم خلال الأزمات للتصدي للشائعات وهي على النحو التالي:²⁶

1/ استراتيجية التركيز:

ويقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة، ولا تستخدم إلا في حالة توفر إمكانيات وموارد كبيرة تسمح باستخدام أكثر من وسيلة.

2/ الإستراتيجية الديناميكية-النفسية:

وتعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس فيما يتعلق بالمنبه والاستجابة عند الفرد، وتقترح التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة، وتحقيق استمالات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف، وقد أدخلت عليها تحسينات ركزت على أهمية الاعتقادات والاتجاهات والنوايا السلوكية، والسلوك فيما يتعلق بالإقناع.

3/ الإستراتيجية الثقافية-الاجتماعية:

تقترح هذه الإستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي، والفكرة الأساسية لها هي أن سلوك الفرد تسيطر عليه توقعات وضوابط اجتماعية داخل النظم الاجتماعية، وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.

4/ استراتيجية بناء المعاني:

تفترض هذه الإستراتيجية أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تتجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان وإكسابها معاني جديدة، وتتعلق هذه الإستراتيجية من التسليم بأن وسائل الإعلام تخلق صوراً على زائفة عن العالم في أذهان الناس، لكنهم يتعاملون بناءً على هذه الصور والرموز، وبالتالي فإن من المهم لتحقيق الإقناع تعديل أو تغيير هذه الصور والرموز.

أما الدكتور عامر مصباح في كتابه "الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية" فيرى أن هذه الإستراتيجية تقوم على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا للسلاطات البشرية، والقاضية بأن المعاني ترتبط مباشرةً باللغة، والتي من خلالها يعبر الإنسان عما بداخله من معانٍ، ومن ثم فالإنسان يتصرف حيال العالم الخارجي بناءً على ما

يحمله من معاني، وهذه هي الخلفية التي وظفها علماء الاتصال في تفسير الطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل الاتصال الجماهيري على السلوك.²⁷

5/ استراتيجيات الاتصال الواقعي:

تتميز هذه الإستراتيجية بأن لها طابع دفاعي، من هذا برز التفكير في أهمية وضع استراتيجية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها، وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع بقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعي ويقظة بمناخ الشائعات وأساليب ترويجها.²⁸

مبحث 04: المعالجة النموذجية للأزمة

في هذه النقطة يتفق الباحثين على أنه يوجد نوعان من المعالجات الإعلامية وهما: **المعالجة المثيرة:** وتستخدم تغطية تميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، والتي ينتهي اهتمامها باللائمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور.

المعالجة المتكاملة: وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة-مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق...-، وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة.

وتستخدم من أجل تحقيق ذلك أحد الأسلوبين التاليين:

1- النمط العقلي: الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات والموثقة، والانطلاق

من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح واهتمامات الجمهور.

2- إعطاء صورة كاملة تتسم بالوضوح والاتساق والشمولية لمختلف جوانب

الأزمة، وتقديم تاريخ وسياق الأزمة وكذلك تقديم آفاق تطورها، وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور، والاعتماد على كوادرات إعلامية مؤهلة ومعروفة.

لكن المعالجة الإعلامية في تطبيقاتها تتعرض لعدة صعوبات من أهمها مايلي:²⁹

• عدم وضوح الأزمة: وانعدام وقلة المصادر المؤقتة والدائمة والمتجددة،

وغياب التنسيق بين الأطراف المختلفة المعنية بالأزمة.

- نوعية وطبيعة السياسة الإعلامية المحددة من جانب دوائر صنع القرار.
- المستوى العلمي والمهني للإعلاميين والصحفيين المشاركين في التغطية الإعلامية.

• تخلف الأداء المهني للإعلاميين وخضوعهم للبيروقراطية الإعلامية. وهناك دراسات إعلامية أخرى قامت برصد مراحل التغطية الإعلامية للازمات السياسية، حيث ترى أن التغطية الإعلامية للازمات السياسية أشبه ما تكون بسيناريو درامي يمر بمراحل ثلاثة وهي على النحو التالي:

1/ **مرحلة التغطية العشوائية:** والمقصود بذلك هو أن الجهود المبذولة لتغطية الحدث تتناسب والبدائيات الأولى لوقوعه، أي أن الوسيلة الإعلامية لم تصل بعد إلى مستوى التنسيق المتكامل والعمل المنظم لتغطيته، بل اهتمام الوسيلة يكون مقسماً على هذا الحدث وغيره من الأحداث الأخرى، والسبب في ذلك هو أن الأزمة ما تزال في مراحلها الأولى، ولم يبلغ سيناريو تسلسل الأحداث ذروته التي تستقطب كل اهتمام الوسيلة.

2/ **مرحلة التعبئة المنظمة:** وهي التي تستتفر فيها الوسيلة الإعلامية كل الطاقات وتبذل كل الجهود وتسخر كل الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية، وتصل التغطية الإعلامية فيها إلى أعلى درجات التنسيق والعمل المنظم والمتكامل الذي يرقى إلى مستوى الأزمة.

3/ **مرحلة التكيف مع "واقع ما بعد الأزمة":** وفي هذه النقطة نركز على أنه لا بد من وسائل الإعلام أن تتكيف مع المتغيرات الجديدة، فبعد أن كانت الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي متابعة الإيقاع السريع للأزمة، نجد أن هذه الوظيفة انقلبت إلى المشاركة في صيغة الواقع الجديد الذي أفرزته الأزمة، وفي تقبل الرأي العام الوضع الجديد.

لذلك تلجأ وسائل الإعلام إلى متخصصين للتعليق على النتائج التي أفرزتها الأزمة، والمشاركة في بلورة المفاهيم الجديدة لهذا الواقع وتقريبها للرأي العام.

خاتمة:

من خلال ما سبق طرحه يتبين أن تفاقم الأزمات البيئية في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، أدى برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقتنة والبديلة وإعلام المواطن، وبمستوياته المختلفة الوطنية "المحلية" والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها، وصارت عملية إدارة الأزمات إعلامياً تخصصاً علمياً له قواعده ونظرياته وأسسه وآلياته وإستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظي إعلام الأزمات "إعلام المواجهة" باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم.

و تتمثل أهم نتائج المعالجة النظرية هذه في ما يلي:

- لفت أنظار المسؤولين إلى إدراك أهمية التخطيط لإدارة الأزمات والاستعداد لها قبل وقوعها، و استشعار أدوار إدارات العلاقات العامة و الاستفادة منها عند الأزمات.
- يعد التخطيط الإستراتيجي لإدارة الأزمات إجهاضاً لبعضها قبل تطورها وحدوثها وامتداد تأثيرها، مما يجنب المؤسسات خسائر مادية و بشرية فادحة، سواء في شكل تعويضات، أو نفقات و تكاليف تدفع للمتضررين من الأزمة، أو خسائر في إمكانيات و معدات المؤسسة، هذا خلافاً على الهدف الأساسي من التخطيط و هو الإبقاء على صورة المؤسسة لدى جمهورها، والتصدي للشائعات و القضاء عليها عند وقوع الأزمات، وبالتالي الحفاظ على الجمهور والعودة للعمل بجدية وثقة بالنسبة للعاملين و المسؤولين.
- قد تسهم هذه الدراسة في نشر ثقافة التخطيط لإدارة الأزمات و تفعيل دور الاتصال بأنواعه، مما يعطي الفرصة لتقييم أداء الممارسين لها في حالات

الأزمات من جهات خارجية كالإعلاميين والصحفيين و العملاء و المسؤولين، وهذا قد يوجد نوعا من الترويج و الانتشار لتقافة العلاقات العامة في هذا المجال، والذي يدفع بدوره المؤسسات إلى تطوير إدارات الاتصال عامة، وصقل مهارات عاملها، ليكون لديهم القدرة الاتصالية و الإدارية و الإبداعية في إدارة الأزمات.

– قائمة الهوامش:

- ¹ عباس رشدي العماري: إدارة الأزمات في عصر متغير، ط1، مركز الأهرام للترجمة للنشر 1993، ص-16.
- ² منى صلاح الدين شريف: إدارة الأزمات: الوسيلة للبقاء، دار الأمين، 199 القاهر، ص 42.
- ³ راسم محمد الجمال وخيرت معوض عباد: إدارة العلاقات العامة المكتبة الإعلامية الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص 334.
- ⁴ a step by step guide to managing a business crisis, contemporary books, 2000, new York, pp, 16-17
- ⁵ a strategic approach to managing crisis, pub relations review, 1998, vol. 24, no. 4, p476.
- ⁶ expanding the crisis planning: olaniran, bolanle& williams, David
- ⁷ introducing elements of risk communication to crisis communication practice, pub relations review, vol. 24, no. 3, 1998, p388.
- ⁸ myths of crisis management, public relations quarterly, vol. 45, no. 3. 2000, p15
- ⁹ السيد عليوة: مرجع سابق، ص14
- ⁹ محمد شومان، الأزمات وأنواعها، مقال منشور في الموقع التالي: <http://www.suhuf.net.sa>، تاريخ 2018/09/10.
- ¹⁰ محمد شومان: الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسة عملية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2002، ص156
- ¹¹ سلامي أسماء: إدارة الأزمات والكوارث البيئية: الواقع والتحديات، مجلة الندوة للدراسات القانونية. 2016، ص43

- ¹²بن أحمد عبد المنعم: الوسائل القانونية الإدارية لحماية البيئة في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، بن عكنون، الجزائر، 2008-2009، ص114
- ¹³سلامي أسماء: مرجع سابق، ص44
- ¹⁴عادل صادق محمد: الصحافة وإدارة الأزمات: مدخل نظري وتطبيقي دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص21.
- ¹⁴نفس المرجع: ص22.
- ¹⁵نفس المرجع: ص22.
- ¹⁶هويدا مصطفى: دور الإعلام في الأزمات الدولية: دراسة حالة للالتزامات الإعلامية لحرب الخليج، القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، 2000، ص43.
- ¹⁷عادل صادق محمد: مرجع سابق، صص، 23-24.
- ¹⁸محمد شومان: اشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد2، عدد3، كلية الإعلام القاهرة، يوليو/سبتمبر 2001، صص، 123-124.
- ¹⁹هويدا مصطفى: مرجع سابق، صص، 58-59.
- ²⁰أمال كمال طه: صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينيات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، القاهرة، 2001، ص44.
- ²¹عادل صادق محمد: مرجع سابق، ص28.
- ²²أديب خضور: الإعلام والأزمات، الطبعة الأولى، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999، صص، 21-22.
- ²³نصر الدين العياضي: الخطاب الإعلامي العربي في حرب الخليج، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد19، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 1991، صص 95-96.
- ²⁴توال عبد العزيز الصفتي: معالجة الصحف المصرية للالتزامات والأحداث الطارئة: دراسة تحليلية لأحداث الكشخ خلال 1998، مجلة كلية الآداب، ع6، القاهرة، يوليو 1999، صص، 649-650.
- ²⁵عادل صادق محمد: مرجع سابق، ص30.
- ²⁶محمد شومان: الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2002، صص، 113-114.
- ²⁷عامر مصباح: الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية وآلياته العملية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2006، ص54.
- ²⁸محمد شومان: الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية، مرجع سابق، ص119.
- ²⁹عادل صادق محمد: مرجع سابق، صص، 33-34.