

دور الإعلام في إدارة الأزمات

د . صفوان عصام حسيني*

مدخل :

يؤدي الإعلام وظيفة بالغة الأهمية في المجتمعات على اختلاف درجة تطورها وأنظمتها ، فقد توظفه بعض الأنظمة لتجمل صورتها وتمكن من الاستمرار في السيطرة على الأوضاع السائدة خدمة لجماعة أو طائفة أو فئة متحكمة في القرار السياسي ، توظفه أنظمة ديمقراطية في الدول الأوروبية وأمريكا لتجعل منه حلقة وصل بينها وبين شعوبها كوسيلة للتعبير عن الرأي ونقل إنشغالات واهتمامات المواطنين وترى هذه الأنظمة في الإعلام وسيلة فعالة تعكس الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي لشعوبها وتفاعلاته ولإتخاذ القرار في الوقت المناسب .

و مما لا شك فيه ، ومع التطورات الحاصلة في مختلف مجالات الحياة الإنسانية فإن الأحداث والظواهر والتطورات فقدت بساطتها الأولى ، وأصبحت بفعل عوامل ذاتية وموضوعية مختلفة وأكثر تعقيدا وتنوعا وتشابكا ، ولم يعد بوسع الإعلام العام تقديم المعالجة المطلوبة وفق المستوى المرجو حيث أن التكنولوجيا الحديثة متغير أساسي في هذا المقياس ، الأمر الذي دفع باتجاه ظهور إعلام متخصص يستطيع أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية ، ومن بين الوظائف الأساسية للإعلام ، إدارة الأزمات ، ومن هنا يبرز جليا أن وسائل الإعلام والعملية الإعلامية في عمومها بدأت تنوع في وظائفها واهتماماتها الكلاسيكية من نقل للأخبار إلى معالجة للأوضاع ، وفي حقيقة الأمر واحتكاما إلى الواقع الاجتماعي الذي هو مصدر كل التفاعلات والظواهر يمكننا طرح سؤال مركزي : من يعكس هذا الواقع ؟

لقد وجدت وسائل الإعلام في الظواهر الاجتماعية والأحداث على اختلاف أنواعها وخصائصها مادة إعلامية أساسية ، لذا فهي أول جهاز معرفي فكري يشتبك مع الواقع وبالتالي فإن الميزة الأساسية للإعلام تتمثل في كونه أول محتك معرفي وفكري بالواقع وهو مطالب وفقا لخصائص المهنة الإعلامية بنقل الواقع

* مدير جامعة التكوين المتواصل ، بالبويرة .

كله إلى المتلقي وسط ظروف عمل صعبة ومعقدة في أغلبها ضغوطات من مصادر وجهات مختلفة ، وبما لا تتعارض مع إعتبارات متعددة (سياسية اجتماعية أمنية . . . إلخ)

و احتكاما إلى المطلب المنهجي في مثل هذه المحاولات الفكرية يجب الإشارة إلى أننا نطرح متغير الأزمة كمادة إعلامية وهذا بدوره يطرح عدة استفسارات حول هذا المصطلح مما يفرض علينا عمليا ومعرفيا التفصيل في مفهوم وخصائص وأنواع الأزمات حتى نتمكن من فهم طريقة تعاطي الإعلام معها وكيفية إدارتها .

أولا : مفهوم الأزمة:

1. تعريف الأزمة :

من الصعب علميا الوصول إلى تحديد مفهوم الأزمة وتبيان مجالاتها وأنواعها ، وهذا بدوره مرتبط بتعقيد دوافع ومكونات وحتى توقيت الأزمات ، لذا فمقاربة هذا المفهوم يتطلب الدقة والإلمام بمختلف مكونات المجتمع وأنظمتها فالمجتمع بمفهومه الواسع وكما أشرنا إليه سابقا هو مصدر كافة الظواهر ، والوعاء العام الذي يحتضن عملية التفاعل الاجتماعي ، ومن هذا المنطلق يتفق كافة المختصين والمهتمين بقضايا المجتمع على أن عملية التفاعل هي مصدر الظواهر والتطورات الحاصلة في أي مجتمع وهي المحرك الأساس لكافة الأنساق المكونة للمجتمع كالاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية ، ولعل أول استفهام تطرحه الضرورة المنهجية في مقارنة مفهوم الأزمة يكمن فيما يلي :

2. هل الأزمة ظاهرة اجتماعية؟

تعدد الرؤى والمقاربات وتختلف في الإجابة على هذا الاستفهام ويبدو ذلك طبيعيا مادام الأمر يتعلق بموضوع مرتبط بعوامل غير ثابتة وتختلف من مجتمع لآخر باختلاف المعطيات التاريخية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية لكل مجتمع ، إلا أن الأزمة في مضمونها العام تدل على « حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقة بين شيئين »⁽¹⁾ ومن هذا المنظور تتحدد الأزمة وفقا لمنظور متغيرات أساسية أولها وجود خلل هذا يعني أن القاعدة الأساسية التي إنطلق منها صاحب المشروع أو التي أسست بهدف تقديم خدمة أو للنهوض بإحدى قطاعات المجتمع على سبيل المثال ، كانت فيها نقائص لا تستجيب لمعايير علمية دقيقة ، أما المتغير الثاني فيعطي للأزمة صفة الفجائية أي أنها لا تخضع لتوقيت محدد يمكن التحكم فيها أو استباق وقوعها ، وأخيرا فالأزمة هي نتاج علاقة بينية أي

لا يمكن للأزمة أن تقع دون وجود طرفين وهذا يؤكد على أن التفاعل عملية أساسية تفرز أحيانا أزمات حينما تصاب هذه العملية بخلل أو تناقضات ، ومن زاوية أخرى يمكن اعتبار الأزمة أنها «الموقف الذي تتضارب فيه العوامل المتعارضة» (2) وهذا إن دل على شيء إنما يدل على قاعدة عامة وأساسية ، مفادها أن الأزمة هي تجسيد لواقع طغت عليه تناقضات محددة بفعل وجود عوامل متعارضة لا تتناسب مع بعضها البعض وكانت نتيجتها الانسداد .

و من جانب آخر هناك من يرى في الأزمة بأنها تصف وتصور « مرحلة الذروة في توترالعلاقات في بنية استراتيجية وطنية أو إقليمية أو محلية» (3) وهذا ما يؤكد أن مجالات الأزمة متعددة ولا يمكن حصرها بتواجد الحركة أو الحراك الاجتماعي الذي يطبعه الفعل البشري والذي يظهر على شكل علاقات أو مواقف أو قرارات أو كل مظهر من صنع الإنسان أو مجموعة من الأفراد ، فأي خلل أو تناقص في هذه العلاقات أو المواقف يؤدي إلى تباطؤ في الفعل الاجتماعي بالنسبة للجماعة أو المجتمع وهذا حسب طابع العلاقات والمواقف ، ومن هنا تبدأ بوادر الأزمة بالظهور .

و كل من يتفاعل في محيط اجتماعي معين يعاني من أزمة معينة في إحدى قطاعاته المرتبطة ارتباطا وثيقا ببناء المجتمع يلاحظ علامات هذه الأزمة والتي تمتد لتؤثر على باقي الأنساق الاجتماعية ، ونريد التأكيد من خلال هذا الرأي أن الأزمة تختلف عن الظاهرة الاجتماعية ، فهي أكثر شمولية وحدة ، حيث أن نتائجها تمتد إلى كافة أطراف المجتمع لا سيما إن تعلق الأمر بالأزمة السياسية أو الاقتصادية نظرا لما تتسم به من تعقيد وعمق ما نستخلصه من هذا التأويل يمكن حصره في كون « الأزمة أو الأزمات ليست أحداثا » لكن سيرونة/Processus تتطور عبر الوقت وفي المحيط» (4) .

فالأزمة ترتبط ارتباطا وثيقا بالمحيط الاجتماعي الذي هو مصدر كل التفاعلات كما أن ظهور الأزمة إنما تحمل في مضمونها دلالة على تراكمات زمنية لهذا فهي تنبع على أنها سيرونة أي ليست نتيجة لوضعية آنية بل امتدادها عميق في كل ما يتصل بالمجتمع. ضف إلى ذلك أنها تشكلت عبر حقبة زمنية أي أن الأزمة هي وليدة عوامل ومسببات تراكمت مع الزمن وهذه التراكمات هي مصدر الأزمة في آخر المطاف .

ثانيا : أنواع الأزمات :

لقد ذكرنا فيما سبق أن الأزمة ليست وليدة ذاتها وهذا بالنسبة لنا هو الخط

المنهجية الأساسي في مقارنة الأزمة ، لذا فالكثير من المختصين في العلوم الاجتماعية والإنسانية كعلم السياسة وعلم الاجتماع تناولوا بالوصف والتحليل الأزمات وحاولوا التدقيق في هذا المصطلح والكشف عن عوامله ومكوناته ، كما قدموا عدة أنواع للأزمات وهذا وفقا لعوامل ارتكزوا عليها في دراستهم وتجاربهم ، ومن زاوية أخرى نؤكد بدورنا على أن الأزمة هي وليدة معطيات وعوامل اصطدمت بمحيط وواقع يتنافى ويتناقض معها من حيث مضمونها ووظيفتها حيث أدى ذلك إلى الانسداد .

و هذا التأويل يقودنا للتأكيد على أن الأزمة من حيث أنواعها مرتبطة بمحيطها ومسبباتها ، ومادامت المسببات والمحيط في تغير مستمر وبما أن التكنولوجيا في تطور لا متناه وإفرازاتها تتغير من يوم لآخر هذا يعني أن الإنسان يتفاعل مع معطيات يتحكم فيها عنصر الزمن والتغير وهذا ما يجعل مستجدات الحياة بما في ذلك الأزمات تظهر بفعل عوامل متغيرة ، لكن ورغم ارتباط الأزمة بمتغيرات غير ثابتة سنحاول التطرق إلى أنواعها وفقا لما يلي :

هناك عدة مقاربات لتحديد أنواع الأزمات وهذا مرتبط إلى حد كبير بالاختلاف الجوهرية التي يعتمد عليها المختصون في تحديد نوع الأزمة « وهذه الاختلافات مرتبطة بالمعيار أو القياس المعتمد للتصنيف »⁽⁶⁾ ومن بين التصنيفات المتداولة في « الأوساط الاقتصادية والاجتماعية كلما تعلق الأمر بالأزمة تتجسد فيما يلي »⁽⁷⁾ :

1- المحيط الاقتصادي :

ويحتوي على مجمل مظاهر الأزمة في القطاعات التالية :

- **القطاع الصناعي** : أين يظهر بوضوح الأزمات ذات المطلب الاقتصادي والمالي والاجتماعي والسياسي .

- **القطاع المالي** : كما هو الحال بالنسبة للأزمة المالية العالمية التي ظهرت بوادرها منذ 2008 .

- **القطاع الاجتماعي** : والذي يحتوي مثلا على مطالب العمال النقابية في المؤسسات ، والمطالب الاجتماعية على شكل مظاهرات وإضرابات عن العمل وهي أحد أبرز مظاهر الأزمة الاجتماعية .

2- المحيط التقني :

وهو يحتوي على عاملين أساسيين :

- **أزمة المؤسسة :** وهذا راجع لظروف العمل المرتبطة أساسا بالوضع الأمني والصحي للعامل مما يجعله ينفعل ويرفض ظروفًا معينة هي سبب في وجود الانسداد .

- **أزمة مرتبطة بالمنتج :** وهذا كلما غابت المواصفات العالمية لأي منتج تكون عواقبه عكسية مما يدخل المؤسسة في أزمة خطيرة .

3- المحيط السياسي :

وهو وليد أزمات تنظيمية يمكن رصدها فيما يلي :

- **الأزمة التنظيمية :** يمكن للجانب التنظيمي والمتعلق بتعيين قطاعات معينة أن تتسبب في أزمات وهذا نظرا لعدم مطابقتها مع الواقع أو عدم إمكانية مسيرتها الظروف الطارئة هذا ما يجعلها تتسبب في أزمة .

- **الأزمة القانونية :** وهذا حينما تتخذ الجهات القضائية والتشريعية إجراءات تتسبب في حدوث أزمات أي يمكن لإجراء قضائي أن يتسبب في حدوث أزمة .

و تعتبر هذه الأنواع الخاصة بالأزمات النموذج الأساسي لكل تصنيف أو محاولة لتجسيد مظهر الأزمة وقد نجد عدة تصنيفات أخرى إلا أنها في مجملها مرتبطة بالأنواع المذكورة ، وعلى سبيل المثال هناك من يصنف الأزمة على أنها مرتبطة بالموضوع أي أزمة مادية وأزمة معنوية وأزمة مختلطة ، وهناك من يرى في أنواعها أنها مرتبطة بمستوى العمق أي أزمة سطحية هامشية التأثير وأزمة عميقة جوهرية بالغة التأثير ، ورغم هذا التنوع في طبيعة الأزمات إلا أن مضمونها مرتبط بالأنواع المذكورة سابقا والتي تتميز بالشمولية وارتباطها العميق بالمجتمع ومؤسساته ، إلا أن التساؤل يبقى قائما حول طبيعة الأزمة ، أي هل هذه الأنواع تعبر عن طبيعة الأزمة؟ .

من بين التصنيفات التي يراها الباحثون الاجتماعيون أساسية كلما تعلق الأمر بالأزمات هو التصنيف حسب الطبيعة ويتجسد هذا المفهوم في الأزمة الداخلية والأزمة الخارجية :

- **أ بالنسبة للأزمة الداخلية :** وهي أزمة متعلقة بقضايا محددة قد تكون اجتماعية ، اقتصادية سياسية ، عرقية ، وثقافية حيث أن الأزمة الداخلية تترك تأثيرا عميقا كما تؤدي إلى تمزيق الأطراف والقوى المعنية بالصراع وتآكل الوفاق الاجتماعي» (8) إن الأزمات الداخلية تتنوع وتختلف حسب الظروف السائدة في المجتمع وحسب الدوافع ، فهي تختلف من حيث الموضوع

والنطاق والشدة والعمق كما أن مواجهة هذه الأزمات تختلف باختلاف طبيعة الأنظمة .

ب - بالنسبة للأزمة الخارجية : يعرف عن الأزمات الخارجية لاسيما في الدول النامية على أنها «تجذب تأثيرا جاذبا يساهم في دعم الوفاق الاجتماعي وحشد القوى خلف الأهداف الوطنية المحدد للصراع»⁽⁹⁾.

و كل التجارب الحاصلة في مختلف الدول تؤكد على أن الأزمة الخارجية هي حافز لتحقيق التماسك والوفاق الداخليين كدعم الأهداف الداخلية ، وزيادة الثقة في السلطة التي تقود عملية الصراع وهذا يؤدي بدوره إلى عزل القوى المعارضة .

و بالرجوع إلى تاريخ الأزمات التي اجتازت معظم دول العالم نلاحظ أنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بالبنية الاجتماعية لمختلف المجتمعات وهي أكثر عمقا وإتساعا من الظواهر والأحداث الاجتماعية فالأزمة تطال الأسس العامة للنظام السائد وتهدد أركانه ، وبهذا المفهوم فالأزمة صارت متغيرا هاما تحمل معطيات جديدة وتستدعي إستجابة معينة ومن بينها الاهتمام الواسع لوسائل الإعلام بمثل هذه القضايا ذات الأبعاد المتعددة كالسياسي والاجتماعي والاقتصادي فالأزمة تجذب اهتمام وسائل الإعلام ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام الذي يصبح أكثر تعرضا لها ، وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز بالإستخدام المكثف لوسائل الإعلام وقد عرف العالم عدة أزمات تعددت أنواعها وخصائصها وتبقى أزمة 1929 من أبرز نماذج الأزمات الاقتصادية التي هددت الاستقرار الاقتصادي والسياسي للدول إلا أن التعامل الإعلامي مع هذه الأزمة كان محدودا جغرافيا نظرا لمحدودية وسائل الإعلام في تلك الفترة ، وفي نفس المجال عرف العالم سنة 2008 أزمة مالية عالمية حادة عرفت امتدادا جغرافيا معتبرا إلا أن تداعياتها عرفت مستويات متباينة من حيث التأثير على الدول الغربية والبلدان النامية ، إلا أنه خلال هذه المرحلة ومع التقدم التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال لعبت هذه الأخيرة دورا معتبرا في التعاطي مع هذه الأزمة حيث إستطاعت أن تتعامل مع مؤشرات قبل حدوثها وذلك سنة 2007 مما ساعد المختصين في مجال الاقتصاد والمالية فن التعامل مع الأزمة رغم اكتمالها بوضع البيانات حققت من حدتها وفي ضوء هذه المعطيات يمكننا أن نتساءل عن دور الإعلام في تشخيص ومواجهة الأزمات؟

ثالثا : دور الإعلام في التصدي للأزمات :

إن وسائل الإعلام والاتصال صارت تشكل نسقا من الأنساق الاجتماعية فهي تتعامل مع أكثر من فضاء علما أن كل النواحي التي تهتم بها وتجعل منها مادتها الإعلامية مرتبطة بحياة الأفراد والجماعات من جهة ، وبمختلف السياسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية من جهة أخرى والتي تكون التشكيلة الاجتماعية ، ومن خلالها تتحدد شروط الاستمرار والتواصل الاجتماعي ، ومن هنا نستنتج أن وسائل الإعلام ، كلما تعلق الأمر بالتشكيلة الاجتماعية ، تدخل في علاقة تكاملية معها قصد تحقيق غاية المشروع المنشود أو مواجهة ماطرأ من أزمات مختلفة .

فالقاعدة الأساسية التي يجب الارتكاز عليها حينما يتولى الإعلام صدارة المؤسسات الاجتماعية والسياسية في الاهتمام بالأزمات تكمن في كون هذه الأخيرة ، عبارة عن وضعية أو واقع متحرك ، هذا يعني إذا كانت الأزمة جزئية يمكن لها أن تنتقل إلى كافة جوانب المجتمع ومؤسساته إن لم تكن معالجتها سريعة وموضوعية ولتحقيق ذلك يجب النظر إلى الأزمة على أنها « مجموعة عوامل متفاعلة من الصعب الفصل فيما بينها ولا يوجد فيها عوامل ثابتة وأخرى مستقلة بل كل « متكامل »⁽¹⁰⁾ هذا يعني أن التعامل مع الأزمة لا يكون جزئيا كالإرتكاز على عوامل دون أخرى بل يجب الإحاطة بكافة العوامل باعتبارها كلا متكاملا ومترابا تساند عواملها بعضها البعض . وبالرجوع إلى خصائص العملية الإعلامية ، ثمة حقيقة وظيفية تؤكد أن الإعلام أكثر من وسيلة في ظروف الأزمة ، فهو يحاول تقريب المسافات ويحصر الأحداث ويرتبها تبعا لما يراه الإعلامي بأنه يشد انتباه الرأي العام وله علاقة مباشرة بالحياة اليومية للأفراد والجماعات ، وهذا ما نجده من جهة أخرى كلما تعلق الأمر برسم السياسات واتخاذ القرار عند حلول الأزمة ، أي كل السياسات وكل القرارات إنما تتخذ استجابة لظروف الأزمة وتماشيا مع كل التحولات ، ان اتخاذ القرار في حالة الأزمة يصب حتما في إتجاه الرأي العام ، بل التباين موجود وهو من خاصية الإعلام وكذا اتخاذ القرار فهما مترابطان تبعا للتغيرات التي تفرزها الأحداث والمتميزة بالاستقرار .

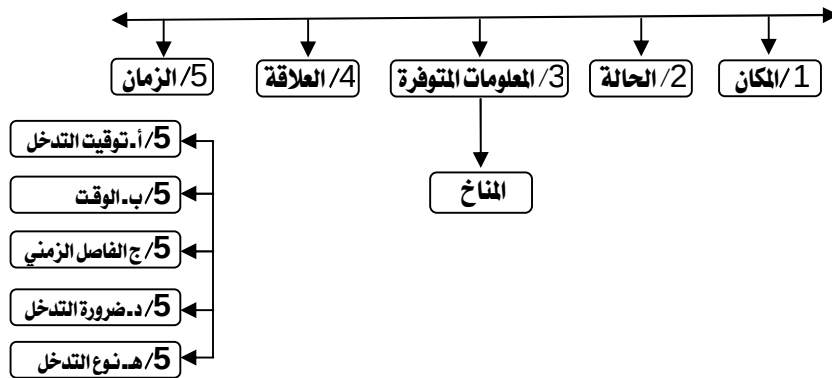
إن التصدي للأزمات يتطلب استعدادا نفسيا واجتماعيا والتوجيه المحكم لوسائل الإعلام ، ولا يجب التعامل مع الأزمة على أنها غريبة عن المجتمع بل المنطلق يجب أن يبنى على إفرازات الواقع الذي يقر أن الأزمة هي وليدة تفاعل عوامل مختلفة نابعة من المجتمع الأصلي أين يمكن للمؤثرات أن تكون داخلية

وخارجية وهذا يتطلب رؤية شمولية للأزمة بما تحمله من خصائص وعوامل ومؤثرات ، فالمحيط جزء هام في تشكيل الأزمة ، كما أن للمحيط أثر عميق في تشخيصها ومنه امكانية التعامل معها ، ومن المؤكد أن الأساس الذي تقوم عليه عملية التشخيص يكمن في معرفة وكشف المعلومات والبيانات أمام من يتولى مهمة التشخيص ، حيث أن وسائل الإعلام هي السبابة في هذا المجال محاولة تلقف المعلومات والحقائق ثم تقدم لنا قراءة إعلامية عبر مختلف القنوات بأسرع وقت ممكن كما تتطلبها العملية الإعلامية ، إن للإعلام ووسائل الإعلام دورا هاما في التصدي للأزمات حيث أن هذه العملية تخضع لمنهج وقواعد تنطلق من قاعدة أساسية أن «عالم الأزمات هو جزء منا»⁽¹¹⁾ بمعنى يجب التعامل مع الأزمة باعتبارها نتاج العمل الإنساني وهي تجسيد لإحدى مراحل الفكر الإنساني الذي يجتهد في مجالات معينة منها ما يصل إلى مرحلة انسداد بدافع تناقضات أو عدم الملائمة بين عوامل مختلفة .

و من زاوية أخرى تؤكد معظم الدراسات والخبرات الخاصة بالباحثين والمهتمين بالتحويلات الاجتماعية أن وسائل الإعلام هي السبابة في الإحتكاك مع الظواهر والأحداث بدون منازع بل أكثر من ذلك ، فإن وسائل الإعلام عبر العالم لعبت دورا فعالا في الكشف عن تناقضات مختلفة في مجتمعات مختلفة ، وصدقت تنبؤاتها أحيانا في وقوع أزمات ، لعل الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 خير دليل على ذلك حيث كانت وسائل الإعلام العالمية تحذر من إنكماش اقتصادي عالمي وأزمة عالمية على الأبواب وهو ما حدث فعلا بعد عدة أشهر ، وهذا يتطابق مع نظرة الإعلام للأزمة حيث «يعتبرها حالة خطيرة وحاسمة وهي نقطة تحول تستوجب مواجهة سريعة وإلا حدث تغيير جديد قد يتضمن نتائج وآثارا سيئة»⁽¹²⁾ ومن الأدوار الأساسية للإعلام في التصدي للأزمة مباشرة عند ظهور بوادرها هو السرعة في تشخيصها ومحاولة الإلمام بكافة جوانبها والكشف عن طبيعتها ومن جهة أخرى يجب على العملية الإعلامية ووسائل الإعلام في تعاملها مع الأزمة أن تأخذ بعين الاعتبار وبجدية فائقة الجانب النفسي لآثار الأزمة على الأفراد والجماعات كالقلق والتوتر والكآبة والصدمة ، فالأزمة تسبب ارتباكا كبيرا في المجتمع وظهور مشاعر الخوف والصدمة والضغط النفسي الاجتماعي ، وخلال هذه الفترة رغم محدوديتها الزمنية يكون الأفراد والجماعات قابلين للتدخل النفسي وهذا ما يجعل دور الإعلام جد حساس ويتطلب الاحترافية وتوخي الحذر في التعامل والتعاطي مع الأزمة بموضوعية فائقة وهذا ما يجعل مختلف المهتمين والمختصين الإعلاميين يركزون على أهمية الاتصال في

التحذير من الأزمات واحتواء آثارها السلبية وتوفير البيانات والمعلومات التي تسمح بالتعامل الإيجابي مع الأزمة وتساهم وسائل الإعلام في مثل هذه الحالات الاستثنائية بوضع قواعد وأسس إرشادية للتغطية الإعلامية للأزمات « بحيث لا تؤدي إلى اتخاذ موافق وردود أفعال سلبية ، بالإضافة إلى تطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج ونشر رسائل إعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة للحيلولة دون ظهور الشائعات» (13) ، لهذا تبقى جهود العملية الإعلامية في مواجهة الأزمة عند ظهورها تكمن أساسا في التصدي للشائعات اعتمادا على سرعة نقل الأحداث وتوفير الضروري من المعلومات للإحاطة بكافة جوانب الأزمة وهذا لسد الأبواب أمام الشائعات . وبصفة عامة إذا ما أردنا رسم سناريو التصدي والتعامل مع الأزمة يمكننا تجسيده في الشكل الآتي :

الشكل رقم 1 : سيناريو التعامل والتصدي للأزمة (13)



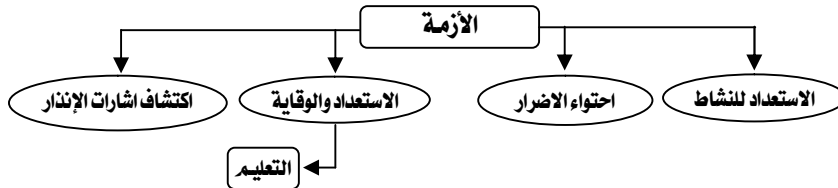
من خلال هذا الشكل يمكن تصور كيفية تصدي الخطة الإعلامية للأزمة وهذا بطبيعة الحال بالاعتماد على تحديد الرؤية العامة لطبيعة الأزمة الطارئة وتشكيل فريق العمل الذي يقوم أساسا على وضع خطة إعلامية مبدئية تماشيا مع المراحل الأولى لظهور الأزمة وهذا أساسي لكون التعامل مع الأزمة في بدايتها قد يقلل من حدوثها وانتشارها ، ويجعل المتفاعلين معها من أفراد وجماعات مروضين نفسيا لتقبلها والتعايش مع انعكاساتها إلى حين الوصول للقضاء على مسبباتها ودوافعها ، ومن خلال هذه المعطيات كافة . وبعد الإلمام بدور الإعلام في التصدي للأزمات ، ثمة سؤال آخر وهو تكملة لذلك ، يدور **حول كيف يدير الإعلام الأزمات ؟** .

إدارة الأزمة هي عملية واسعة المفهوم هذا لكون مضمون هذه العملية يتكون من عدة قواعد وآليات علمية متداخلة مستمدة من تجارب سابقة ومن تراكمات فكرية وإجتهادات لباحثين ومهتمين اجتماعيين وسياسيين سبق لهم مرارا

وأن تعاملوا مع أزمات مختلفة ، فإدارة الأزمة من جانبها الوظيفي « تركز على تخفيض الآثار السلبية المرتبطة بالأزمة» (14) ، لهذا ورغم اختلاف وجهات النظر حول طرق إدارة الأزمات ، إلا أن الهدف يبقى مشتركا وهو الوصول إلى التخفيف من حدتها وآثارها والحد من انتشارها .

و كلما تعلق الأمر بإدارة الأزمة إلا وكانت النقطة الحاسمة في آخر المطاف تكمن في اتخاذ القرار ، وهذا يتطلب السرعة ودقة فائقة ولن يتأتى ذلك إلا إذا توفرت عوامل أساسية كالمعلومات الدقيقة والموضوعية حول الأزمة وطبيعتها لأنها المصدر الوحيد لبناء عملية اتخاذ القرار للخروج باستراتيجية أو خطة كفيلة لمواجهة الأزمة فهذه الأخيرة « تخلف توترا يؤثر على الأداء المعتاد لأسلوب صنع القرار ، ومع ذلك يجب الحرص على أن يكون قرار الأزمة عاديا يتم صناعه في ظروف استثنائية» (15) لا تخضع للإجراءات المعمول بها في الحالات العادية وهذا يتطلب مهارات وقدرات فضلا عن الابتكار والإبداع وكلها عوامل ضرورية للحد من آثار الأزمة ، وسنحاول من خلال الشكل الآتي أن نوضح التسلسل العملي لإدارة الأزمة .

الشكل رقم 2 : مراحل إدارة الأزمة



ومن خلال هذا الشكل حاولنا حصر إدارة الأزمات في خمس مراحل أساسية تبدأ من ظهور بوادر الأزمة والتي يتم الكشف عنها من جراء التناقضات أو العوامل الدالة على ذلك ثم الاستعداد لمواجهةها عن طريق احتواء أضرارها وصولا إلى توفير الضروري من الإجراءات والآليات للتعامل مع الأزمة ومحاولة إزالة أثارها أو على الأقل الوصول إلى وقف تصاعدها والعمل على عزل القوى والأطراف المحيطة بها .

وبعد هذا التقديم المتعلق بتحديد عملية إدارة الأزمة يمكننا طرح سؤال مركزي مفاده : هل للإعلام دور في مواجهة وإدارة الأزمات؟

ب : دور الإعلام أثناء الأزمة :

تركز مختلف الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت موضوع الإعلام ودوره في إدارة الأزمات على أن المنهجية العامة في مقاربة هذا الموضوع ثلاثية

الأبعاد ، أي أن للإعلام دور قبل وأثناء وبعد الأزمة ، وحفاظا على هذا التسلسل المنهجي فضلنا طرح البعد الأول الخاص بدور الإعلام قبل حدوث الأزمة في بداية هذا الاجتهاد الفكري والذي جاء تحت عنوان دور الإعلام في التصدي للأزمة وهذا بالنسبة لنا أكثر دلالة ، لأنه قبل حدوث الأزمة يتحدد دور الإعلام في ملامسة وكشف عناصر ومؤشرات الأزمة وتكون المعاملة الإعلامية على شكل تحذير وتنبيه تقدمه وسائل الإعلام في قالب تنبؤ بما سيحدث ، أما إدارة الأزمة بمفهومها العلمي والدقيق ، كما فصلنا ذلك سابقا ، يتجاوز مرحلة الملامسة والكشف إلى مرحلة الإعداد والتخطيط لمواجهة الأزمة مكتملة بآثارها وانعكاساتها ، هذا ما يجعلنا واعتمادا على المرجعيات العلمية في تحديد مفهوم إدارة الأزمة ، نؤكد أن للإعلام دورا في إدارة الأزمة أثناء وبعد وقوعها .

وكلما كان الحديث والنقاش يدور حول معادلة الإعلام والأزمات إلا وكانت الآراء والأفكار متقاربة في تحديد دور الإعلام وحصره في احتواء الآثار السلبية للأزمة وتوفير البيانات والمعلومات للجمهور مع المشاركة الفعالة في وضع قواعد وأسس للإدارة الإعلامية الخاصة بالأزمة بالإضافة إلى تطوير قدرة المؤسسات الإعلامية على إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة للحيلولة دون ظهور وانتشار الشائعات ، وللتفصيل في هذه المقاربة المعرفية نستهلها بالتساؤل حول دور الإعلام أثناء الأزمة؟ .

تتعدد مجالات واهتمامات الإعلام بتعدد الظواهر والأحداث ، فهو مرتبط ارتباطا عضويا بالتغيرات الحاصلة في المجتمع ، فالإعلام عن طريق وسائله المختلفة يمارس تأثيرا من خلال الرسائل التي ينقلها إلى الجماهير المستهدفة ولذلك فإن من بين « مهامه الأساسية أن توجد وإن ترسل ، بل أيضا أن تصل وإن تؤثر » (16) كما أن لوسائل الإعلام خصوصيات وأنواعها يمكن حصرها فيما يلي :

- **الصحافة المكتوبة :** وهي من وسائل الإعلام « الأكثر تأثيرا على الرأي العام لكونها أكثر خوضا في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها وعرض وجهات النظر المختلفة » (17) فمنها الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية ، والصحافة الالكترونية .

- **الصحافة الإلكترونية :** وهي صحافة غير مطبوعة تتخذ « وسائط الكترونية تعتمد على الحاسبات الالكترونية في عملية الإرسال والاستقبال » (18) . هذا إضافة إلى أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات

الإلكترونية مثل صحافة الأقراص .

- **الإذاعة أو الراديو :** ويصطلح عليها بالوسيلة الإعلامية السمعية وهي « وسيلة إعلامية جماهيرية تعتمد على حاسة السمع وتقوم على أساس الذاكرة السمعية » (19) ومن خصائص الراديو أن يقوم على أساس قوانين وقواعد الإدراك السمعي حيث أن المستمع لا يتحكم بظروف الاستماع ، والمادة الإذاعية تؤثر لحظة إذاعتها ، إضافة إلى هذا هناك إذاعات محلية تؤدي وظيفة محدودة على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والثقافي وفي نطاق جغرافي محدد .

- **التلفزيون :** وهو وسيلة سمعية بصرية جماهيرية أكثر تأثيرا مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك نظرا « لخصوصياتها التكنولوجية في الاعتماد على حاستي الرؤية والسمع من خلال تقديم الصورة المتحركة والكلمة المنطوقة » (20) ومن جهة أخرى فمشاهدة التلفزيون هي تجربة جماعية ليست فردية كما هو الحال في قراءة الصحف والاستماع للراديو وجمهور التلفزيون موحد زمنيا لكنه مبعثر مكانيا .

و انطلاقا من هذا العرض لمختلف وسائل الإعلام نلاحظ أن نلاحظ أن لكل وسيلة خصوصياتها والتي تتجسد في فنونها الصحفية وطرق وأساليب التأثير والإقناع المستخدمة فيها ، ومهما اختلفت هذه الوسائل في طبيعتها وخصائصها الفنية إلا أنها تؤدي رسالة مشتركة داخل المجتمع . لاسيما أثناء الأزمة حيث تدخل في علاقات تكاملية حينما كما تدخل في علاقات تنافسية أحيانا أخرى وذلك حسب طبيعة الأزمة ونوعية الجماهير المستهدفة ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها .

إن تعامل وسائل الإعلام مع الأزمة أثناء وقوعها يتطلب توفر استراتيجية عامة لمواجهتها وتلعب السلطة أو القيادة السياسية دورا حاسما في بناء هذه الاستراتيجية حتى توضع خطط وبرامج تضمن للإعلام كمنضومة ، أن ينجز الدور المكلف به ضمن الاستراتيجية العامة للمواجهة ، ويشارك في ذلك بعض الخبراء والاختصاصيين لتناقش معهم جوانب الأزمة .

و هناك من المهتمين بعلاقة الإعلام ووسائل الإعلام بإدارة الأزمات يرون أن دور الإعلام أثناء الأزمات يتحدد في خمسة نقاط أساسية أو خطوات مركزية مبنية على « تحديد الرؤية العامة للأزمة وتشخيصها ووضع المشروع الأولي الاستراتيجي لمواجهة الأزمة وتشكيل هيئة أركان مركزية لإدارة الأزمة إضافة على تشكيل هيئة أركان إعلامية » وتهدف هذه الخطوات في مجملها إلى إيجاد

استراتيجية موحدة مبنية على أساس دقيقة ومراحل مترابطة بهدف مواجهة وإدارة الأزمة وهذا ما يسمح بتحديد نوعيتها وطبيعتها ونوعية وحجم الإمكانات المادية والبشرية المتاحة حتى يتيسر وضع استراتيجية إعلامية كفيلة بإدارة الأزمة في كل مرحلة من مراحل تطورها .

و من جهة أخرى هناك من يرى في علاقة الإعلام بإدارة الأزمات أنها علاقة مبنية على مهام محددة ، أي أن « للإعلام في إدارة الأزمات مهمة مزدوجة ، مهمة إخبارية ومهمة توجيهية » (21) .

و يرتبط هذا المفهوم بوظيفة الإعلام الإخبارية حيث أن في حالة الأزمة يقوم بمتابعتها والتعريف بنتائجها وكيفية مواجهتها مع نقل المعلومات لجمهور الأزمة بسرعة ومصداقية وأمانة ، فالإعلام في تعامله مع الأزمة بمثابة وسيط حيث يقوم بتقديم المعلومات وشرحها لجمهور الأزمة لتخفيف التوتر والقلق ، أو بمفهوم آخر يكون الإعلام إنعكاسا لمجتمع الأزمة فهو يعبر عن طموحات الأفراد ويحقق بذلك عناصر المسؤولية والانجذاب إليه بشكل كامل ، فإدارة الأزمة إعلاميا تكون في مضمونها العام تهدف إلى تحويل كل فرد من أفراد مجتمع الأزمة من مجرد متلق للرسالة الإعلامية إلى متفاعل ومتجاوب معها ، ومن هنا تبرز أهمية الرسالة الإعلامية والتي بدورها مرتبطة بقدرات رجل الإعلام ومهاراته الفنية ، فالأزمة عند حدوثها هي واقع يتفاعل معها المجتمع ويتأثر بمظاهرها وإنعكاساتها ، أما الإعلام فهو الوسيلة التي تتميز بالقدرة في التعبير عنها فثمة أشياء تكون غير معروفة وغامضة تزيد من حدة الأزمة ، فوظيفة الإعلام الكشف عنها وتحديد جوانبها على النحو الذي يقلل من حدتها وآثارها السلبية .

إن أهمية الإعلام في أداة الأزمة ومواجهتها تظهر أساسا من خلال اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيلها ومن بين أهداف العملية الإعلامية ووسائل الإعلام في مرحلة الأزمة يمكن حصرها في ثلاثة نقاط «سرعة مواجهة الأزمة والحد من مخاطرها ، طمأنة الجمهور وفئات المجتمع وأخيرا التنسيق بين الأجهزة المختلفة لمواجهة الأزمة» (22) وهذا يؤكد أن نجاح الإعلام في مهمته مرهون بالتنسيق مع عدة أطراف اجتماعية كالمختصين في الميدان والخبراء وقادة الرأي والأكاديميين المؤهلين لتقديم ثقافة الأزمة وفقا لنظرة تحليلية نقدية وهذا من شأنه أن يشري الخطاب الإعلامي ويزيد من مصداقيته وقوة تأثيره وإقناعه وبالتالي مقدرته على تحقيق الأهداف المنشودة كالقضاء على الشائعات والتخفيف من حدة الأزمة وانتشارها .

ج : دور الإعلام بعد الأزمة :

و هي مرحلة استخلاص العبر والدروس والنتائج من الأزمة ، وهي امتداد لمرحلة ما قبل الأزمة ولمرحلة حدوثها ، وبمفهوم آخر يتحدد دور الإعلام في مرحلة ما بعد الأزمة بالتركيز على قاعدة أساسية مفادها أن للأزمة آثار بعيدية وهذا يستوجب الاستمرار في مواجهة آثارها عن طريق إجراء تقييم شامل لإدارة الأزمة إعلاميا وتدارك النقائص وتعويضها بما هو مناسب لطمأنة جمهور أو مجتمع الأزمة ومراقبته إعلاميا إلى غاية الخروج نهائيا من وضعيته الحرجة وعدم تركه في فراغ مما يعرضه للقلق خاصة وإن الإشاعات في هذه المرحلة تلعب دورها الكبير والفعال مستغلة هشاشة عواطف جمهور أو مجتمع الأزمة ، لذا وبهدف مواجهة الشائعات وعدم ترك المجال مفتوح أمامها يجب على « الإعلام تقديم معرفة وفهم وإدراك للأزمة ، تمكن المتلقي من الإطلاع على ما حدث ومن استيعابه ، ومن اتخاذ موقف مناسب » (23) فالموقف من الأزمة يتجسد على شكل سلوك يظهر في تصرفات جمهور الأزمة لذا فدور الإعلام يتحدد في توجيه السلوكات بتغييرها أو تعديلها وفقا لمتطلبات الوضعية العامة للمجتمع .

و من زاوية أخرى إذا تمعنا في مرحلة ما بعد الأزمة نلاحظ في الواقع أن دور الإعلام بصفة عامة ووسائل الإعلام بصفة خاصة إنما تبني استراتيجية لمواجهة الشائعات ، هذا علما أن بعد حدوث الأزمة وإستفحالها وظهور آثارها على مستوى المجتمع تبدأ الشائعات في الإنتشار وهذا أمر طبيعي لأن ثمة أسئلة تطرح استفهامات تجد فالمجتمع بتنوع أفراده وفئاته يجعل من إنشغالهم واهتماماتهم يتجاوز قدرات العملية الإعلامية في التجاوب معها أحيانا فلا هروب من الشائعات لكونها وليدة مجتمعها وتعبيرا عميقا عن الظروف النفسية والاجتماعية والاقتصادية وهي مفتاح لدراسة المجاهل العميقة لهذا المجتمع » (24) وهذا يؤكد بدوره على أن الشائعات مرتبطة بالمجتمع وثقافته وليست غريبة عنه ما دامت نابغة من أحاسيسه وشعوره .

و من جهة أخرى « فالأزمة في بعض الحالات طويلة الأمد وتترك آثار متعددة مما يسهل إنتشار الإشاعات » (25) وأمام هذه المعطيات لا يبقى للعملية الإعلامية إلا المواجهة والبقاء في اتصال دائم وغير منقطع مع جمهور الأزمة للحيلولة دون انتشار الشائعات وتكون لها متابعة مستمرة للتطورات الحاصلة لما بعد الأزمة والانتباه الدقيق لكل المستجدات التي هي في الحقيقة من مخلفات الأزمة ، حيث يجب على القائمين على العملية الإعلامية أخذ بعين الإعتبار عنصر

الإقناع كونه أساسيا لمواجهة الشائعات والإقناع مرتبط بمهارة وحنكة القائم بالاتصال ويعتقد « كبار رجال الدعاية وعلماء الاجتماع أن استخدام عدة وسائل علاوة على الاتصال الشخصي ، العادي والرسمي له فعالية أكبر في الإقناع » (26) ويبدو من خلال هذا أن الاتصال الشخصي بإمكانه مرافقة العملية الإعلامية للتصدي لمخلفات الأزمة التي هي بحاجة إلى إقناع جمهورها للتصدي للشائعات ، ومجمل القول فيما يخص دور الإعلام بعد حدوث الأزمة فهو مرتبط منهجيا بقبل وأثناء حدوث الأزمة أي أن تعامل الإعلام مع الأزمة يمتد من ظهور أول عنصر مرتبط بالأزمة إلى غاية إزالة والقضاء على مخلفاتها وآثارها لهذا يركز مختلف الباحثين والمهتمين بهذا الموضوع على أن إدارة الإعلام للأزمة يبنى على إعداد استراتيجية إعلامية موحدة باشتراك الأخصائيين والأكاديميين وقادة الرأي لتشكيل مرجعية فكرية عملية قادرة على التأثير والإقناع لمواجهة الأزمة والتخفيف من حدتها وهذا قد يؤسس لمراحل قادمة تسمح لنا بالتنبؤ أو على الأقل فهم طبيعة الأزمة .

خاتمة :

الأزمة على اختلاف أنواعها وخصائصها تعبر عن وضع خطير أو مشكلة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها فهي تشكل صعوبة حادة أمام متخذ القرار ، فهو مطالب بوضع خطة استراتيجية لإدارة الأزمة مبنية أساسا على جمع المعلومات بأكبر سرعة ممكنة نظرا لطبيعة الوضع الذي يتطلب العناية الفائقة واستباق الأحداث قبل انتشارها وتوسع رقعتها الجغرافية .

و نظرا لهذه المعطيات الدقيقة والمرتبطة بالأزمة كظاهرة اجتماعية وسياسية واقتصادية . . . نجد أن وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها سبابة إلى الاهتمام بهذه الظاهرة نظرا لما تتميز به من خصائص ذات ارتباط بمختلف مكونات الحياة الاجتماعية للأفراد والجماعات ، ضف إلى ذلك الدور الإعلامي والاتصالي الذي تتميز به وسائل الإعلام على غرار باقي الآليات الاجتماعية الأخرى باعتبارها المصدر الأساسي الذي يستقي منه المجتمع معلوماته ، وكذا ميزة هذه الوسائل في إنتشارها الواسع وتواجدها في مختلف مناطق تواجد العنصر البشري لاسيما التطور التكنولوجي الحديث وما أفرزه من تطورات هائلة في مضمون وسائل الإعلام التقنية .

إن تعامل الإعلام عامة ووسائل الإعلام خاصة مع الأزمة يبنى على ثلاثة مراحل ، قبل حدوث الأزمة أثناء الأزمة وبعد الأزمة وهذه الثلاثية هي أساس معادلة تعامل الإعلام مع الأزمة ، وأهم مظاهرها يتجسد في الكم الهائل من

المعلومات التي تنفرد بها وسائل الإعلام في تزويد المختصين في التعاطي مع الأزمة وهذا يوفر الجهد واقتصاد الوقت والإلمام الكامل بخصائص الأزمة مما يتيح فرضية التنبؤ بوقوع الأزمة مستقبلا ، وهذا يجعلنا نستخلص أن وسائل الإعلام من خلال تعاملها مع الواقع على اختلاف طبيعته وخصائص الظواهر المتعددة فهي لا تكتفي بدور الوسيط بين هذا الواقع والأفراد بل تسعى إلى فرض نظرتها وتعاملها مع الأحداث لتكون شريكا بكامل الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وهذا بدوره يؤهلها لتكون طرفا فعالا ومتغيرا أساسيا في التعامل مع الأزمات وحتى التنبؤ بها قبل وقوعها وهذا بفضل خزان المعلومات التي تمتلكها وكذا خبرة أفرادها التي إكتسبها عبر الزمن في التعامل مع مختلف القضايا التي تهم المجتمع لا سيما الأزمات ، لذا يتفق مختلف المهتمون بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على أن الإعلام عبر وسائله المختلفة أقرب من حيث التعامل مع الأزمات عن باقي الآليات الاجتماعية الأخرى .

الهوامش :

- 1 - أديب خضور : الإعلام والأزمات ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، المملكة العربية السعودية ، ط 1 . الرياض ، 1999 ص 6 .
- 2 - محسن أحمد الخضيرى : إدارة الأزمات ، مكتبة مدبولي القاهرة 1990 ص 65 .
- 3 - عثمان عثمان : مواجهة الأزمات ، مصر العربية للتوزيع ، القاهرة 1955 ص 18 .
- 4 - عثمان عثمان : مرجع سابق ص 19/18 .
- 5 - أديب خضور : أدبيات الصحافة ، جامعة دمشق ط 2 سوريا 1982 ص 56 .
- 6 - محسن أحمد الخضيرى : مرجع سابق ص 75 / 76 .
- 7 - نفس المرجع ص 15 .
- 8 - حسن محمد وجيه : التفاوض وإدارة الأزمة ، دار المحروسة للنشر والطباعة القاهرة 1997 ص 27 .
- 9 - محسن أحمد الخضيرى : مرجع سابق ص 225 226 .
- 10 - العمادى عباس رشدي : إدارة الأزمات في عالم متغير ، الأهرام للنشر القاهرة 1993 ص 47 .
- 11 - أديب خضور : الإعلام والأزمات ، المرجع السابق ص 37 .
- 11 - مرفت محمد كامل الطرايش : مدخل إلى الصحافة ، دار الإيمان للطباعة ، القاهرة 2005 ص 75 .
- 13 - نفس المرجع ص 83 .
- 14 - أديب خضور : الإعلام المتخصص ، المكتبة الإعلامية ، دمشق 2003 ص 220 .
- 15 - نفس المرجع ص 255 .
- 16 - حسن عماد مكارى : الإعلام ومعالجة الأزمات الدار المصرية اللبنانية 2005 ص 84 .
- 17 - أديب خضور : الإعلام المتخصص مرجع سابق ص 247 .
- 18 - بوستمان ألبرت : سيكولوجية الإشاعة صلاح نصرو ومخايل رزق دار المعارف القاهرة 1961 ص 8 .
- 19 - جيهان أحمد رشتي : نظريات الإعلام دار الكتب القاهرة 1971 ص 342 .
- 20 - Thierry . Libaert : La Communication de crise 2eme edition, Dunod, Paris 2005 p 8 et 9 .
- 21 - ibid p 31 .
- 22 - Thiery . Libaert : Ibid pp 21 24 .

- 23 _ Lewis . A . Coser : The Function of social conflict New York, Free Press 1956 p731.
- 24 _ Berb . P . K : The Process Of communication U . S . A 1962 p 227 .
- 25 _Ronald . W . Perry : emergency management; strategies for communication; Public administration Review . special issue . U . S . A 1985 p 74 .
- 26 _ thiery libaert : Opcit p 114 .

المراجع

1. بالعربية:

- أديب خضور : الإعلام والأزمات ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، المملكة العربية السعودية ، ط 1 . الرياض ، 1999.
- العماري عباس رشدي : إدارة الأزمات في عالم متغير ، الأهرام للنشر القاهرة 1993.
- بوستمان ألبرت : سيكولوجية الإشاعة صلاح نصرو ومخاتيل رزق دار المعارف القاهرة 1961.
- جيهان أحمد رشتي : نظريات الإعلام دار الكتب القاهرة 1971.
- حسن عماد مكارى : الإعلام ومعالجة الأزمات الدار المصرية اللبنانية 2005.
- حسن محمد وجيه : التفاوض وإدارة الأزمة ، دار المحروسة للنشر والطباعة القاهرة 1997.
- عثمان عثمان : مواجهة الأزمات ، مصر العربية للتوزيع ، القاهرة 1955.
- محسن أحمد الخضيرى : إدارة الأزمات ، مكتبة مدبولي القاهرة 1990 .
- أديب خضور : الإعلام المتخصص ، المكتبة الإعلامية ، دمشق 2003.
- مرفت محمد كامل الطرايش : مدخل إلى الصحافة ، دار الإيمان للطباعة ، القاهرة 2005.

2. باللغات الأجنبية:

- _ Berb . P . K : The Process Of communication U . S . A 1962.
- _ Lewis . A . Coser : The Function of social conflict New York, Free Press 1956.
- _ Ronald . W . Perry : emergency management; strategies for communication; Public administration Review . special issue . U . S . A 1985.
- _ Thierry . Libaert : La Communication de crise 2eme edition, Dunod, Paris 2005.

