وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعـــة يحـيى فـــارس – المديـــة –
كليـــة العلـــوم الإنسانيـــة والاجتمـــاعية
قسم :علوم الإعلام و الاتصال

المسؤولية الاجتماعية للإعلام في مجال حل الأزمات

مذكّرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري

إعـــداد الطالـــبين:
نورالدين عنيبة
معمر لعروسي ديلمي

إشـــراف الدكتور:
سمير حراث

السنـــــة الجـــامعيـــة: 2019-2020م


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه و عظيم سلطانه، و الصلاة و السلام على سيد ولد آدم المبعوث رحمة للعالمين، سيدنا محمد و على آله و صحبه أجمعين، أحمد الله تعالى حمدا كثيرا على أن وفقني في إتمام هذا العمل، و أسأل الله تعالى أن يحفظ والدتي الكريمة وأن يشفيها و يمدها بالصحة و العافية و أن يطيل في عمرها، كما أتمنى أن أرد لها و لو جزء بسيط مما قدمته لي من العون ماديا و معنويا، و إلى روح والدي رحمه الله تعالى وأسكنه فسيح جناته.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور سمير حراث لقبوله الإشراف على هذا العمل وتقديمه لنا يد العون في كل وقت و في كل حين دون أي تردد، لهم مني فائق التقدير

و الاحترام و الامتنان

لا أنسى أن أتقدم بالشكر و العرفان لكل الأساتذة الذين درسونا طيلة السنتين الفارطتين وزودونا بكافة المعلومات التي نحتاجها حاضرا و مستقبلا.

كما أتقدم بالشكر الجزيل و الحب الوفير إلى كافة أفراد عائلتي الكبيرة و الصغيرة فردا فردا، و إلى الزوجة الكريمة التي لم تبخل و لو لحظة عن مد يد العون منذ بداية دراستي إلى غاية يوم الناس هذا.

و إلى كافة أصدقائي و زملائي في الدراسة و في العمل و إلى كافة جيراني و أبناء الحي الذي أقيم فيه

الفهرس

شكر و تقدير	
فهرس المحتويات	
مقدمة	أ - ب
الباب الاول الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول:الإطار العام للدراسة	ص 01
أولا إشكالية الدراسة	ص 02
ثانيا أسباب اختيار الموضوع	ص 03
ثالثا أهمية الدراسة و أهدافها	ص 04
رابعا تحديد المفاهيم و المصطلحات	ص 04
خامسا منهج الدراسة	ص 07
سادسا المقاربة النظرية للدراسة	ص 07
سابعا الدراسات السابقة	ص 08
الفصل الثاني المسؤولية الاجتماعية	ص 13
المبحث الأول مفهوم المسؤولية الاجتماعية	ص 14
أولا المسؤولية لغة و اصطلاحا	ص 15
المبحث الثاني نظرية المسؤولية الاجتماعية	ص 16
الخصائص الإعلامية المسؤولية الاجتماعية	ص 16
الفصل الثالث الإعلام و الأزمات	ص 19
أولا تعريف الاعلام لغة و اصطلاحا	ص 19
ثانية الخريطة الاعلامية	ص 19
ثالثا مراحل التغطية الإعلامية للأزمة	ص 21
رابعا دور وسائل الإعلام قبل، أثناء، و بعد الأزمة	ص 22
المبحث الثاني الأزمـــــة	ص 28

أولا التعريف و المفهوم	ص 28
ثانيا أنواع الأزمات	ص 29
ثالثا طرق التعامل مع الأزمة	ص 30
رابعا: الاعلام و الأزمات في الجزائر	ص 31
الباب الثاني تصور حول الجانب الميداني للدراسة	
أولا منهج الدراسة و أدواته	ص 37
ثانيا عينة الدراسة	ص 38
ثالثا المجال الزماني للدراسة	ص 38
رابعا المجال المكاني و البشري للدراسة	ص 38
خاتمة	ص 39
قائمة المراجع و المصادر	ص 42

مقدمة

مقدمة

إن لوسائل الإعلام و الاتصال دورين بارزين أحدهما يعنى بالإخبار عن المستجدات ذات الصلة بالأزمة و رصد تطوراتها باعتبار أن الجمهور دائما يبقى متعطشا لمعرفة مستجدات هذه الأزمة، و الدور الثاني دور توجيهي يتجلى من خلال العمل على توجيه و ترشيد الرأي العام نحو اتخاذ موقف من الأزمة و إعطائه الخيار الذي تعمل وسائل الإعلام على ترسيخه من اجل بناء رأي عام حول الأزمة يتماشى مع أهدافها و سياساتها.

كانت وسائل الإعلام حاضرة في بعض الأزمات و الأحداث المهمة، حيث ساهمت في لعب دور كبير و محوري خلالها، سواء من خلال نقل الصورة حول هذه الأحداث كما هي من اجل حشد الجمهور نحوها و تعبئته للاطلاع على كل جديد يخصها، أو من خلال تحريف الحقائق و تشويهها و إعطائها بعدا آخر و خدمة هدف محدد كما حدث في الربيع العربي و بالتحديد ما حصل في ليبيا حيث قدمت قناة الجزيرة النظام على أنه نظام سلطوي ديكتاتوري ينتهك حقوق و حريات شعبه لتبرير تدخل قوات الناتو من أجل إسقاط نظام القذافي فهذا مثال الإدارة الإعلامية للازمات الدولية، أما في الأزمات الداخلية مهما كانت الأسباب سواء عرقية أو دينية أو بسبب مشاكل داخلية، فإن مهمة الإعلام الوطني هو العمل على إحداث التوافق الاجتماعي يكون فيها كهمزة وصل بين أطراف الأزمة و السلطة السياسية لتقريب وجهات النظر و التحسيس بضرورة الوحدة الوطنية، و لعل ما يحدث في الجزائر منذ حراك 22 فيفري 2019 الى الان حول الاختلاف الحاصل بخصوص عدة نقاط مهمة كالتوافق على دستور جديد للبلاد و تحقيق مطالب الحراك التي تحقق منها جزء كبير لعل أبرزها إسقاط العهدة الخامسة لبوتفليقة و سجن أغلب رموز نظامه، حيث أن هذه الأزمة حضيت باهتمام داخلي و خارجي و بات موضوع الحراك في الجزائر محورا للنقاش السياسي من جانب جميع الأطراف السياسية و الإعلامية و كذا منظمات المجتمع المدني خاصة في داخل البلاد و هذا ما أعطاها بعدا وطنيا و مما زاد الاهتمام بهذا الموضوع هو الغموض الحاصل حول الحراك الشعبي و عدم وجود من يمثله، حيث أصبح يشكل محور نقاش وسائل الإعلام الجماهيري و محاولة تسليط الضوء عليه وإبرازه للرأي العام لفهم بعض جوانبه خاصة في الآونة الأخيرة على اعتبار ان الحراك الشعبي في بدايته في الأسابيع الأولى ليس هو نفسه في الأسابيع الأخيرة لأنه كان سلميا ولديه مطالب موحدة جامعة لكل الجزائريين الا أنه مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية انقسم الى مؤيد للانتخابات ومعارض لها و استمر هذا الجدل بعد الانتخابات الرئاسية الأخيرة في 12 ديسمبر 2019 التي نتج عنها انتخاب السيد عبد المجيد تبون رئيسا للجمهورية، و بات يواجه أزمة سياسية خانقة هي الان محور نقاش جميع الأطراف عبر وسائل الإعلام الجماهيري.

جاءت هذه الدراسة للبحث في الإدارة الإعلامية للازمات و مسؤوليتها الاجتماعية بالتركيز على نموذج الحراك الشعبي الجزائري من خلال أداء قناة النهار و الإذاعة الجزائرية و مسؤوليتهما الاجتماعية في إدارة هذه الأزمة.

الإطار النظري شمل ثلاث فصول الفصل الأول تناول الإطار العام للدراسة و فيه مقدمة عامة تشمل العناصر المنهجية بداية من تحديد موضوع البحث و أهداف و أسباب اختياره وكذا الإشكالية و تساؤلات الدراسة، إضافة إلى تحديد مفاهيم الدراسة و تحديد العينة والمنهج المستخدم و كذا أدوات الدراسة و الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع مع توضيح الإطار الزماني و المكاني للدراسة الفصل الثاني واحتوى على المسؤولية الاجتماعية مفهومها و خصائصها الإعلامية ، أما الفصل الثالث فتطرقنا فيه إلى الإعلام والأزمات و مراحل تسيير الأزمة إعلاميا و مدى ارتباط الإعلام بإدارة الأزمة.

أما الإطار التطبيقي و الذي يشمل الدراسة الميدانية و التي لم نتمكن من انجازها نظرا للأزمة الصحية العالمية التي مست بلادنا ، إلا أننا قمنا بإعداد تصور ميداني حول هذه الدراسة.

الفصل الأول:
الإطار العام للدراسة

أولا: إشكالية الدراسة:

قد تتعرض الدولة أو المنظمة لأزمة ما ، و التي تكون عبارة عن حالة حرجة و هامة قد تهدد كيانها و التي تظهر أحيانا بشكل مفاجئ و التي يمكن أن يزداد عددها و تتنوع في توجهاتها و هذا ما يستدعي توفر إرادة حقيقية و جهودا منظمة لمواجهتها تساؤلات الدراسة.

إن مجالات الأزمات كثيرة و متعددة و لا نستطيع حصرها أو تصنيفها بل يمكن القول إن الأزمات المرتبطة بالإنتاج قد تأتي عن فشل مفاجئ أو عوارض أجنبية أو إهمال تاريخي أو وباء أو كوارث بشرية أو طبيعية ، كما أن بعض الأزمات تحدث نتيجة تسرب معلومات هامة و أحيانا سرية كإستراتيجية أو خطة جديدة أو مشروع جديد إلى خارج المنظمة فيحدث عكس ما هو مخطط له.

و إن إدارة الأزمات لها أسس عامة يجب أن تترجم إلى خطة جاهزة للتطبيق في أي طارئ تعتمد السرعة و العمل الجماعي و الأساليب العلمية و الهدوء و عدم الانفعال طيلة فترة معالجة الأزمة ، و الاهتمام بالعلاقات الإنسانية و تشجيع المبادرات و الإبداعات و بث روح الحماس بين العاملين ، والإبتعاد عن البيروقراطية ، و الإهتمام أولا بتطويق الأزمة و عدم السماح بتوسعها ، و أيضا تقييم دروس الأزمة لضمان عدم تكرارها، وتقسيم العمل على مراحل متسلسلة لمواجهة الأزمة ، و كذلك تحديد المستلزمات المادية و عدد الأجهزة و المعدات الآليات و وسائل الاتصال بالحد الكافي و حسب متطلبات الأزمة.

وان مهمة الإعلام الأساسية في أوقات الأزمات أيا كان نوعها جعل المعلومات التي تريد إرسالها معروفة و مفهومة لدى المرسل إليه حتى تحدث تفاعلا ، و يعتمد الاعلام في الأزمة على استخدام الرموز ، و الكلمات و الصور و غيرها لنقل أفكار ، معلومات و خبرات يتفاعل بمقتضاها مختلف العناصر المعنية ، بحيث تتوافق مضامين الرسالة عند المرسل و المتلقي بما يحقق فهم المعلومات و يستخدمها في تجاوز الأزمة بأقل الخسائر الممكنة.

وكذلك توجيه رسائل إعلامية ذات صلة بالأزمات لكل فئة من فئات المجتمع ضرورة لكسب تعاونهم و الذي يبدو ضروريا ، و الإعلاميون هم أهم الشركاء نظرا لقدرة تأثيرهم على الرأي العام ، لذا يستوجب إقامة علاقة طيبة معهم تقوم على الثقة المتبادلة و إعطائهم معلومات محددة و تنظيم لقاءات دورية معهم.

و تعتبر وسائل الإعلام على مختلف تنوعها المكتوبة و السمعية و المرئية التي تسعى دائما على ضمان و تطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية على أساس الموضوعية و الأخلاق المهنية للصحافة و كل ما من شأنه أن يوفر كل ما هو موضوعي و وقائي ، حيث تسهر مختلف الأجهزة الإعلامية بالتنسيق مع مختلف المؤسسات و الهيئات عل ضمان النقاط السابقة قبل و أثناء وبعد نشوب أزمات أو كوارث طبيعية من خلال دراسات و استراتيجيات تعدها و تقوم بها من خلال تأديتها للوظيفتين الإعلامية و العلاجية.

ومن خلال كل ما سبق جاءت دراستنا هذه لتبين دور الإعلام في إدارة و حل الأزمات من الناحية الأخلاقية و الموضوعية و منه نطرح التساؤل الآتي:

فيما تبرز المسؤولية الاجتماعية للإعلام في حل الأزمات و إدارتها في الإعلام المحلي؟

و ينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية:

- فيما تكمن أهمية الإعلام الأخلاقية بمختلف أشكاله في إدارة الأزمات في مختلف وسائل الإعلام المحلية ؟
- ما هو الدورالأخلاقي الذي تقوم به وسائل الإعلام المحلية في المساهمة في حل الأزمات ؟
- كيف يتم التخطيط إعلاميا لإدارة الأزمة و مواجهتها و المساهمة في حلها؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

الشخصية (الذاتية):

- الرغبة الملحة في دراسة هذا الموضوع باعتباره موضوع جديد لم تتم دراسته من قبل إلا قلة قليلة.
- محاولة تطبيق الرصيد المعرفي لإيجاد حلول للمشاكل التي تحول دون ممارسة فعلية لإدارة الأزمة.

الموضوعية:

- معرفة مدى التزام الإعلام في الجزائر بالمسؤولية الاجتماعية في التعامل مع الأزمات.
- حداثة الدراسات العربية التي تناولت دور الإعلام في في مجال حل الأزمات و مدى ارتباطها بالمسؤولية الاجتماعية مما يشير إلى حاجة المكتبة العربية إلى المزيد من الدراسات لتأصيل علاقة الإعلام بحل الأزمات أو ما يصطلح عليه باتصال الأزمة.

ثالثا: أهمية الدراسة و أهدافها:

تستمد هذه المشكلة البحثية أهميتها من:

- تجبر الأزمة المجتمع على دخول صراعات داخلية و خارجية محتملة و غير محتملة ومع جهات غير متوقعة ، وهذه الخلافات تحتاج إلى تسوية و إلى من يديرها و يتغلب عليها فهنا يبرز دور الإعلام بمختلف أشكاله و مسؤوليته الاجتماعية في سعيه للتسوية و إيجاد حلول مرضية.
- كما أن نشوب الأزمة المفاجئ يحتاج إلى التحرك السريع الفعال مع استغلال أمثل لأي معلومة متحصل عليها لتسيير المواقف المفاجئة التي تزيد و تقل حسب درجة شدة الأزمة من خلال إعداد قنوات اتصالية ملائمة و مناسبة لإعادة ترتيب الأورا ق و لعب الو رقة المناسبة.

أما عن الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للوصول إليها تتمثل في:

محاولة التعرف على دور الإعلام بمختلف أشكاله في إدارة الأزمة و إبراز دور كل من الوظيفتين الوقائية و العلاجية قبل و أثناء و بعد الأزمة.

كما تهدف أيضا الدراسة إلى محاولة التعرف على أهمية واقع المسؤولية الاجتماعية للإعلام في مجال حل الأزمات، و مدى الالتزام بالموضوعية في إدارة الأزمة ثم معرفة أساليب تطوير حل الأزمة إعلاميا.

وكذلك محاولة الكشف و معرفة كل الإجراءات الواجب اتخاذها في عملية التخطيط لإدارة الأزمة و أساليب مواجهتها إعلاميا.

رابعا: تحديد المفاهيم و المصطلحات

الإعلام:

لغة: الاعلام غير التعليم، لأن الإعلام اختص بما كان من إخبار سريع، أما التعليم فينطوي على التكرار و التكثير، فأعلم معناها أخبر أو أعرف واستعمله الخبر أي إستخبره إياه، و أصل كلمة إعلام أنها من مصدر أعلم و معناها وضع علامة على كل شيء، قالت العرب: أعلم الفرس أي أعلم عليها صوفا ملونا في الحرب، و أعلم نفسه أي وسمها بسيما الحرب.

اصطلاحا: يعرف الإعلام على أنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولاتهم و يعني ذلك أن غاية الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات أو الحقائق و الأرقام و الإحصائيات.

الأزمة:

لغة : تعني الشدة والقحط، والأزمة هو المضيق، ويطلق على كل طريق بين جبلين مأزم أي بمعنى لتقرر (KIPVEW) مشتق أصلا من الكلمة اليونانية(Crisis) و التي تعني لحظة القرار

أما اللغة الصينية فقد برعت إلى حد كبير في صياغة مصطلح الأزمة، وهي بالصينية مكونة من حرفين يرمز الاول للخطر والآخر يرمز للفرصة ، و تكمن البراعة هنا في تصور إمكانية تحويل الأزمة وما تحمله من مخاطر إلى فرصة لإطلاق القدرات الإبداعية التي تستثمر الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول السديدة.

وحيث أن بعض الباحثين من عرف الأزمة بالمفهوم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي حيث أشار إلى ذلك بقوله يقصد بالأزمة من الناحية الاجتماعية " توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن، ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة"

أما الأزمة من الناحية السياسية " :حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله سواًء كان إدارياً، أو سياسياً، أو نظامياً، أو اجتماعياً، أو اقتصاديا، أو ثقافيا

ومن الناحية الاقتصادية فهي تعني ":انقطاع في مسار النمو الاقتصادي حتى انخفاض الإنتاج أو عندما يكون النمو الفعلي أقل من النمو الاحتمالي

أما الأزمة اصطلاحا :فهي " حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أو إيجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة

ويعرف قاموس رندام الأزمة بأنها ":ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول تحدد في ضوئها أحداث المستقبل التي تؤدي إلى تغيير كبير

كما يعرفها فليبس بأنها "حالة طارئة أو حدث مفاجئ يؤدي إلى الإخلال بالنظام المتبع في المنظمة

مما يضعف المركز التنافسي لها ويتطلب منها تحركا سريعا واهتماما فورياً و بذلك يمكن تصنيف أي حدث بأنه أزمة اعتمادا على درجة الخلل الذي يتركه هذا الحدث في سير العمل الاعتيادي للمنظمة

ويعرف رضا رضوان الأزمة بأنها ":فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر تتدخلا أو تغييرا فوريا"

كما أن الأزمة تعني " : نقطة تحول، أو موقف مفاجئ يؤدي إلى أوضاع غير مستقرة، وتحدث نتائج غير مرغوب فيها، في وقت قصير، ويستلزم اتخاذ قرار محدد للمواجهة في وقت تكون فيه الأطراف المعنية غير مستعدة، أو غير قادرة على المواجهة"

المشكلة

تعبر عن الباعث الرئيسي الذي يسبب حالة ما من الحالات غير المرغوب فيها، وتحتاج عادة إلى جهد منظم للتعامل معها وحلها، وقد تؤدي إلى وجود أزمة ولكنها ليست بذاتها أزمة2 .

الحادث

وقد عرفه كل من السيد عليوة وحواش بأنه ":شيء مفاجئ عنيف تم بشكل سريع وانقضى أثره فور إتمامه وقد نجم عنه أزمة لكنها لا تمثله فعلاً وإنما تكون فقط أحد نتائجه

مفهوم إدارة الأزمة:

مفهوم إدارة الأزمة يشير إلى كيفية التغلب على الأزمة باستخدام الأسلوب الإداري العلمي من أجل تلافي سلبياتها ما أمكن، وتعظيم الإيجابيات.

ويرجع أحد الباحثين أصول "إدارة الأزمة " إلى الإدارة العامة (وذلك للإشارة إلى دور الدولة في مواجهة الكوارث العامة المفاجئة وظروف الطوارئ، مثل الزلازل، والفيضانات، الأوبئة، والحرائق، والغارات الجوية، والحروب الشاملة)

فإدارة الأزمات هي " نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بأماكن واتجاهات الأزمة المتوقعة، وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم في الأزمة المتوقعة والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة

ويرى بعض الباحثين أن إدارة الأزمة ":عملية إدارية متميزة لأنها تتعرض لحدث مفاجئ، ولأنها تحتاج لتصرفات حاسمة سريعة تتفق مع تطورات الأزمة، وبالتالي يكون لإدارة الأزمة زمام المبادأة في قيادة الأحداث والتأثير عليها وتوجيهها وفقاً لمقتضيات الأمور

ومنه يمكن أن نعرف إدارة الأزمة) إجرائيا " **(على أنها سلسلة من الإجراءات و الأعمال التي يقوم بها فريق إدارة الأزمات لمجابهة الأحداث بدءا من وقوعها و حتى انتهائها من خلال التغلب عليها و التحكم في ضغطها و مسارها و اتجاهها و تجنب سلبياتها و الاستفادة من ايجابياتها و تحقيق أقصى مكاسب و الحد من الخسائر لأقصى حد ممكن باتخاذ قرارات سريعة تعتمد على بيانات و معلومات متوفرة و ردود أفعال متوقعة لأطراف أخرى في الأزمة.**

خامسا: منهج الدراسة:

يساعد المنهج الوصفي في الحصول على ما نحتاجه لإتمام الموضوع قيد الدراسة من تحليل كي يتم التعرف عليه من مختلف و سائل الاتصال المستخدمة رغم اختلافها و تنوعها وكيفية مساهمتها في تسهيل عملية إدارة الأزمات و الكوارث و آلية العمل بها بالإضافة إلى تقديم معلومات حول الدور الفعال الذي يقوم به الاعلام بالتنسيق مع مختلف الجهات المعنية سواء المتمثلة في جمهورها الداخلي أو الخارجي من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة لها وبالتالي التعامل مع الأزمة قبل و أثناء و بعد وقوعها.

و قد اعتمدت في دراستي على الدراسات المسحية و التي تستند الى المنهج الوصفي و ذلك عن طريق المسح بالعينة، بحيث نكتفي بدراسة عدد محدود من المفردات أو الحالات والمسح بطريقة العينة هو الذي يكثر استخدامه نظراً لأنه يوفر الوقت و الجهد و المال، كما أنه يأتي بنتائج دقيقة ، و يراعى في طريقة المسح بالعينة أن تكون العينات التي ستدرس ممثلة لمجتمع الإعلاميين لتكون النتائج أيضا ممثلة له و يسمح لنا المنهج الوصفي بوضع تصور دقيق و الوقوف على دور الإعلام في التعامل مع الأزمات، كما أن اختيار المنهج الوصفي لانجاز هذه الدراسة كفيل بتحقيق الغرض المطلوب، إذ يوفر لنا انتهاجه القيام بالدراسة المساعدة لجمع البيانات و المعلومات.

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية و تقوم هذه النظرية ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية و ظهرت القواعد و القوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة و ذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في

الإثارة و الخوض في أخبار الجنس و الجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

و يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق و واجب و مسؤولية في نفس الوقت، و من هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، و يمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام، مثل الصدق و الموضوعية و التوازن و الدقة.

و تهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام و الترفيه و الحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

و يحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة، و بإمكان القطاع العام و الخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، و لكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

سابعا: الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة إطارا معرفيا أساسيا لأي باحث، فهي تمكنه من الاطلاع على التراث النظري الذي كتب حول الموضوع و تساهم بشكل كبير في رسم معالم البحث، فهذا الأخير بطبيعته تراكمي ولا يعتمد على القطيعة الابستمولوجية، فبواسطتها يكتمل البحث العلمي و يصل الى أهدافه و بها يتجنب ثغرات الباحثين الآخرين و يزيد الموضوع إثراءا و يجنبه التكرار، و من هذه الدراسات نجد:

دراسة مختار جلولي، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، الموسومة بـــ/ **الادارة الاعلامية للأزمات**

الداخلية في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي الخبر و الشروق اليومي حول أزمة غرداية

تهدف هذه الدراسة للوصول الى معرفة دور الصحافة الجزائرية ممثلة في جريدتي الخبر والشروق اليومي في ادارة أزمة غرداية و مدى مساهمتها في ذلك، و قد انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة الإدارة الإعلامية لأزمة غرداية من خلال جريدتي الخبر و الشروق اليومي؟

و قد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي و التاريخي و كذا المنهج المقارن، و ذلك باستخدام أسلوب تحليل المضمون عن طريق اختيار عينة مشكلة من 24 عددا من كل جريدة، أما عن الإطار التطبيقي للدراسة فضم الدراسة التحليلية و المقارنة و قد توصلت الدراسة في الأخير إلى حملة من النتائج نعرض فيما يلي أهمها:

اعتمدت الجريدتين على الأنواع الصحفية الخبرية و يأتي في مقدمتها الخبر الصحفي، أما عن الجوانب التيبوغرافية فوظفت كلاهما العنوان الرئيسي و التمهيدي بدرجة كبيرة، و جاءت أغلب هذه العناوين باللون الأسود نظرا لأنها غير مكلفة ماديا، و على مستوى الصورة الصحفية فإن توظيفها كان محدودا في كلا الجريدتين و كانت أغلبها موضوعية و حديثة، أما عن استخدام الألوان فكان في بعض الصور فقط، و من ناحية الموقع داخل الجريدة عمدت جريدة الخبر على إبراز المواضيع في صفحات الركن الوطني و الصفحة الأولى، أما الشروق فركزت على الصفحات الأخرى بالدرجة الأولى ثم صفحات الحدث و الصفحة الأولى بنسبة ضعيفة، و عن المواقع داخل الصفحة جاءت أغلب المواضيع المنشورة في موقع وسط الصفحة على مستوى الجريدتين.

ركزت الجريدتين في فئة الموضوع أكثر على مواضيع آثار و نتائج الأزمة خاصة السلبية منها، و كان اتجاه الجريدتين في أغلب المواضيع محايدا، و على مستوى فئة القيم فقد كانت القيم السلبية حاضرة أكثر في مضمون جريدة الخبر عكس جريدة الشروق

اليومي التي ركزت على القيم الايجابية، أما عن أهداف الجريدتين فكانت متباينة بينهما، بينما في المصادر المستخدمة في الجريدتين فإن أولويتها كانت لمراسلي الجريدة ثم صحفييها، كما شكلت الشخصيات الفاعلة في المحتوى حضورا كبيرا و تنوعا مما يعكس اتساع نطاق الأزمة، فنجد جريدة الخبر ركزت على الشخصيات الحكومية بالدرجة الأولى، أما الشروق فاهتمت بالشخصيات الأمنية، و عن فئة وظيفة المضمون فقد كانت الوظيفة الغالبة في كلا الجريدتين هي وظيفة الإعلام و الإخبار، كما وظفت كل من جريدة الخبر و الشروق الأساليب العقلية و يأتي في مقدمتها أسلوب التكرار و كذلك الأساليب العاطفية و نجد منها أسلوب الإسناد بالدرجة الأولى.

دراسة : عادل صادق حول " دور الصحافة المصرية في إدارة الأزمات"

دراسة مسحية على أزمة 11 سبتمبر 2001 وتداعياتها . والتي قدم فيها الباحث ما يلي:

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصحافة المصرية في إدارة الأزمات و ذلك من خلال تناولها لأهم الأزمات التي شهدها العالم في بداية الألفية الثانية.

تتجسد مشكلة الدراسة في البحث عن ماهية الدور الذي تقوم به الصحافة المصرية في إدارة الأزمات و ذلك بالتطبيق على أزمة 11 سبتمبر 2001 ، طبيعة هذا الدور ، حجمه ، نوعه قوته ، و العوامل التي تعوق الصحافة عن ممارسة دورها في إدارة الأزمات.

فرضيات الدراسة : اشتملت الدراسة على الفرضيات التالية:

هناك اتفاق تام فيما بين صحف الدراسة في ترتيب الجوانب الثلاثة للأزمة الأسباب النتائج و الحلول.

–حققت الإدارة الصحفية للأزمات و التوازن في عرض و تناول جوانب أزمة 11 سبتمبر 2011 و هي الأسباب ، الحلو ل والنتائج.

–ركزت الصحافة المصرية في إدارتها لأزمة 11 سبتمبر 2011 جهودها على مرحلتين مرت بهما الأزمة و هما : مرحلة انفجار الأزمة " الصدمة " ، و مرحلة ما بعد انفجار الأزمة ، من المواجهة أو الإحتواء إلى إعادة التوازن و استثمار الأزمة.

–توجد علاقة إرتباطية طردية بين عمق التغطية الصحفية و شمولها في الصحف ومدى أفضليتها لدى جمهور النخبة من حيث تناولها لجوانب الأزمة.

–توجد علاقة إرتباطية طردية بين ثقة جمهور النخبة في الصحف المصرية ، و الإعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمة.

–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحافة المصرية ، والمصادر الأخرى بشأن التأثيرت المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور عليها أثناء الأزمة.

–يوجد ارتباط ايجابي قوي بين أجندة الصحافة المصرية من ناحية أجندة جمهور النخبة من ناحية أخرى ، على مستوى أسباب الأزمة ، نتائج الأزمة ، الحلول المطروحة لمواجهتها.

المناهج المستخدمة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح و المنهج المقارن و استعان الباحث بأسلوب تحليل المضمون للصحف المختارة وتم تحديد المنهجية لمسح المضمون على هذا النحو:

تحديد مجتمع الصحف:

وقع اختيار الباحث على جرائد " الأهرام" ، " الأهالي "و " الوفد " و " الأسبوع" ، حيث تعد جريدة الأهرام الصوت الرسمي ، أما جريدة الوفد فهي تعبر عن التوجه الليبرالي في الصحافة المصرية ، أما جريدة الأهالي فهي تعبر عن التوجه اليساري القومي و تعكس جريدة الأسبوع التوجه المستقل في الصحافة المصرية.

تحديد عينة المادة المحللة:

تبعا لأهداف البحث فقد تم الاهتمام بكافة أنماط و فنون التحرير الصحفي(الخبر ، القصة الإخبارية ،التقرير ، التحقيق ، المقالات – بكافة أنواعها –، فن الكاريكاتير ، بريد القراء...الخ).

تحديد الفترة الزمنية:

تحددت الفترة الزمنية في هذه الد راسة بناء على تاريخ الأزمة 11 سبتمبر 2001 فان الفترة الزمنية المسجلة من 12 سبتمبر 2001 إلى نهاية سبتمبر2001

عينة الصحف و حجمها:

تم إتباع الحصر الشامل لجميع أعداد جريدة الأهالي و الأسبوع لأنهما تصدران أسبوعيا، أما جريدة الوفد و الأهرام ذات الإصدار اليومي فقد تم أخذ عينة عشوائية منتظمة بإتباع أسلوب الدورة.

نتائج الد راسة:

انتهت الد راسة في ضوء التغطية النظرية و الميدانية للموضوع إلى ما يلي:

-تعد وسائل الإعلام من العوامل الوسطية التي تؤدي دورا مهما في اكتساب المعلومات عن الأزمات و الأحداث الطارئة.

-تولي النخبة المصرية الصحف أولوية في تلبية الحاجات المعرفية بالنظر لغيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

-يرتبط دور الصحف في معالجة الأزمات بالتوجيهات السياسية و الفكرية التي تتبناها اتجاه الأزمة.

- تتسم المعالجة الصحفية للأزمات و سرد المعلومات التقريرية و استخدام الأشكال الإخبارية.

- تعتمد الصحف القومية على المسؤولين الرسميين في الحصول على المعلومات عن الأزمات ، بينما يزداد اعتماد الصحف الحزبية و المستقلة على المسؤولين الغير رسميين.

- يلاحظ عدم وجود توازن في المهام و الأدوار التي توليها الصحافة في إدارتها للأزمة في كل مرحلة من مراحلها.

- تلعب التيارات الفكرية و السياسة دورا كبيرا في صياغة و تشكيل الخطاب الصحفي

- يتسم أسلوب الطرح الصحفي في خطابات الصحف الحزبية و المستقلة بشخصية المواقف و الأحداث لتبدو و كأنها نتاج أفراد ، واستخدام الأساليب و الأسانيد الدرامية ذات التأثير العاطفي على الجماهير مع استبعاد المنهج الشمولي في تناول الأحداث.

الفصل الثاني:

المسؤولية الاجتماعية

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أكدت النظريات الخاصة بالعلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، على أن تحديد هذه العلاقة ونتائجها، يتحكم فيها الفرد إلى حد كبير من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد دوافع الاستخدام وإدراك المعاني

إن الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام في المجتمع، يشير إلى تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، ويمكن أن يلمس الجميع ذلك، من خلال الملاحظة المباشرة لمجالات التغير في المعرفة والسلوك على المستوى الفردي والجماعي في علاقتهم بوسائل الإعلام أثناء التعرض لها، مما يؤدي إلى تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته .

وفي مواجهة جنوح الصحف في ظل نظرية الحرية – التي نشأت في وعاء الإعلام بالولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية – إلى الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، وإساءة استخدامها للحرية، بدأ البحث عن تقييد الحرية في ظل النظم القائمة على الاقتصاد الحر، فظهر معنى الحرية القائمة على المسؤولية .وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وسلوكها .

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وأن على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، وعلى وسائل الإعلام تقع مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام حتى تستطيع هذه الجماهير إصدار أحكام متزنة وصحيحة على الأحداث العامة، وعليها أيضا أن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات هذه هي المسؤولية التي تقع على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية إلى جانب الإعلان والترفيه.

ووسائل الإعلام حسب نظرية المسؤولية الاجتماعية، متحررة من كل عناصر الإكراه، على الرغم أنها ليست متحررة من كل الضغوط، كما أنها حرة في تحقيق الأهداف المنوطة بها وهي حاجات المجتمع ولتحقيق غاياتها يجب أن تكون لديها التسهيلات الفنية والقوى المادية والقدرة على الوصول إلى المعلومات، وترى هذه النظرية أن الحكومة يجب أن لا تسمح فقط بالحرية، ولكن يجب أن تعمل بنشاط لترويجها والمحافظة عليها .فالحكومة باعتبارها أقوى قوة حقيقية تحتكر القوة المادية في المجتمع المعاصر، هي الجهة الوحيدة التي يمكن أن تضمن عمل وممارسة الحرية بكفاءة داخل المجتمع

المسؤولية في اللغة

المسؤولية (بوجه عام) حال او صفة من يُسأل عن امر تقع عليه تبعته، يقال :انا بريء من مسؤولية هذا العمل، وتطلق (اخلاقيا) على التزام الشخص بما يصدر عنه قولا او عملا، وتطلق (قانونا) على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقا لقانون.

أمااصطلاحا: تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها : "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع."

فهي نزوع الفرد إلى التفكير المسبق في النتائج المحتملة لأي خطوة مقترحة، وقبول هذه النتائج عن قصد، عموماً فإن المسؤولية الاجتماعية تتضمن عدة جوانب وأبعاد، تعتبر بمثابة خصائص وصفات للشخص المسؤول اجتماعيًا، وتشمل فهم الفرد واهتمامه بقضايا ومشكلات مجتمعه، ومن ثم مشاركته ومساهمته الفعالة في حلها وهو بذلك يؤدي واجبه الشخصي والاجتماعي تجاه مجتمعه.

وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضاً: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم."

في حين عبر عنها الشافعي بأنها «جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الانسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمدة على سلوك محمود أم مذمة على سلوك مذموم.

المبحث الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية و خصائصها الإعلامية:

أولا: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

و تقوم هذه النظرية ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية و ظهرت القواعد و القوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة و ذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة و الخوض في أخبار الجنس و الجريمة، مما أدى الى اساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

و يرى اصحاب هذه النظرية أن الحرية حق و واجب و مسؤولية في نفس الوقت، و من هنا يجب أن تقبل وسائل الاعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، و يمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للاعلام، مثل الصدق و الموضوعية و التوازن و الدقة.

و تهدف هذه النظرية الى رفع مستوى التصادم الى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية الى الاعلام و الترفيه و الحصول على الربح، الى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

و يحظر على وسائل الاعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة، و بإمكان القطاع العام و الخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، و لكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

ثانيا: خصائص نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هذه النظرية توافق بين ثلاثة مبادئ، هي: مبدأ الحرية الفردية والاختيار، ومبدأ حرية الصحافة، ومبدأ التزام الصحافة تجاه المجتمع، واهم خصائصها:

1-إن وسائل الإعلام ليست ذاتية بقدر ما هي موضوعية.

2-حيادية وسائل الإعلام تجاه الحكومات والقضايا الخلافية على مستوى المجتمع.

3-تعدد وسائل الإعلام بحيث تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع.

4-التنديد بالأعمال الصحفية المنحرفة، والتي تحارب الأخلاق والقيم.

5-الالتزام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية، ليتم التوازن بين حرية الأفراد ومصالح المجتمع.

6-تجنب كل ما من شأنه أن يساعد على حدوث الجرائم والعنف، وسيادة لغة البطش.

7-الحفاظ على النظام السياسي القائم.

8-يجب أن يكون الإعلاميون مسؤولين أمام المجتمع.

9-خدمة النشاط الاقتصادي وزيادة مساهمته في الناتج الوطني الإجمالي.

10 - تقديم برامج وألوان التسلية والترويح.

الفصل الثالث:

الإعلام والأزمات

المبحث الأول: الإعـــــــلام

أولا تعريف الاعلام:

لغة: الاعلام غير التعليم، لأن الاعلام اختص بما كان من اخبار سريع، أما التعليم فينطوي على التكرار و التكثير، فأعلم معناها أخبر أو أعرف واستعمله الخبر أي استخبرهأياه، و اصل كلمة اعلام انها من مصدر أعلم و معناها وضع علامة على كل شيء، قالت العرب: أعلم الفرس أي أعلم عليها صوفا ملونا في الحرب، و أعلم نفسه أي وسمها بسيما الحرب.

اصطلاحا: يعرف الإعلام على أنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الراي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولاتهم و يعني ذلك أن غاية الاعلام هي الاقناع عن طريق المعلومات أو الحقائق و الأرقام و الاحصائيات.

ثانيا الخريطة الاعلامية:

تتغير معطيات الخريطة الإعلامية المعاصرة بفعل التطورات التكنولوجية العاصفة و تطبيقاتها السريعة في مجال الاتصال، و بات محتما إجراء عملية إعادة النظر في الكثير من الثوابت الاعلامية القديمة المتعلقة بالوسيلة و الرسالة و المتلقي و يمكن تحديد تضاريس الخريطة الاعلامية على النحو التالي:

1- منظومة الاعلام الوطني/ القومي:

يوجد في كل مجتمع معاصر منظومة اعلامية متنوعة و متكاملة تضم مختلف وسائل الاعلام (المقروء و المسموع و المرئي)، يختلف مستوى تطور و تعدد و تنوع هذه المنظومة، باختلاف المستوى الحضاري لهذا المجتمع(و خاصة ما تعلق بالمستوى التعليمي و الثقافي و الاتصالي و المكانيات المادية و البشرية المتوفرة) و تظم هذه المنظومة الاعلامية العامة منظومات فرعية

أ- منظومة صحفية عامة: تضم مختلف الصحف العامة في هذا المجتمع، يوجد داخل هذه المنظومة الصحفية العامة منظومات صحفية ثانوية أو متخصصة، في مجال معين (رياضة، طب، ثقافة، اقتصاد.....الخ)، أو في منطقة معينة أو اقليم او جهة أو ولاية، أو في جنس معين، (امرأة، رجل)، أو في مهنة معينة (أطبائن مهندسون،

صيادون، نجارون...الخ) أو في فئة أو شريحة اجتماعية معينة (أطفال، شبيبة، متقاعدون).

ب-منظومة اذاعية عامة: تضم مختلف المحطات الاذاعية (المركزية، المحلية، و المتخصصة) العاملة في هذا المجتمع، و تظم هذه المنظومة الاذاعية العامة في المجتمعات المتطورة و الدول الكبرى منظومات اذاعية ثانوية او فرعية (الاذاعات المركزية/ الشبكات القومية، الاذاعات المحلية الموجهة لمنظذطقة أو ولاية أو جهة أو إقليم، الاذاعات التجارية الاذاعات المتخصصة بنشاط معين موسيقي أو رياضي، أو الموجهة فقط لشريحة اجتماعية معينة، الشبيبة مثلا)

ت-منظومة تلفزيونية عامة: تضم مختلف المحطات التلفزيونية العامة في البلد (الشبكات المركزية، المحطات المحلية، و الشبكات العامة و المتخصصة بكافة أنواعها و اساليب بثها، الفضائية و الأرضية ، الكابل، أو المشاهدة مقابل الدفع).

2- الاعلام الاقليمي

ينقسم العالم الى مناطق و اقاليم متعددة ، و بالرغم من انقسام هذه المناطق الى بلدان و دول متعددة فإن ثمة الكثير من السمات و الروابط و المصالح المشتركة فيما بينها مثل شمال افريقيا، و بسبب القرب الجغرافي و وحدة أو تقارب اللغة و الاهتمامات و العادات و القيم و التقاليد المشتركة، فإن شعوب منطقة ما تجد نفسها منجذبة للتعرض لرسائل اعلامية اقليمية مختلفة و متنوعة

3- الاعلام الدولي:

قبل الاندفاعة التكنولوجية الجديدة المتمثلة في البث الفضائي التلفزيوني و الانترنت، كانت شبكة الاعلام الدولي تقتصر على الاذاعات الموجهة و وكالات الأنباء و الصحف ذات الطابع الدولي، و كان من الممكن لكل بلد أن يمارس سيادته الاعلامية ضمن حدوده، و يمنع أو يحد عن طريق التشويش وصول اية رسالة إعلامية تتناقض مع مصالحه و اهدافه، إلى جماهيره

الان ، اختلفت معطيات الصورة جذريا، و تغيرت تضاؤيس الخريطة الاعلامية، و اصبحنا وجها لوجه أمام الحقائق الاعلامية التالية:

طفرة تكنولوجية كبيرة ذات مستوى تقني نوعي مرتفع، باهضة التكاليف، تسيطر عليها الدول العظمى و توجهها لصالحها اقتصاديا و عسكريا و و ثقافيا و اتصاليا، هذه الاندفاعة التكنولوجية الجديدة مكنت مالكيها من ايصال رسائلهم الاعلامية الى المكان الذي يريدون و في الوقت الذي يريدون و الى الشريحة الاجتماعية التي يريدون، دون ان تستطيع السلطات المحلية ان تمنع هذا التدفق الاعلامي الذي اخذ يتسع و يتنوع

ثالثا: مراحل التغطية الإعلامية للأزمة:

في ضوء نتائج البحوث و الد راسات الإعلامية ، فإن اهتمام وسائل الإعلام بتغطية الأزمة يمر في المراحل الأساسية الآتية:

1. **مرحلة التغطية الإعلامية العشوائية للازمة :** في بدايات الأزمة تتصف طبيعة التغطية الإعلامية لهذه الأزمة بالعشوائية بسبب عدم توافر البيانات و المعلومات و المعرفة الكافية عن الأزمة و أسبابها و تداعياتها و المواقف المختلفة تجاهها ، وعندما تصل الأزمة ذروتها فإن الطبيعة العشوائية للتغطية الإعلامية تقل و تبدأ تتجه الجهود الإعلامية نحو الإنتظام و الاتساق.
2. **مرحلة التغطية الإعلامية المنظمة للأزمة :** عندما تتضح معالم الأزمة وملامحها وتنجلي أسبابها و تتبدد آثارها وانعكاساتها فإن اهتمام وسائل الإعلام بالأزمة يدخل مرحلة جديدة هي مرحلة التغطية الإعلامية للأزمة ، وفي هذه المرحلة فإن وسائل الإعلام تسخر إمكانات مادية و بشرية كافية للتعاطي الإعلامي مع الأزمة و تزويد الفئات المستهدفة بالمعرفة الكافية عن الأزمة و تطوراتها.

وفي هذه المرحلة فإن على الكادر الإعلامي للمنظمة أن يركز على ما يأتي:

- تحقيق الإرتباط و التواصل مع وسائل الإعلام.
- تحقيق التواصل والتنسيق مع غرفة عمليات الأزمة.
- المتابعة المستمرة و الدقيقة لأحداث الأزمة و تطوراتها.
- متابعة إعلام الجهات المنافسة و المعادية للمنظمة و الرد على هذا الإعلام بحكمة من خلال
الحقائق.
- العمل على تهيئة الفئات المستهدفة بما فيها جميع أصحاب المصالح للنتائج المتوقعة للأزمة.
- الحرص الدائم على إصدار خطاب إعلامي موحد للجهات الخارجية ، و أن يكون هذا الخطاب
قادرا على إحداث التأثيرات المطلوبة .
- تقويم مدى استجابة الفئات المستهدفة للرسالة الإعلامية و الخطاب الإعلامي الصادر عن المنظمة.

3 مرحلة تكيف التغطية الإعلامية مع واقع ما بعد الأزمة:

في هذه المرحلة تقل حدة التغطية الإعلامية للأزمة و تراجع وتيرتها ، وتختلف طبيعة هذه التغطية ، إذ أنها تتأثر بما وصلت إليه الأحداث بعد الأزمة فهناك بعض المواقف الإعلامية التي قد تتغير و تتبدل في ضوء مستجدات ما بعد الأزمة.

و في هذه المرحلة فإن دور وسائل الإعلام لا يكون مجرد وصف للأحداث و تسلسلها و تصاعدها ، بل إن الإعلام يبدأ بالتدخل والمشاركة في صياغة الإستراتيجيات التي تسهم في التعامل مع الواقع الجديد و معالجته

وفي هذه المرحلة فإن على الكادر الإعلامي في المنظمة أن يركز على ما يأتي:

- نشر الوعي بين جميع أصحاب المصالح داخل المنظمة و خارجها لواجهة الأزمة بإيجابية ودون توتر و خوف.
- توفير البيانات و المعلومات و المعرفة عن الأزمة و تقديم وجهات نظر الرأي الآخر من خلال مقابلات مع المتخصصين.
- تعزيز قيم الولاء التنظيمي و التضحية و الإنتماء لدى الفئات المستهدفة خصوصا أصحاب المصالح .
- الرد على الشائعات التي تتردد من خلال إيراد الحقائق التي تدحض هذه الشائعات.
- مراعات المصداقية في المعالجة الإعلامية للأزمة دون تهوين ولا تهويل.
- تناول الأزمة و أسبابها و نتائجها بإستخدام منهج علمي تحليلي ينقد الأبعاد المختلفة للأزمة مع توضيح الأدوار التي تلعبها الأطراف المختلفة في التعامل مع الأزمة ومواجهتها و إدارتها.
- إجراء عمليات تقويم شاملة لعملية التعاطي الإعلامي والتغطية الإعلامية للأزمة.
- استخلاص العبر و الدروس من الممارسات الإعلامية في مراحل الأزمة المختلفة، و تحقيق ذلك من خلال المختصين.
- عدم الوقف الفجائي عن التغطية الإعلامية لأحداث الأزمة ، بل يجب أن يكون هذا التوقف بصورة تدريجية و ذلك حتى يتم بناء التأثير المطلوب في الفئات المستهدفة و حتى لا يجري استغلال هذه الفجوة الإعلامية من أطراف إعلامية أخرى بحيث تعمل هذه الأطراف على تحقيق تأثيرات لا ترغب فيها المنظمة

ثالثا: دور وسائل الإعلام قبل، أثناء، و بعد الأزمة

- **الاعلام قبل انفجار الأزمة:**

تقوم هيئة الأركان الاعلامية منذ البداية، منطلقة من الإستراتيجية العامة للأزمة، و مسترشدة بالمنطلقات العامة المحددة لمعالجة الأزمة، و بالدور المرسوم للإعلام في مجمل عملية المجابهة، بوضع الخريطة التفصيلية و اللوائح التنفيذية التي تمكنها من تحقيق

خططها و برامجها و إنجاز المهام المطلوبة منها في عملية الصراع مع أهمية انجاز المهام التالية:

1- وضع خريطة كاملة شاملة للمنظومة الاعلامية المتوفرة تضم جميع وسائل الاعلام الجماهيري (المقروءة و المسموعة و المرئية) كما تضم سبل و الوسائل و الامكانات المتوفرة في مجالي الاعلام الفردي – الشفهي المواجهي و الإعلام الجمعي
2- انطلاقا من الادراك العميق لخصائص كل نظام اتصالي، و كل وسيلة اعلامية، تقوم هيئة الاركان الاعلامية بتحديد وظائف و مهام هذه الوسائل كافة
3- و انطلاقا من الفهم العميق لخصائص الشرائح المختلفة من الجمهور (الداخلي و الاقليمي و العالمي) تقوم هيئة الاركان الاعلامية بتحديد الجمهور المستهدف بالنسبة لكل وسيلة اعلامية
4- و انطلاقا من الادراك العميق لنظريات الاقناع و التأثير، تقوم هذه الهيئة بتحديد الأسلوب الاعلامي المناسب استخدامه في كل وسيلة من وسائل الاتصال المتوفرة، و بالتنسيق الكامل و التفاهم و التعاون العميقين و الشاملين مع الكوادر الاعلامية العاملة في هذه الوسائل و المتمثل معظمها في هيئة الاركان الاعلامية
5- تشكل هيئة الأركان الاعلامية المركزية في كل مؤسسة إعلامية فريق عمل مؤهل و متخصص و متنوع يضم رئيسا و مجموعة من المحررين و المصورين، و ذلك حسب أهمية و نوعية و حجم و طبيعة مهام كل وسيلة، يكون هذا الفريق متفرغا كليا، و ربما جزئيا حسب الوسيلة، و مسؤولا عن الادارة الاعلامية للأزمة في مؤسسته، و تقديم التغطية الكاملة و المستمرة للأزمة، يتم توزيع العمل داخل هذا الفريق حسب طبيعة المؤسسة و حجمها و موقعها على الخريطة الإعلامية، و داخل المنظومة الاعلامية العامة، و يرتبط هذا الفريق عبر رئيسه، مع قيادة المؤسسة، و تكون مهمته المركزية تنفيذ المهام الملقاة على عاتق المؤسسة ضمن الخطة الإعلامية العامة لإدارة الأزمة.

- **المهام الرئيسة:**

نعتقد أن المرحلة الاولى من ادارة الأزمة إعلاميا (مرحلة ما قبل الانفجار) هي مرحلة تأسيسية بالغة الأهمية، نرى ضرورة أن تسعى فيها القيادة الإعلامية الى تحقيق المهام الثلاث التالية:

1- إشباع الجوع الى المعلومات:

تختلف الأزمات و تتباين، و لكن و بالرغم من هذا التعدد و التباين فإن المدخل الأساسي لقراءة الأزمة هو المبدأ الذي ينص على حقيقة أن الأزمات ليست وليدة ذاتها، و لكنها وليدة مجموعة من العوامل و الدوافع و الأسباب، و لذلك فإننا نرى أن المهمة الأولى لإدارة الأزمة إعلاميا في مرحلة ما قبل انفجارها هي تقديم حجم معرفي شامل و متنوع، يغطي الجوانب المختلفة للأزمة، و يتيح للمتلقي من أن يقف على ارض صلبة من المعلومات الغنية و المتنوعة المصادر، التي تتيح له أن يمتلك المعرفة الكافية المتعلقة بجوانب الأزمة، و عناصرها، و أسبابها، و أطرافها.

2- النزعة التحليلية النقدية و التثقيفية:

ليست الأزمة مجموعة أحداث منعزلة تجري عملية تغطيتها إخباريا، إنها تركيب معقد و متشابكو يضم جوانب و أبعادا متعددة، و هي لا تحدث في فراغ، بل هي بنت مجتمعها، و عصره، و نتاج ظروفها بمعنى أنها تحدث ضمن سياق معين.

اذا كان الطابع الاخباري هو السائد في المهمة الأولى ذات السمة التعريفية بالأزمة، فإن الطابع التثقيفي، التحليلي، الفكري و النقدي، هو السائد في المهمة الثانية، مع التأكيد أن ثمة تداخلا بين المهمتين و أن الواقع لا يعرف هذا الفصل التعسفي الذي يفرضه الفكر لأاعداف دراسية و بحثية صرفة، و لذلك نرى ضرورة تأكيد ذلك لعدة أسباب نذكر أهمها:

- تعرض المواطن لكم هائل من المعلومات من مصادر مختلفة و متنوعة أكبر من مقدرته على على الفهم و الاستيعاب، في السابق كان الجهل و التشويش على ذهن المواطن يعود الى قلة المعلومات، أما الان فباتت كثرة المعلومات هي التي تؤدي الى التشويش على ذهن المواطن، حيث أنه يطلع على كمية عائلة من المعلومات من مصادر مختلفة و متنوعة و لكنه لا يفهم و لا يستوعبو لا يدرك بعمق و شمولية حقيقة ما يحدث
- ان التغطية التفاعلية التي يريدها المواطن المعاصر تحتم تحتم اعتماد النزعة التحليلية النقدية التي تسعى الى تقديم خطاب اعلامي غني، و مفتوح .
- إن المعالجة التحليلية، التفسيرية للأبعاد المختلفة للأزمة تشحن التغطية بمضمون يثري معرفة المواطن بالأزمة، و يعمق فهمه لها، و يحشد حوله هذه التغطية قوى و شرائح واسعة و مهتمة و معنية بالأبعاد المختلفة للصراع.

نشير الى ضرورة الاعتماد على الخبراء و الاختصاصيين و قادة الراي، اذ لا نستطيع وسيلة الاعلام المعاصرة، مهما امتلكت كادر و مؤهل، أن تنجز لوحدها هاتين المهمتين، و بهذا الصدد نءكد على:

- أن يتم ذلك كله وفق المنظور العام الذي حددته هيئة الاركان الاعلامية المركزية.
- المؤسسة الاعلامية المعنية هي التي تقود هذه العملية، هي التي تختار الشخصيات، و تحدد الموضوعات، و توجه الحوار و تقوده.
- الحرص على ألا يؤدي التنوع و التعدد في الآراء و وجهات النظر الى التشوش و التفتت، بل الى التماسك و الانسجام.
- ضرورة الحرص على تجنب أحادية النظرة و الرأي، و تجنب الاقتصار على المعالجة الجزئية، أو التركيز على أبعاد معينة و إهمال الأبعاد الأخرى.
- تجنب الغرق في العموميات، و تجنب استخدام الشعارات البراقة، و التركيز بدلا من ذلك على بذل جهود جدية للحصول على المعلومات الغنية و المتنوعةو للمتابعة و التوضيح و التفسير، واستخدام فن اعلامي جدي و جذاب و متطور.
- الحرص على مراعاة المستويات المختلفة للشرائح المختلفة من الجمهور، و مراعاة الخصائص المختلفة للوسائل الإعلامية، و تحقيق قدر من التنسيق و التكامل بين مختلف هذه الوسائل.

3- البعد اللغوي للأزمة حرب المصطلحات:

يصاحب كل أزمة صراع حول نوعية المصطلحات المستخدمة، أو حول الممون الذي يحتويه المصطلح الواحد، لذلك نرى ضرورة حسم الأمر و تحديد المصطلحات السياسية و العسكرية و الجغرافية .... الخ، و أن تعمم هذه المصطلحات و أن تشرف القيادة الاعلامية على استخدامها في وسائل الاعلام بكافة اطيافها، و حتى في المساهمات التي يقدمها كتاب من خارج المؤسسات الإعلامية.

- **الإعلام اثناء الأزمـــــة:**

تتميز هذه المرحلة بقدر أكبر من التحديد و الوضوح، ثمة أشياء كثيرة قد تكون غامضة أو غير معروفة في المرحلة السابقة، الأمر الذي يعطي للتصورات و الاحتمالات شرعية الوجود المكثف، أما الان فإن مسرح الأزمة بكب ما يتضمنه من ثوابت ومتغيرات، و قوى و أطراف و شخصيات، قد أصبح أكثر وضوحا

المهام الأساسية لهذه المرحلة:

- تحقيق اقصى قدر من الارتباط و التنسيق و الاتصال بهيئة الأركان الاعلامية المركزية لإدارة الأزمة
- التعبئة الشاملة، و تنظيم آلية عمل في غرفة عمليات إدارة الأزمة إعلاميا تعمل على مدار الساعة.
- تحقيق ارتباط و اتصال و إشراف و متابعة بشكل دائم مع مختلف وسائل الاتصال.
- المواكبة الدائمة و المتابعة الدقيقة للتغيير الحاصل في ميدان الصراع الأساسي و في مواقف الأطراف المختلفة المعنية بالأزمة و إصدار التوجيهات المناسبة لوسائل الإعلام المختلفة لمواجهة هذه المتغيرات، و تطوير الخطط و البرامج الاعلامية وفق تطور الأزمة و تفاعلات الأحداث و ظهور مواقف جديدة، و ذلك كله بالتنسيق و التفاهم مع الوسائل الاعلامية من جهة و مع هيئة القيادة الاعلامية المركزية من جهة ثانية
- المتابعة الدائمة و المستمرة لإعلام الخصم، العدو، و تحليل مضمونه و اساليبه، و تحديد أشكال و طرق ووسائل الرد عليه، بهدف تخفيف أو إلغاء تأثيره، و تحصين الرأي العام من مخاطره، و يجب الانتباه في هذا الصدد الى حقيقة أن مصداقية الإعلام الموجه الى الخصم قد تتناقض مع مصداقية الإعلام الموجه الى الداخل
- السهر على تطبيق الاستراتيجية العامة، و الحرص على وضع الخطط و البرامج المرسومة موضع التنفيذ، مع الأخذ بعين الإعتبار التبدلات و التطورات الحاصلة.
- الإشراف على تحقيق التكامل و التنسيق بين المفردات المختلفة للمنظومة الإعلامية، و الحرص على الإستفادة من الخصائص و الإمكانيات الآتية لكل وسيلة.
- الحرص على مراقبة الجماهير المستهدفة، و ملاحظة و فهم التغيير الذي قد يحصل في أوساطها، المسألة المركزية هنا تتمثل في كيفية استقبال الجماهير المستهدفة للخطاب الإعلامي.
- الحرص على انتاج خطاب اعلامي موجه للأطراف الخارجية، مناسب لمواقف عذهالاطرافن و مواكبة التبدلات التي قد تحصل في مواقف هذه الأطراف
- إجراء عملية تقسيم جدوى للمارسة الإعلامية، وفق الظروف الخاصة، و بما يتناسب مع خصوصية كل وسيلة، و طبيعة كل شريحةاجتماعية و نرى ضرورة أن تشمل عملية التقييم هذه مجالات متعددة، و أن تطال مستويات متنوعة.
- ان التركيز على متابعة التطورات اليومية يجب ألا ينسي القيادة الغعلامية للأزمة أهمية إعداد الراي العام لنتائج الازمة.

- **الإعـلام بعــد الأزمـــــة:**

بالرجوع الى ما أشرنا اليه سابقا على ضرورة أن يمهد الإعلام في المرحلة السابقة الى النتائج المتوقعة للأزمة، بغض النظر عن طبيعة هذه النتائج، لابد من من إنجاز المهام التالية:

- عدم التوقف فجأة عن الاهتمام بالأزمة، و عدم ترك الجمهور في فراغ قد تسعى لملئه مصادر أخرى، فيجب التدرج في تخفيف التركيز على الأزمة، خاصة بعد أن خفت و انتهت هذه الأزمة، و ربما استجدت أمور جديدة، الأمر الذي يحتم تراجع موضوع الأزمة، و بالتالي على الاعلام تقديم رؤية معمقة للازمة و للدروس المستفادة منها و ذلك بالاعتماد على كوادره و على قادة الراي و على الخبراء و الأخصائيين، الذي من شانه أن يساهم في ترسيخ التأثير الذي استهدفه الاعلام في المرحلتين السابقتين و تدعيم الاتجاهات التي أوجدها لدى الجمهور.
- ضرورة اجراء عملية تقييم شاملة لإدارة الأزمة إعلاميا، تشمل هذه العملية الإجابة عن تساؤلات كثيرة و هامة.

المبحـــث الثانـــي: الأزمـــــــة

أولا: التعريف و المفهوم:

تعني الازمة في **اللغة العربيةالجدب والقحط والضيق والشدة** التي تنتج عـــن انحبـــاس المطر وبالتالي الفقر والمجاعة وقد تعني **الضائقة في كل شيء من تكاليف الحياة.**

ومصطلح الأزمة (Crises) مشتق من الكلمة اليونانية (Krisis) والتـــي تعنـــي لحظـــة القرار، وهي بالصينية مكونة من حرفين يرمز الاول للخطر والآخـــر يرمـــز للفرصـــة. وتشير كلمة الأزمة الى لحظة مصيرية أو زمن مهم، كما تشير الى معنى التغيير المفاجئ وفي الغالب نحو الاسوأ. وفي الحضارة الإغريقية القديمة فان الازمات هي مواقف تحتاج الى صناعة القرار، والازمات تشكل نقط تحول تاريخية حيث تكون الخيارات والقرارات الانسانية قادرة على احداث تغييرات اساسية وجوهرية في المستقبل.

وتزايد الأزمة وتراكمها مستمر لاحداث وامور غير متوقع حدوثها على مستوى جـــزء من النظام أو على مستوى النظام بأكمله، هذه الاحداث قد تستمر في التراكم والتضخم الى الدرجة التي قد تؤدي الى التأثير في أكثر من جزء من النظام، ومن ثم تتـــأثر الانشـــطة والعمليات الحالية للنظام وقد يمتد تأثير ذلك ليؤثر في مستقبل النظام بأكمله.

يعد مفهوم الأزمة واحدا من المفاهيم المراوغة التي يصعب تحديدها، و يرى الباحثون أن ذلك يعود لأسباب متعددة و متداخلة أبرزها:

- صعوبة حصر و تحديد ما هو المقصود بالأزمة
- الطبيعة الشمولية للمصطلح و اتساع نطاق استخدامه (أزمة هوية، أزمة أخلاق، أزمة مسرح، أزمة اقتصادية أو سياسية أو عسكرية)
- خصوصية المنظور الذي ينظر به كل علم الى مفهوم الأزمة، و بخاصة بعد أن جذب مجال دراسة الأزمات العديد من الباحثين من مجالات علمية مختلفة
- نتج عن كثرة التعاريف و تنوع المعالجات زيادة غموض المفهوم

أدى ذلك الى تعدد التعاريف المستخدمة في تحديد مفهوم الأزمة ولكن قراءة معمقة لهذه التعاريف تؤكد أن تعددها يعود الى اختلاف النظرة الى الازمة، و الى اختلاف الجانب الذي يجري التركيز عليه من بين الجوانب المختلفة للازمة، الأمر الذي يتيح إمكانية القول أن تعدد و تنوع هذه التعاريف لا ينفي تكاملها.

تعرف دائرة معارف العلوم الاجتماعية الأزمة بأنها: (حدوث خلل خطير و مفاجىء في العلاقات بين شيئين)، و يقدم وليم كوانت التعريف التالي للأزمة: الأزمة هي تلك النقطة الحرجة و اللحظة المناسبة التي يتحدد عندها مصي تطور ما ، و يعرف جوناثان روبرت الأزمة: أنها مرحلة الذروة في توتر العلاقات في بنية استراتيجية وطنية إقليمية أو محلية

و يميز الباحثون مفهوم الأزمة عن المفاهيم الأخرى القريبة منها على النحو التالي:

أ- الأزمة و الصراع: يقترب مفهوم الصراع من مفهوم الأزمة، الا أن الصراع قد لا يكون بالغ الحدة و شديد التهديد كما هو الحال في الأزمات كما أن الصراع قد تكون معروفة أبعاده و اتجاهاته و أهدافه (الخضير، 1990)

ب-الأزمة و المشكلة: تعبر المشكلة عن الباعث الرئيسي الذي يسبب حالة من الحالات غير المرغوب فيها، و من ثم فإن المشكلة قد تكون هي سبب الأزمة، و لكنها لن تكون هي الأزمة في حد ذاتها، فالأزمة عادة ما تكون أحد الظواهر المتفجرة عن المشكلة، و التي تأخذ موقفا حادا شديد الصعوبة و التعقيد، غي حين أن المشكلة عادة ما تحتاج الى جهد منظم للوصول اليها و التعامل معها، و هكذا فإن كل أزمة مشكلة، و لكن ليس كل مشكلة أزمة (الخضيري، 1990، ص 19)

ت-الأزمة و الخلاف: الأزمة وضع أكثر تعقيدا و شمولا و عمقا من الخلاف المحدد حول مسألة معينة، و ثمة احتمال أن يتحول الخلاف إذا لم تتم عملية حصره و تطويقه إلى أزمة.

ث-الأزمة و الحادث: الحادث عبارة عن تطور جزئي تتم معالجته ضمن إطاره و وفق منطلقه و سياقه، ثمة احتمال قائم دائما أن يتحول الحادث بشكل متعمد إالى أزمة.

ثانيا :أنــواع الازمـــــات:

تستخدم دراسات العلوم السياسية تصانيف مختلفة للأزمات، و يعود سبب هذا الاختلاف الى المعيار- المقياس المعتمد للتصنيف و من أبرز هذه التصانيف:

1- وفق معيار مرحلة التكوين: حيث نجد الأنواع التالية:أزمة في مرحلة الميلاد، أزمة في مرحلة النمو، أزمة في مرحلة النضج، أزمة في مرحلة الانحسار، و أزمة في مرحلة الاختفاء.

2- وفق معيار معدل تكرار حدوث الأزمة: و هنا نجد:أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث، و ازمة ذات طابع فجائي عشوائي غير متكرر.
3- وفق مستوى العمق: تميز الدراسات بين نوعين من الأزمات: أزمة سطحية هامشية التأثير، و أزمة عميقة جوهرية بالغة التأثير.
4- وفق درجة الشدة: و يمكن التمييز بين: أزمة عنيفة متفجرة، و بين أزمة هادئة.
5- وفق الشمولية: حيث نجد أزمة عامة ذات طابع شمولي، و أزمة ذات طابع جزئي.
6- وفق الموضوع: حيث توجد أزمة مادية، و أزمة معنوية، و أزمة مختلطة.
7- وفق المظهر: و تميز الدراسات بين: أزمة زاحفة، و أزمة مفاجئة، و أزمة علنية صريحة، و أزمة ضمنية مستترة (الخضيري 1990، ص 103).

ثالثا: طرق التعامل مع الأزمة:

تختلف و تتعدد طرق التعامل مع الأزمة، و يصنف الباحثون هذه الطرق الى نوعين رئيسيين:

طرق تقليدية: و تضم الأنواع التالية:

أ- أنكار الأزمة، و عدم الاعتراف بها
ب- كبت الأزمة، أملا بالبحث عن مخرج قبل الانفجار
ت-تنفيس الأزمة بتخفيف حدتها
ث- تفريغ الأزمة من خلال العمل على تفريغ مضمونها، و بالتالي من زخمها
ج- عزل قوى الأزمة من خلال السعي لاستبعاد أطراف معينة و حصر الصراع مع طرف واحد
ح- إخماد الأزمة بأسلوب ما (تقديم تنازلات، الإقدام عاى مناورات، القبول بحل وسط . . . الخ)

طرق غير تقليدية: و تضم الأنواع التالية:

أ- تشكيل فريق عمل مؤقت أو دائم، لتشخيص و متابعة تحرك و تطور الأزمة و التعامل معها
ب-طريقة الاحتياطي التعبوي للتعامل مع الأزمة
ت-المشاركة الديمقراطية لقطاعات و قوى متعددة و متنوعة معنية بالأزمة
ث-طريقة احتواء الأزمة و استيعابها و ربما تجاوزها
ج- طريقة تصعيد الأزمة، ضمن استراتيجية معينة مدروسة و مرسومة
ح- طريقة تفتيت الأزمة عبر تجزئتها
خ- طريقة تدمير الأزمة ذاتيا من خلال تفجيرها من الداخل

د- طريقة تحويل مسار الأزمة من خلال تغيير وجهة تحركها باتجاه مناطق أو مجالات مناسبة.

في ضوء ما تقدم يمكن القول: ان الأزمة وضع صعب و معقد، يتألف من عناصر متعددة متداخلة و متشابكة، و أن مواجهة هذا الوضع تتطلب التشخيص الموضوعي لواقع الأزمة بالاعتماد على جمع الحقائق و البيانات و المعلومات الموضوعية للجوانب المختلفة للموقف، ثم التحليل الشامل و العميق الموضوعي لهذا الموقف، و من ثم اتخاذ القرار المناسب، الذي يحدد منهج التعامل، و استراتيجيته، و أهدافه.

و هكذا نرى أن استثنائية موقف الأزمة تتطلب قدرا استثنائيا من الدراسة و التحليل الملموسين و الموضوعين للواقع الموضوعي و الملموس.

رابعا: الإعلام و الأزمات في الجزائر:

عادة ما تشكل الأزمات و الأحداث غير المتوقعة مادة إعلامية دسمة تتسابق إلى اكتساب حصريتها كل وسائل الإعلام، وهو واقع الأمر في الجزائر، و لعل أبرز ما يمكن تصنيفه في هذا الباب هو مرحلة الاحتقان التي سبقت الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019، حينما كان الرئيس السابق عبد العزيز بو تفليقة يعالج في سويسرا و تضاربت حينها الأنباء عن حقيقة صحة الرئيس وسط شح كبير في المعلومة و قبلها حين سعت ما أصبح يصطلح على تسميتها الآن ب:" القوى غير الدستورية" لترشيح عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية خامسة، في الوقت الذي روجت فيه بعض الوسائل الإعلامية بأن الرئيس آنذاك بكامل قواه العقلية و يمارس مهامه بشكل عادي، كانت الأغلبية الساحقة من المجتمع تؤمن، بأن صحة الرئيس لا تسمح له بقيامه بمهامه مطلقا، و هو ما تجلى في الأخير، هنا يمكن أن وسائل الإعلام قد فقدت شيئا من مصداقيتها لصالح منصات التواصل الاجتماعي.

الإعلام و الحراك الشعبي:

واجه الإعلام الخاص في الجزائر ضغوطاً كبيرة، خلال فترة الحراك الشعبي الثائر ضد النظام، أخذت أشكالاً متعددة منها قطع البث المباشر عن القنوات ووقف ضخ الإشهار العمومي عنها بهدف خنقها، وهو سلاح كانت توظفه السلطة لتأديب الصحف المصنفة معارضة. و هو الأمر الذي جعل الجزائر تحتل المرتبة 141 في التصنيف العالمي لحرية الصحافة الأخير لعام 2019 الذي أصدرته منظمة مراسلون بلا حدود.

فإلى وقت ليس بالبعيد ظلت، في منظور المتابعين، جل وسائل الإعلام بوقا للنظام و مع استمرار تجلت تحولات توحي بتحول الإعلام من بوق للنظام إلى ناطق باسم الحراك فعلاً ما يؤسس لإفلات الإعلام من مخالب السلطة

في بداية الغضب الجماهيري الرافض لترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لولاية خامسة، وقع الإعلام الجزائري بشقّيه الحكومي والخاص تحت الصدمة وفشل في التماهي مع الحدث.

وأظهرت الفضائيات الخاصة، وقطاع واسع من الإعلام فتوراً في نقل الحراك بسبب الخوف من التعاطي مع مطلب رحيل بوتفليقة عن الحكم، والحديث عن صحته المتدهورة. يمكن الاستدلال على هذا بتحاشي التلفزيون الرسمي عشية 22 فيفري عن نقل المسيرات التي عمّت مدن البلاد في نشرته الرئيسة وكذلك الشأن بالنسبة للإذاعة الحكومية ووكالة الأنباء الرسمية و هو انتكاسة إعلامية لتعارضها المطلق مع مطالب 42 مليون جزائري، وقتها تعرضت وسائل إعلام خاصة لضغوطات السلطة خلال المسيرات.

هذا الخطاب الذي أرادت السلطة تسويقه، أساء إلى صورة العديد من الإعلاميين الجزائريين ووصفهم الشارع بأنهم خصوم مباشرون، وجزء من الأزمة.وكان الإعلام يهاجَم، خلال المظاهرات، بشعارات قاسية، كدلالة على القطيعة بين الطرفين.

و أمام التقدم المتسارع للحراك و اتساع الضغط و الزحف الشعبي وتصاعد وتيرة المطالب، فضل الإعلام الرضوخ للواقع في محاولة لاستدراك ما حصل له من فقدانه المصداقية والموضوعية، خصوصاً مع وجود الإعلام البديل الذي تمكّن من تعبئة الشارع بطريقة عجزت عن كسرها كل أدوات السلطة. حينها يمكن استحسان الوقفات الاحتجاجية التي نظمها صحفيون جزائريون من القطاعين الحكومي والخاص وسط العاصمة، تنديداً بما وصفوه التعتيم الإعلامي والضغوط التي يتعرضون لها من طرف السلطة و في عز المسيرات الشعبية المطالبة بتغيير النظام، شهد التلفزيون والإذاعة الحكوميان ووكالة الأنباء الجزائرية الرسمية حركات احتجاجية ووقفات من صحفييها، بسبب التعتيم الممارَس في نقل ما يجري عبر أرجاء البلاد.

وتحررت الصحف في عناوينها وباتت تنشر تقارير جريئة ضد الرئيس بوتفليقة والمجموعة المحيطة به.

وباتت فضائيات وصحف بمثابة ناطقين باسم الحراك ومدافعين عنه بشدة.

وفي قاعات التحرير انتفض الصحافيون وتمردوا لأول مرة على واقعهم، مطالبين بتمكينهم من نقل الصورة على حقيقتها.واستطاعوا انتزاع هامش أكبر من الحرية؛ فأصبح التلفزيون العمومي ينقل صور المحتجين، وكذلك أصبحت الإذاعة الوطنية تستقبل معارضين للنظام.

رغم هذا، لا يمكن إنكار الدور الفعال لوسائل الإعلام الجزائرية و حضورها القوي في ما عاشته الجزائر من نكبات و ما ألم بشعبها من مواجع، انطلاقا من فيضانات باب الوادي 2001 و زلزال بومرداس 2003 إلى حادثة سقوط الطائرة العسكرية 2018 و التي شكلت صدمة للجزائريين و للعالم أجمع غير أن ما تؤاخذ عليه الصحافة في هذا الإطار هو اكتفاؤها بنقل مشهد الحادث و عدد الضحايا و حجم الضرر المادي، دون عمل استقصائي يغوص بجرأة و مصداقية في الأسباب الموضوعية للحوادث السابقة و تغاضيها عن ذكر الإهمال البشري ، أي تجاهل المسؤولين و كذلك التناول الإعلامي لملف الفيضانات التي عاشتها ولايات الشرق من سنة 2018 حيث أن جميعهم ركزوا على صور الضحايا وتغاضوا عن الحدث المأساوي الذي من المفروض أن تعطى فيه الحقائق من المصدر. و هذا مؤشر على نقص التكوين وغياب الاحترافية وراء تراجع المسؤولية الاجتماعية عند الصحفي.

قال الباحث والأستاذ في كلية علوم الإعلام والاتصال،**عمار عبد الرحمان** في تصريح ل" الشعب"، آن تعامل الصحافة الجزائرية مع النكبات في الجزائر خاصة حادثة سقوط الطائرة العسكرية التي راح ضحيتها عدد كبير من الجزائريين وكذا فيضانات ولايات الشرق " أنها كارثة طبيعية وعادية لو حدثت في بلد آخر،غير أن التهويل الإعلامي جعل الكثير من الأحداث تأخذ منحى آخر،غير أن هذا لا يلغي الجانب الايجابي في إعلام المواطن بأخر مستجدات الأحداث.

في حين يرى **"حسين تومي"** الأستاذ بكلية العلوم الاجتماعية ببوزريعة جامعة الجزائر 2 ‘‘أن تناول المشهد الإعلامي للأزمات في الجزائر سواء طبيعة أوغير طبيعية تحسن بشكل كبير من حيث التغطية التحليل وتفسير الأزمات عما كان عليه في السابق، ما يجعلنا نقول ‘‘أن هناك تشريف للأزمات التي هي بحاجة إلى مزيد من الحريات لتشريح المشهد الإعلامي’’ وهو ما ينطبق كذلك - يقول الأستاذ - على وسائل الإعلام العمومية التي أصبحت تتناول ملف الأزمات بشكل أفضل لأنها لم تعد تنحصر في نقل الخبر فقط وإنما انتقلت إلى التفسير والبحث عن الأسباب.

وبخصوص القنوات الفضائية وتناولها لملف النكبات في الجزائر قال ذات المتحدث أنها أعطت حيوية للمشهد الإعلامي، بالإضافة إلى فرض نفسها في الساحة الإعلامية من خلال استحواذها على نسب مشاهدة كبيرة والاستغناء على بعض القنوات الأجنبية وإبراز دورها الفعال في تغطيته الأزمات لما تتوفر عليه من قدرات هائلة في نقل الأخبار بسرعة كبيرة وآنية عما كانت عليه في السابق، وهذا بالرغم من افتقارها أحيانا للاحترافية إلا أنها استطاعت في الأخير أن تنقل الأخبار بسرعة كبيرة وتدخل بيوت الجزائريين، غير أن ما يعاب عليها مثلا: أنه في سياق النقاشات داخل البلاطوهات في بعض القنوات "أنها تحولت إلى معارك يصدم فيها الصحفي بالطرف الآخر وهو ما لا يصح إعلاميا" نستخلص من كلام الأستاذ أنه يشدد على ضرورة إقحام الإعلام في خلايا الأزمة من أجل إشراكه في العملية والمساهمة في نقل مادة إعلاميه نزيهة تعتمد على الأحداث وليس على المشهد والصورة الأمر الذي يضرب احترافيته في الصميم ورغم الدور الايجابي الذي يلعبه الإعلام في إدارة الأزمات غير أن نقص التكوين والاحترافية وراء تراجع العمل الصحفي وتحول الإعلامي إلى هاوي.

كمادعا الأستاذ المسؤولين على جهاز الإعلام تخصيص دورات تكوينية في كيفية التعامل مع الأزمات ليكون طرفا في المعادلة بدل التجاوزات المسجلة في الساحة الإعلامية خاصة على مستوى بعض القنوات التي أبتعدت – حسبه - عن العمل الصحفي، على اعتبار أن 60 بالمائة من شاغلي القنوات ليسو خريجي إعلام ما جعل قطاع السمعي البصري يتخبط في

اللاإحترفية.

وأكد الأستاذ في سياق موصول على ضرورة تحريك سلطة الضبط وكذا القوانين الدستورية والعضوية وكذا القانون التكميلي المخصص لمجال السمعي البصري، مشيرا أن الإعلام بحاجة إلى أرضية ومساحة للاستقرار من اجل تقديم إعلام نزيه وفي المقابل قال الأستاذ عبد الرحمان، انه لا يمكن إنكار الدور الايجابي لوسائل الإعلام باعتبارها الوسيلة الأسرع في نقل المعلومات والمساهمة في تكوين الحياة الاجتماعية بالنظر إلى تأثيرها القوي على الرأي العام، بالإضافة إلى المساهمة في الإعلام الجواري الذي استطاعت أن تقدم فيه أشياء ايجابية ساعدت المواطن الحصول على مختلف الأنباء وتوسيع رقعة التغطية الإعلامية عبر ولايات الوطن

الفصل الرابع:

تصور حول الجانب الميداني للدراسة

في هذا الجانب و نظرا للحالة الصحية العالمية التي آلت اليها البلاد تعذر علينا القيام بالعمل الميداني لكننا أنجزنا تصورا حول هذا الجانب و المتمثل في:

منهج الدراسة و أدواته:

يساعد المنهج الوصفي في الحصول على ما نحتاجه لإتمام الموضوع قيد الدراسة من تحليل كي يتم التعرف عليه من مختلف و سائل الاتصال المستخدمة رغم اختلافها و تنوعها وكيفية مساهمتها في تسهيل عملية إدارة الأزمات و الكوارث و آلية العمل بها بالإضافة إلى تقديم
معلومات حول الدور الفعال الذي يقوم به الإعلام بالتنسيق مع مختلف الجهات المعنية سواء المتمثلة في جمهورها الداخلي أو الخارجي من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة لها وبالتالي التعامل مع الأزمة قبل و أثناء و بعد وقوعها.
و قد اعتمدت في دراستي على الدراسات المسحية و التي تستند إلى المنهج الوصفي و ذلك عن طريق المسح بالعينة، بحيث نكتفي بدراسة عدد محدود من المفردات أو الحالات والمسح بطريقة العينة هو الذي يكثر استخدامه نظراً لأنه يوفر الوقت و الجهد و المال، كما أنه يأتي بنتائج دقيقة ، و يراعى في طريقة المسح بالعينة أن تكون العينات التي ستدرس ممثلة لمجتمع الإعلاميين لتكون النتائج أيضا ممثلة له و يسمح لنا المنهج الوصفي بوضع تصور دقيق و الوقوف على دور الإعلام في التعامل مع الأزمات، كما أن اختيار المنهج الوصفي لانجاز هذه الدراسة كفيل بتحقيق الغرض المطلوب، إذ يوفر لنا انتهاجه القيام بالدراسة المساعدة لجمع البيانات و المعلومات.

المقابلة:

هي محادثة جادة موجهة نحو هدف محدد ، ترتبط بجمع البيانات الخاصة ببحث معين وتعتبر من أكثر أساليب جمع البيانات بفعالية ، حيث تساعد في الحصول على المعلومات عند الحالات و الأوضاع التي قد لا تكون مسجلة في المستندات و الوثائق و قد تم الاستفادة منها في كونها تتيح لنا الفرصة لشرح الأسئلة للمبحوثين و الإجابة عليها بدقة و بالتالي تقل الأخطاء ، كما يتم من خلالها تزويدنا بمعلومات إضافية عن الموضوع و فهمه جيدا ، وكذلك تمكننا المقابلة من تحليل شخصية المبحوثين بين من هم جديين في الإجابة على الأسئلة وبين من هم غير ذلك من خلال ردة أفعالهم طريقة إجابتهم و تعاملهم مع الأسئلة.

الملاحظة:

الملاحظة أو المشاهدة الحسية ، صالحة لإد ا رك و فهم الظواهر ، و بذلك فهي تعتبر من الوسائل الهامة لجمع البيانات و المعلومات لأن الباحث عندما يصف ظاهرة ما يترتب عليه الإلمام بمختلف جوانبها.

وقد كنا بصدد استعمال الملاحظة البسيطة و المباشرة ، في محاولة لجمع البيانات و المعلومات التي تفيدنا و موضوع دراستنا من خلال الإحتكاك بمختلف وسائل الاعلام (قناة النهار – الاذاعة الوطنية) ومحاولة معرفة أهم الأجهزة و الوسائل الاتصالية المستخدمة و طريقة استخدامها و متى تستخدم خاصة في أثناء حدوث أزمات و كوارث ، و ذلك عن طريق طرح بعض الأسئلة البسيطة بغية إ زالة اللبس المتعلق ببعض النقاط التي غامضة بعض الشيء

عينة الدراسة:

تعرف العينة باختصار على أنها مجموعة المفردات التي يختارها الباحث لإنجاز دراسته من أصل الجمهور الكلي للدراسة و التي تمثل الجزء من الكل ، وفي د راستنا هذه كنا بصدد إختيار مفردات عينة المبحوثين بطريقة قصدية و المتمثل عددهم في ثماني مفردات من الكوادر وذلك بعد الاحتكاك بمختلف وسائل الاعلام (قناة النهار – الإذاعة الوطنية) وحصولنا على المعلومات المناسبة عن طريق الملاحظة ، ارتأينا أنها العينة المناسبة و التي نحن بحاجة إليها لإفادتنا بالمعلومات و التي تمكننا من إستكمال مجريات الدراسة ، و التي ارتأينا أيضا أنها تمتلك الخبرة المناسبة في الموضوع و التي تؤهلها لتكون عينة الدراسة المطلوبة من بين كل مجتمع البحث.

المجال الزماني للدراسة:

انطلق العمل على هذه الدراسة مع بدايات شهر فيفري و التي تم فيها ضبط الموضوع و من ثم في محاولة لإثراء رصيدنا المعرفي من خلال الدراسات السابقة و الكتب و غيرها والحصول على التراث العلمي و المعرفي الكافي حول الموضوع و الذي يمكننا من استكمال مجريات الدراسة

أما المدة الزمنية التي كان من المفترض العمل فيها لانجاز الدراسة الميدانية فكانت ثلاثة أشهر و التي يتم فيها جمع المعلومات التي رأينا أنها ستثري رصيدنا المعرفي و التي سيتم الاستفادة منها لإتمام الموضوع محل الدراسة عن طريق أداتي الملاحظة و المقابلة، إلا أن الحالة الوبائية التي حلت بالبلاد حالت دون تمكننا من إجراء العمل الميداني.

المجال المكاني و البشري للدراسة:

كنا بصدد اختيار مجتمع الدراسة من إعلاميي قناة النهار و الإذاعة الوطنية و كذا المحررين التابعين لهما.

الخاتمة

الخاتمة

إن العلاقة بين الإعلام و الأزمات هي علاقة ينظر إليها على أساس التكامل و التداخل، فالإعلام عامل مهم في إدارة الأزمات، و ذلك من خلال ضمانه لسيرورة تدفق المعلومات داخل المجتمع و تغطيته المتواصلة لمختلف تطورات الأزمة، و مراقبته لما يحدث في البيئة المتأزمة و نقله لمختلف الطروحات، و لدور الفاعلين السياسيين في ذلك، و جهودهم لكبح الأزمة و حلها، و منع نشاطها من جديد.

فالممارسة الإعلامية في أوقات الأزمات تختلف من الأوضاع الأخرى التي يمر بها المجتمع، إذ لا بد من إعلام خاص لإدارة الأزمة يتوفر على كل شروط المهنية والمصداقية و الموضوعية، لأن أي خطأ سيزيد من درجة التوتر و يؤدي إلى انحراف الأحداث واستمرار نشاط الأزمة و تغذية أسبابها، خاصة في ظل انتشار الشائعات، و هذا ما أدى إلى ظهور إعلام الأزمات كإعلام متخصص يصاحب مختلف مراحل الأزمة، فدوره لا يقتصر على مرحلة دون أخرى و إنما تغطية مختلف هذه المراحل و المساهمة في إدارة الأزمة إدارة متكاملة، و الوقاية قدر الإمكان من انتشار الشائعات في محيط الأزمة.

إن الإعلام بمختلف أشكاله يعد بمثابة العمود الفقري لأي نظام في العالم كله ، فبعد دراستنا وتطلعنا حول المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية للإعلام و دوره في حل الأزمات، باعتبار أن الإعلام يسهر على تزويد الرأي العام بالأخبار و المعلومات حول الأزمات أو الكوارث الطبيعية و الصناعية و المساهمة في محاولة حلها أو على الأقل التقليل من تأثيرها.
إن الإدارة الإعلامية الناجحة للأزمات هي التي تعتمد على توظيف وسائل الإعلام في مختلف مراحل الأزمة بدءا من مرحلة ما قبل وقوعها من خلال جس نبضها و استشعار أسبابها الجوهرية و تنبيه المجتمع و إخطاره بها حتى تكون مختلف الجهات على استعداد دائم لحدوثها، ثم تتواصل الجهود الإعلامية في مرحلة حدوث الأزمة و ذلك بإمداد الجمهور بالأخبار و المعلومات المرتبطة بأزمة و تقديم كل المستجدات في حينها حتى لا يكون هناك تعتيم أو تضليل من بعض الجهات، و حتى لا يقع الجمهور في مرحلة فراغ إعلامي وعزلة عن تطورات هذه الأزمة، و لا تتوقف الأمور عند هذا الحدث بل تتواصل إلى مرحلة ما بعد الأزمة التي يكون فيها نشاط وسائل الإعلام نشاطا تقييميا لفريق إدارة الأزمة لمحاولة تصحيح الأخطاء و الفجوات التي وقعت من قبل، و تبقى التغطية المتوازية و المتكاملة وغير المتحيزة هي النموذج الفريد و الصحيح في الإدارة الإعلامية للأزمات.

إلا أننا في هذه الدراسة المتواضعة، حاولنا قدر المستطاع التنويه بأهمية الإعلام خلال الأزمات و مدى الدور الفعال الذي يلعبه منذ أول مراحل الأزمة أو الكارثة إلى غاية إدارتها و التحكم فيها و استرجاع طبيعة النشاط ، ومدى مساهمته في عمليات التنظيم

والتخطيط للتعامل مع الأزمات بفاعلية واحترافية خاصة بعد الدروس المستفاد منها أثناء أزمات و كوارث مشابهة أو مماثلة، وعلى الرغم من محاولتنا لتغطية بعض الجوانب من إعلام الأزمة و مسؤوليته الاجتماعية في محاولة إيجاد حلول لها أو على الأقل التقليل منها، إلا أنه يضل موضوعا متشعب المجالات و التخصصات يستدعي جهودا ضخمة، ووقتا مستفيضا لتغطية جميع جوانبه وتبقى هذه الدراسة محدودة بالمجالين المكاني و الزماني الذي أجريت فيهما.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

1- أديب خضور ،الإعلام و الأزمات، ، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، 1999

2- محمد حسام الدين، المسؤولية الإجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، ط1،2003

3- سامي عزيز: الصحافة مسؤولية و سلطة (القاهرة: دار التعاون، 1980)

4- جمال العطيفي، الحق في الإعلام وعلاقته بالتخطيط الإعلامي على المدى الطويل، المستقبل العربي، السنة3 ، العدد 17 جويلية 1980

5- بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع – دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية، الجزائر،2007

6- إسماعيل معراف، الإعلام ..حقائق وأبعاد، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2007

7- ابراهيم فواز الجباوي، الإعلام و الرأي العام أثناء الأزمات، دمشق، مكتبة دار طلاس، ط1، 2011

8- نسمة البطريق، المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم، ورقة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

9- أحمد جلال عز الدين، إدارة الأزمة في الحدث الإرهابي، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب، 1990.

10- إدريس الكريني، إدارة الأزمات في عالم متغير، المغرب، المركز العلمي للدراسات السياسية، ط 2، 2014

11- اسماعيل عبد الفتاح، الإعلام و إدارة الأزمات، القاهرة، دار العالم العربي، ط1، 2012

12- أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال،2007.

13- مهري شفيقة، الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر3، كلية العلوم السياسية والاعلام، 2012. رمضان عبد المجيد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، بحث منشور، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد التاسع، جامعة قاصدي مرباح ورقلة

14- بن مسعود نصرالدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات

الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012.

15- إبن منظور، لسان العرب، تحقيق: عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله، هشام محمد الشاذلي، دار المعارف، د س، ج 4

16- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان، دار سامة، دار المشرق، 2010