



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العقيد آكلي محند أولحاج



قسم : التاريخ

تخصص : اتصال

## التخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات جائحة كوفيد 19

دراسة استطلاعية للقائم بالاتصال في قناة الشروق

مشروع مقدم لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة :

جميلة أوشن

إعداد الطالبات :

- أمال رزيق

- فهيمة بوخلفة

- نور الهدى طلحي

السنة الجامعية 2020/2019

# الإهداء

نهدي ثمرة جهدنا إلى إمام الذاكرين وقدوة المالكين ومعلم المعلمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم .

إلى من جرع كأس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي وأفنى حياته من أجل تعليمي "أبي الغالي" أطال الله في عمره وحفظه ورعاه .

إلى التي قدرت الحياة بوجودنا وعلمتنا بأن الحياة لا تساوي شيئا من دون العلم ، إلى التي تشدوا الأطيوار بشدوها وتبكي الحمام البيض لبكائها ، إليك يا من أدمعت عيناك فخرا وفرح قلبك لأجلنا، إليك يا أبهى صورة رسمها الإله في ذاكرتي ، إليك " أمي الحنونة " أطال الله في عمرها وأدامها مفخرة لحياتنا .

إلى اللذين تقاسمنا معهم حلو الدنيا ومرها وشاركونا الأفراح والأحزان إلى من لا تكتمل فرحتنا إلا بهم أخوتي وأخواتي كل باسمه كل بمقامه .

إلى أعضان عائلاتنا من جداتنا وأعمامنا وعماتنا وخالاتنا وأخوالنا وأبنائهم كل باسمه .

إلى كل من تعرفه قلوبنا ولو لم تكتبه أقلامنا .

إلى أصدقاء وزملاء الدراسة الذين أحببناهم بإخلاص وشاركونا نفس الإحساس .

# الشكر والتقدير

نشكر الله عز وجل الذي أعاننا في إنجاز هذا العمل، ومصداقاً لقوله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

فعرفانا وإقراراً منا بأننا قد أنجزنا هذا العمل بدعم كبير وإسهام سليم وتوجيه سديد من أستاذتنا المحترمة المشرفة الدكتورة جميلة أوشن ،فما له منا إلا أسمى عبارات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة ، كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين ساعدونا على إتمام هذه المذكرة وقدموا لنا العون ومدوا لنا يد المساعدة وزودونا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذه المذكرة نخص بالذكر جميع الطلبة والطالبات

إلى كل من الذين علمونا حرفاً، وكل من ساعدونا بالدعاء، ولو بالكلمة الطيبة .

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ، سائلين العلي القدير أن يوفقنا إلى الخير والنجاح .

# المقدمة

## المقدمة :

يمتلك الإعلام بوسائله المتعددة، سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو إلكترونية سيطرة صامته بلا ضجيج، من خلال الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في تشكيل عقول الأفراد ووعيهم واتجاهاتهم ومواقفهم، من كل ما يمر في حياتهم اليومية .

وتتزايد أهمية الإعلام وفاعلية دوره في وقت الأزمات ويمثل هذا السياق أحد الأسلحة الإستراتيجية لهذا العصر في تغطية وتخطيط للإدارة الأزمات، فدور الإعلام هو تزويد الجماهير بالحقائق عن الأزمات، وكيفية مقاومتها، وكيفية التعامل معها، ولحد من آثارها السلبية، لأن الأزمات تجلب حالة من الخوف والشك وتوجد بيئة خصبة لنمو الشائعات التي تزيد من ترويض الأوضاع، مما يتطلب تزويد المواطنين بالحقائق، وهذا يتطلب وجود خطط إعلامية فعالة، ضمن إطار التخطيط الإعلامي المسبق لتجنب الأزمات ومخاطرها . فالخطة الإعلامية يمكن أن تهتم بفاعلية في التخفيف من حدة الأزمات، من خلال نشر الحقائق ومنع انتشار الشائعات، التي تؤدي إلى تفاقم الأوضاع إضافة استقطاب الجماهير، تتعاون في مواجهة الأزمة، فالتخطيط الإعلامي يستطيع أن يزود الأفراد بالحقائق والمعلومات السليمة التي تساعد على تكوين رأي سليم وصائب واتخاذ المواقف اللازمة لمواجهة الأزمة .

للتخطيط الإعلامي أهمية كبيرة فهو ليس خيارا يمكن أن نأخذ به أو نتركه، وذلك لأنه أمر مطلوب وضروري لأي مجتمع، لأنه يعمل على حل المشكلات لحد من الأزمات، وهو أسلوب العصر الحديث، فالمجتمع ينفذ أعماله وفق خطط وبرامج محددة، آخذة في الحسبان المستقبل واحتمالاته وضع الإمكانيات الضرورية لمواجهة هذه الاحتمالات بحيث لم يعد مجديا أن تترك الأمور لأسلوب التجربة والخطأ أو الارتجال، فالغالب يعتبر تخطيط الإعلامي من أهم ما يمكن أن يميز مؤسسة إعلامية عن أخرى حيث يساعدها على مباشرة الأهداف والتنسيق الجيد، بين كافة عناصر المؤسسة كما يمكنها من التعايش مع محيطها الخارجي، وتجنب الصراعات، وذلك عن طريق وضع خطة تبين الأهداف المطلوب تحقيقها خلال فترة محددة حسب الإمكانيات المتوفرة، وطريقة استخدام هذه الإمكانيات .

وبما أن قناة الشروق الإعلامية ليست بمعزل هي عن تلك المؤسسات التي تعمل على تصدي للأزمات التي تواجهها بتخطيط إعلامي محكم ودقيق، ومن بين هذه الأزمات أزمة كوفيد 19 المستجدة التي واجهتها مؤسسة الشروق، والتي وضعها أمام تحدي كبير لتخطيط الإعلامي الجيد لهذه الأزمة، فازدادت مسؤوليتها الإعلامية أمام الجمهور ووسائل الإعلام .

ونظرا لنفس الدراسات التي تهتم بدراسة تخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات، فقد جاءت دراستنا لتعالج قناة الشروق أزمة كوفيد 19، ومعرفة استراتيجية قناة الشروق لإدارة أزمة كوفيد، وكيف خططت إعلاميا للإدارة الأزمة والتي عالجت وفق خطة قسمناها إلى: مقدمة، وفصلين، وخاتمة .

- في البداية تبيننا أن يكون الإطار المنهجي شاملا، وقد تضمن: موضوع الدراسة، وإجراءاتها المنهجية من تحديد للإشكالية، وتسؤلاتها الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، بالإضافة إلى أهمية الدراسات وأهدافها وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة، وكذلك المدخل النظري .

أما بالنسبة للإجراءات المنهجية فشملت : مجالات الدراسة ، المنهج المستخدم ، عينة الدراسة ، وأدوات جمع البيانات .  
أما في الإطار النظري : فقد تناولنا في الفصل الأول مدخل مفاهيمي للتخطيط الإعلامي ، فقسم إلى عنصرين الأول وهو مقارنة معرفية للتخطيط ، أما العنصر الثاني جاء فيه مدخل إلى التخطيط الإعلامي .

حيث تطرقنا في العنصر الأول إلى مقارنة معرفية للتخطيط ، من خلال عرض مفهوم التخطيط ومقاومته وعوامل نجاح التخطيط ، ومراحل وعناصر التخطيط .

أما العنصر الثاني فقد تضمن : مدخل إلى التخطيط الإعلامي ، تم عرض مفهوم التخطيط الإعلامي وخصائصه ومعوقاته .

أما بالنسبة للفصل الثاني: فقد سلطنا الضوء فيه على إستراتيجية إدارة الأزمات إعلاميا . ويحتوي على عنصرين : العنصر الأول تأصيل نظري لمفهوم الأزمة ، من خلال إبراز مفهوم الأزمة ، وخصائصها ، وأنواع الأزمات ومراحل إدارة الأزمات .

أما العنصر الثاني فيتمثل : دور الإعلام في إدارة الأزمات فقد استعرضنا فيه إستراتيجيات إدارة الأزمات، إعلاميا ومعوقات نجاح التخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات .

أما في الإجراءات الميدانية : فتضمنت الدراسة الميدانية التي أجريناها على قائم الاتصال في قناة الشروق ، في محاولة التعرف على المخطط الإعلامي في إدارة الأزمة كوفيد 19 وطبيعة الرسائل الإعلامية والأطراف الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 ، وذلك عن طريق توزيع استمارة استبيان والتي تحتوي على مجموعة أسئلة للإجابة على الإشكال المطروح في دراستنا ، والتي رأينا أنه سيتم الاستفادة منه للإثراء الرصيد المعرفي في مجال دراستنا ، ومن تم الخاتمة .

الإطار المنهجي

## 1 - الإشكالية :

الأزمة هي نقطة تحول في موقف مفاجئ ، يؤدي إلى تغيير أوضاع غير مستقرة ، مما يهدد مصالح والبنية الأساسية وتحدث نتائج غير متوقعة وغير مرغوب فيها ، وبسبب هذا فإن إحدى وظائف الإعلام هي الحيلولة دون حدوث أزمات والتغلب عليها في حال حدوثها لأن الجميع يعلم مدى أهمية الإعلام خلال الأزمات، فالإعلام يخاطب عقول الناس ، ولذلك يعتبر من أهم طرق وأساليب حديثة لنشر الوعي والثقافة وزيادة الوعي وإقناع مختلف فئات جماهير باختلاف درجات ثقافتهم ووعيهم من خلال رؤية تدور حول معنى محدود يعمل على تزويد الجماهير بأكبر قدر من معلومات ولهذا وجود قسم إدارة الأزمات يعد مهما جدا لأن أزمات لها طابع خاص يستمر بالسرعة ، والتغير من هذا المنطلق أصبح التخطيط الإعلامي في مراحل مبكرة مهما جدا ، فالوقت عامل أساسي في مواجهة أزمات لذلك يجب أن تستمر وهو يمثل أحد العوامل مهمة في نجاح جهود مبذولة لمواجهة أزمات التخطيط الإعلامي ، وهو الجهود والنشاطات التي تمكن من صياغة الخطط الإعلامية اللازمة على أساس الخبرة المستمدة من التجارب السابقة للعمل على توعية الفرد ، بطريقة صحيحة وملائمة لتجنب خسائر ، وللتخطيط الإعلامي أهمية كبرى فهو ليس اختيار إنما واجب ، وجزء لا يتجزأ من إدارة مؤسسات إعلامية ، في حل مشكلات بشكل دقيق ، ويتمثل تخطيط إعلامي في وضع مجموعة من الافتراضات حول أي وضع في مستقبل ، وبالتالي وضع خطة توضح أهداف ومطلوب وصول إليها خلال فترة زمنية محددة .

والتخطيط عملية تتضمن وضع إستراتيجية مطلوبة وتعيين أهداف وخطط مرجوة للعمل ، على تحقيقها لأن تخطيط الإعلامي غير الجيد في مواجهة الأزمات ، يعمل ذلك على زيادة انتشار الأزمة بدلا من القضاء عليها ويعد ذلك دليلا على فشل مؤسسة ككل وكنموذج لأزمات ، نأخذ أزمة كورونا التي تعد أكبر أزمات التي تواجه البشرية في العالم ككل ، فكانت وسائل الإعلام سباقا لتناول هذه الأزمة وطرحها على جماهيرها من أجل التوعية والتحذير من أخطار منجرة على استهتار وعدم أخذ مواضيع على محمل الجد ، فالجدير من المؤسسات الإعلامية التي أخذت تتحدث على أزمة كورونا ، وكيفية التعامل معها وأخذ بعين الاعتبار آراء المختصين في مجال الصحة ، حول ما يجب فعله أثناء الأزمة إذ يعد ضروريا لدى المؤسسات الإعلامية شرح بشكل مفصل حول أزمة كورونا وكيفية التعامل معها، سواء لدى جماهيرها الداخلية أو الخارجية ، وخلق ذلك ظروف ملائمة للعمل ، ومن بين هذه المؤسسات الإعلامية قناة الشروق ، كنموذج للتخطيط الإعلامي خلال أزمة كورونا .

ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما هي إستراتيجية قناة الشروق لإدارة أزمة كوفيد 19 ؟ وكيف خطت إعلاميا للإدارة الأزمة

## 2 - التساؤلات :

هناك عدة تساؤلات يجب وضعها في الاعتبار وهي أساس البحث ومن خلالها يقوم الباحث بالإجابة على هذه التساؤلات ، وإيجاد حلول مناسبة لها بطريقة علمية ومنهجية .

ولذلك وضعنا عدة تساؤلات نسعى للإجابة عليها من خلال هذه الدراسة ، ومن أهم هذه التساؤلات هي :

1 - ما هو المخطط الإعلامي لقناة الشروق في إدارة أزمة كوفيد 19 ؟

2 - ما هي طبيعة الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة الأزمة ؟

3 - ما هي الأطراف الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 ؟



### 3 - أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع بحث وتحديد إشكالية يكون نتيجة مجموعة من الأسباب مقسمة إلى أسباب ذاتية ، وأخرى موضوعية التي نلخصها فيمايلي :

#### أ - أسباب ذاتية :

- حداثة الموضوع حيث بحثنا من المواضيع الحديثة .
- حساسية الموضوع ومدى أهميته في أمن وصحة المواطن .
- محاولة تطبيق الرصيد المعرفي للإيجاد حلول للمشاكل التي تحول دون ممارسة فعلية للإدارة الأزمة .
- الاهتمام الشخصي بالقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية خاصة قناة الشروق وكيف يعمل .

#### ب - أسباب الموضوعية :

- أهمية التخطيط الإعلامي كعملية دقيقة ومسيرة بشكل واضح وجيد بالنسبة لقائم بالاتصال في مؤسسات الإعلامية .
- الاهتمام المتزايد بالدراسات والبحوث الجديدة بدراسة مختلف جوانب الأزمات وعلاقتها بوسائل الإعلام .
- الأهمية التي تتبؤها دراسات القائم بالاتصال في تخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات .
- الرغبة في إثراء وتدعيم الدراسات الإعلامية المتعلقة بتخطيط الإعلامي للإدارة أزمة كوفيد 19 .

### 4 - أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى :

- معرفة المخطط الإعلامي لقناة الشروق في إدارة أزمة كوفيد 19 .
- معرفة طبيعة الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة أزمته .
- التعرف على الأطراف الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 .

### 5 - أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية البحث في الآتي :

تجبر الأزمة المؤسسة الإعلامية إلى دخول في الصراعات الداخلية والخارجية محتملة وغير محتملة ، مع جهات غير متوقعة وهذه الخلافات تحتاج إلى التسوية والتخطيط الإعلامي وإلى من يديرها ويتغلب عليها فهذا يبرز دور الإعلام بمختلف أشكاله في سعيه لتسوية وإيجاد حلول لهذه الأزمة .

كما أن نشوب الأزمة المفاجئة تحتاج إلى التحرك السريع الفعال مع الاستغلال الأمثل والتخطيط لأي معلومة يتحصل عليها التسيير المواقف للمفاجأة التي تزيد وتقل حسب درجة شدة الأزمة ، من خلال إعداد خطط إعلامية وقنوات اتصالية ملائمة للإدارة الأزمة .

التخطيط الإعلامي المعد والمدروس جيدا يعمل على تقسيم وتشتيت العناصر المسببة للأزمة مما ينتج ذلك ضعفا كبيرا في تجميعها ومن عدم الاستفادة من هذا التجمع فالإعلام له تأثير مباشر وفعال في نفس الوقت ومما يزيد من أهمية التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والتخطيط الإعلامي غير الجيد في مواجهة الأزمات يعمل على زيادة استفحال الأزمات ، بدلا من القضاء عليها .

والتخطيط الإعلامي الفاشل يتمثل في الإدارة العشوائية التي تعمل على تحطيم الإمكانيات والقدرات ، ويرجع ذلك إلى عدم احترام الهيكل التنظيمي والقصور في التوجيه للأوامر والمعلومات ، وعدم وجود التنسيق ، وإشاعة الصراع الداخلي بين الأفراد والكيان الإداري للمؤسسة الإعلامية ، وبالتالي إحداث علامة انفصام بين مصالح الإدارة الإعلامية ، وبين مصالح العاملين فيها .

ومنه يعتبر التخطيط أهم المراحل التي تتبعها المؤسسة الإعلامية في مواجهة أزماتها سواء المستجدة أو القديمة والذي تعتمد عليه بشكل كبير في شرح وتحليل وإيجاد حلول للأزمات كأزمة كوفيد 19 .

وكذلك الاهتمام بالجانب المعلوماتي والبعد الإنساني للأزمة باستجابة صحيحة وسريعة واستثنائية منذ البداية

تتبع أهمية البحث في إسهام التخطيط الإعلامي في تطوير الأساليب العلمية ومعرفة الإستراتيجية المتبعة من طرف مؤسسة الشروق الإعلامية في إدارة أزمة .

## 6 - نوع الدراسة ومنهجها :

### أ - نوع الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على دراسة الاستطلاعية للحصول على ما نحتاجه من معلومات لإتمام الموضوع المبحوث فيه ، من تحليل ، كما تم التعرف عليه من مختلف وسائل الإعلام المستخدم في قناة الشروق في تسهيل عملية إدارة الأزمات بالإضافة إلى تقديم معلومات حول الدور الفعال الذي تقوم به مؤسسة الشروق فيوضع خطط إعلامية لتصدي ومواجهة أزمة كوفيد 19 .

### مفهوم الدراسة الاستطلاعية :

وهي مجموعة من الدراسات التي يتم استخدامها في المراحل الأولى من أي بحث علمي ، يقوم به الباحث وتعد الدراسات الاستطلاعية بمثابة اللبنة الأولى التي تركز عليها الدراسات الميدانية وتمهد الدراسات الاستطلاعية للبحث العلمي ، كما أنها تعرف بالظروف التي سيجري فيها البحث العلمي وتعمل الدراسات الاستطلاعية على حل مشكلة غير محددة المعالم<sup>1</sup>.

- وفي تعريف آخر تسمى أيضا بالبحث الكشفي أو الصياغي وفيه يلجأ الباحث لإجراء دراسة استطلاعية عندما يكون مدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية ، وذلك عن طريق إجراء منهجية محددة تتكامل لتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية ، وتمثل هذه الدراسات في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري و التطبيقي<sup>2</sup>.

تهدف الدراسة الاستطلاعية إلى بلورة موضوع البحث أو الظاهرة المبحوث فيها .

- تحديد المفاهيم الأساسية ذات الصلة بالموضوع الذي اختاره الباحث للدراسة أو البحث .

- صياغة مشكلة البحث في شكل فروض علمية وتساؤلات ، تحديد ما تستغرقه الدراسة الميدانية من الوقت .

- التعرف على الجوانب المختلفة لموضوع البحث أو الدراسة ، ومحاولة تحديد الصعوبات .

1منسي محمود عبد الحليم ، منهج البحث العلمي : في مجالات التربية والنفسية ، دار المعرفة الجامعية 2003، ص 61 .

2سمير محمد حسين : بحوث الإعلام " الأسس والمبادئ " ط1 ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ص 123 .

## ب - منهج الدراسة :

يقصد به الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه .و المنهج هو الترجمة للكلمة الفرنسية Méthode ، وهو استخدام العالم منهج في بحثه أو دراسة مشكلة للوصول إلى الحلول إلى بعض النتائج .

كما يعرف بأنه عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن الحقيقة .

المنهج هو مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الحصول على نتائج معينة .

كما أنه هو جملة من المبادئ والقواعد والإرشادات التي يتبناها الباحث وإتباعها من أجل الكشف عن العلاقات الجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة .

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي والذي يعرف في اللغة الفرنسية Méthode أي المنهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة مواقف معين من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوصفه الطبيعي لجميع البيانات والمعلومات المختلفة لغرض العلمي المنشود .

في تعريف آخر للمنهج المسحي : هو الذي يتم بواسطته دراسة جميع أفراد المجتمع البحث أو عينة كبيرة منه يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها<sup>1</sup>.

وانطلاقاً من هذه التعريفات اعتمدنا في الدراسة على المنهج المسحي ، وذلك من أجل معرفة والحصول على إجابات وردود أفعال المبحوثين حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى النتائج التي تسمح لنا بمعرفة الخطط الإعلامية مستخدمة للإدارة الأزمة كوفيد 19 لقناة الشروق وهذا المنهج يوفر الوقت والجهد والمال كما أنه يأتي بنتائج دقيقة .

---

1رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، الجزائر ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007 ، ص 67 .

## 8 - أدوات الدراسة :

يمكن اعتبار أدوات الدراسة كوسائل تسمح بجميع المعطيات من الواقع وأكثر قدر ممكن من المعلومات حول الموضوع ، وذلك قصد تحقيق الدقة والموضوعية في النتائج ، الذي سنتوصل إليها.

فقد اعتمدنا في بحثنا على أداة وهي :

- استمارة الاستبيان :

وكان اعتمادنا على هذه الأداة بالدرجة الأولى لاعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع المعلومات من المبحوثين ، وموضوع الدراسة بشكل معمق .

وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ، بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ومرتبطة مع بعضها البعض بشكل يحقق الهدف والذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها<sup>1</sup> .

لقد اخترنا أداة البحث المتمثلة في استمارة استبيان كأداة رئيسة في هذه الدراسة نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، باعتبارها من الأدوات شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال فهي تستخدم للحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث ، كما أنها تساعد على تحديد مجتمع الدراسة تحديدا دقيقا .

ولقد وجهت هذه استمارة الاستبيان إلى القائم بالاتصال في قناة الشروق ، حيث تألفت هذه الاستمارة من سبعة عشرة سؤال موزعة على أربعة محاور أساسية وهي :

**المحور الأول :** البيانات الشخصية وتتضمن خمسة أسئلة .

**المحور الثاني :** المخطط الإعلامي لقناة الشروق في إدارة أزمة كوفيد 19 تتضمن خمسة أسئلة .

**المحور الثالث :** طبيعة الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة أزمة تتضمن ثلاثة أسئلة .

**المحور الرابع :** الأطراف الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 ويتضمن أربعة أسئلة .

باعتبار أن موضوع الدراسة هو تخطيط الإعلامي للإدارة للأزمات دراسة استطلاعية لقائم بالاتصال في قناة الشروق جائحة كوفيد 19 .

اعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار فقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستمارة واضحة وموجهة للعينة المقصودة ، بحيث تكون إجابات المبحوثين تصب في محتوى الدراسة ، وفي الأخير تم تحكيم الاستمارة من قبل الأستاذة المشرف وأساتذة من ذوي الاختصاص وبعد التأكد من صحتها تم توزيعها على عينة البحث .

---

1عمار بوحوش ، محمود الزنبات : مناهج البحث العلمي ، ط1 ، الأردن ، مكتبة المنار ، 1989 ، ص 63 .

## 8 - مجتمع البحث :

هو مجموعة من عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشاركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي<sup>1</sup>.

مجتمع البحث في دراستنا هو القائم بالاتصال في قناة الشروق قمنا بالاحتكاك بمختلف مصالح ومكاتب التابعة لقناة الشروق للحصول على المعلومات المناسبة عن طريق دراسة استطلاعية، تبين لنا أن مجتمع البحث المناسب لإفادتنا بالمعلومات والتي تمكننا من استكمال مجريات الدراسة ، كما اعتمدنا على عينة قصدية تستهدف كل من يساهم في بناء الرسالة الإعلامية لقناة الشروق وكل من له دور في إدارة أزمة كوفيد 19 .

## 9- تحديد مفاهيم الدراسة :

نتطرق في دراستنا هذه إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية وبعض المفاهيم المساعدة للدراسة وعليه سيتم ذكر أهمها فيما يلي :

### 1 - التخطيط :

#### - مفهوم التخطيط :

لغة : يعرف التخطيط على أنه " الفعل الثلاثي " خطط بالفعل صمم أو نظم مسبقا<sup>2</sup> .

اصطلاحا : يعرفه بنتون Benton على أنه : تحضير ذهني للنشاط من أجل العمل على بناء خارطة ذهنية

كما أن التخطيط يعني أيضا تحديد ما يجب القيام به واتخاذ القرارات وتبدير والإجراءات والطرق والتوقيت الزمني .

#### - إجرائيا :

هو عملية عقلانية وجهد عملي موجه وأسلوب عمل منظم لتحقيق الاستثمار الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة من أجل تحقيق أهداف واضحة ومحددة .

وقد عرف " هنري فايول" التخطيط بأنه : التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له وهو يقوم على هدف أو أهداف مستقبلية محددة يراد تحقيقها عن طريق التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له وهو يتنافى مع العشوائية ويعني الاستعداد والإعداد للأمر<sup>3</sup>

### 2 - التخطيط الإعلامي :

#### - مفهوم التخطيط الإعلامي :

اصطلاحا : عرف " الجردى " التخطيط الإعلامي بأنه توظيف الإمكانيات المادية والبشرية ، والإعلامية من أجل تحقيق أهداف معينة وعرفه " محمود كريم سلمان " : اتخاذ التدابير العلمية للاستفادة المثلى من القوى والكفاءات الإعلامية المتاحة لتحقيق أهداف واضحة معينة مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة وباستخدام خطط إعلامية متكاملة<sup>4</sup>.

1أحمد بن مرسلني : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2 ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 ، ص77 .

2الرازي محمد بن أبي بكر : مختار الصحاح ، بيروت ، دار الكتاب العربي ، 1967 ، ص 15 .

3عبد العزيز بن سلطان الضويحي ، التخطيط افعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والزمات ، دراسة منهجية على العاملين في مديرية الدفاع المدني ، وزارة الثقافة والإعلام في مدينة الرياض ، مذكرة ماجستير ، نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض 2004 ، ص 45

4مرجع سابق ، ص 58 .

## - إجرائيا :

التخطيط الإعلامي هو بلورة إستراتيجية وخطة عمل تطمح لتحقيق أهداف معينة خاصة بالمؤسسة الإعلامية وبمحيطها ، وذلك على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد .

فالتخطيط الإعلامي هو أداة للتعبير عن السياسة الإعلامية للمؤسسة وبالتأكيد يمس العملية الاتصالية على جميع المستويات سواء على مستوى الجمهور حيث يهتم بالتصورات والتمثيلات الاجتماعية لهذا الجمهور ومدى تفاعله مع الرسالة الإعلامية والمعوقات التي تحول دون فهمه لهذه الرسالة<sup>1</sup>.

## 3 - الإدارة :

**لغة :** مصدر إدارة (اسم) إدارة تعريف الإدارة (فعل) مصدر لمفعول في اسم مؤنث لا يذكر بجمع جمعا سالما على إدارات ومعناه تدوير مثال عليك بإدارة قبل أن تفتح الباب أي عليك أن تديره ويقال ، أدت فلانا على الأمر أي حاولت إلزامه والإدارة هي المداولة والتعاطي من غير تأجيل وترتيب والتنظيم الذي يحقق أهداف ومن ناحية الإسلامية تعني الولاية والرعاية أو الأمانة لتحمل المسؤولية<sup>2</sup>

**اصطلاحا :** عرفها " فريديريك تايلور " بأنها المعرفة الدقيقة كما تريد من الرجال أن يعلموه ثم التأكد من أنهم يقومون بعملية بأحسن طريقة وأرخصها .

وعرفها " هنري فايول " بأنها عمل يتضمن التنبؤ بالمستقبل والتخطيط والتنظيم وإصدار الأوامر والتنسيق والرقابة على الموارد المادية والبشرية ، للوصول إلى أفضل النتائج بأقصر الطرق وأقل التكاليف المادية .

## - إجرائيا :

الإدارة :هي فن الحصول على أقصى النتائج بأقل جهد حتى يمكن تحقيق الأهداف لكل من صاحب العمل والعاملين مع تقديم أفضل خدمة ممكنة للمجتمع<sup>3</sup>

## 4 - الأزمة :

### - مفهوم الأزمة :

**- لغة :** تعني في اللغة العربية : الشدة والقحط وأزم عن الشيء أي أمسك عنه ، والمأزم هو المضيق .

### - اصطلاحا :

هي عبارة عن نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأخيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام وتشكيل تهديدا صريحا وواضحا لبقاء المنظمة أو النظام نفسه .

1مرجع سابق ص 58 . .

2المنجد في اللغة والإعلام ، دار المشرق ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 1984 ، ص 177.

3الطيب أحمد الإمام ، دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات الأمنية ، بالتطبيق على إذاعة ساهرون في الفترة من يناير 2014 إلى سبتمبر 2015 ، (مذكرة ماجستير) جامعة الرباط الوطني ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، الرباط ، 2015 ، ص 57 .

- **إجرائيا** : الأزمة هي نقطة تحول في موقف مفاجئ يؤدي إلى أوضاع غير مستقرة ما يهدد المصالح والبنية الأساسية وتحدث عنها نتائج غير مرغوب بها كل ذلك فهو يجري في وقت قصير يلزم معه اتخاذ قرار محدد لمواجهة الأزمة ، وتظهر الأزمة عندما تخرج المشكلات عن نطاق السيطرة<sup>1</sup>.

## 5 - إدارة الأزمات :

### - مفهوم إدارة الأزمات :

- **لغة** : هي عمليات إدارية تعمل على توليد ردة فعل إستراتيجية الأزمة حيث تكون بعد أن يقوم مجموعة من الإداريين المحترفين وأصحاب الخبرة باستخدام مهاراتهم فيقومون بتحديد بعض الإجراءات اللازمة لكي تقلل من خسائر أدنى حد .

- **إجرائيا** : هي رفع مستوى الكفاءة ورفع قدرة النظام على صنع القرار لكي يتم التغلب على معوقات الآلية البيروقراطية الثقيلة التي قد تكون سبب في عدم قدرتها على مواجهة الأحداث والتغيرات المتلاحقة وبالتالي إدارة الأزمات تخرج المنظمة من آلات الترهل الإداري والاسترخاء<sup>2</sup> .

وقد عرفت إدارة الأزمات أيضا بأنها هي علم وفن في أن واحد هي علم بمعنى منهج له أصوله وقواعده ، وهي فن بمعنى أن ممارستها أصبحت تعتمد على مجموعة من المهارات والقدرات فضلا عن الابتكار والإبداع<sup>3</sup>.

## 6 - القائم بالاتصال :

### - مفهوم القائم بالاتصال :

#### اصطلاحا :

هو الشخص الذي يتولى ادارة العملية الاتصالية وتسييرها يطلق عليه لقب الوسيط على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار مقصودة فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ، ثم يتوجه بها إلى الجمهور وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومات (المصدر) والجمهور(المتلقي) .

#### إجرائيا :

القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات ويتمتع بمسؤولية ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدء من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها ، وانتهاء بإخراجها وتقويمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير<sup>4</sup> .

## 7 -كوفيد19:

### مفهوم كوفيد 19:

**لغة** : يعرف أيضا بكورونا وتسمى كورونا التاج في اللغة اللاتينية

وفي اللغة الإنجليزية يستخدم المصطلح التشريحي كورونا الأجزاء الجسم التي تشبه التاج ويمكن أن يشير المصطلح أيضا إلى الجزء الخارجي من بلازما الشمس.

1محمد زرمان، الإعلام والأزمات : قراءة في الإطار المفاهيمي ، كلية الأدب والعلوم الإنسانية جامعة باتنة ، الجزائر 2010، ص77 .

2عليوة السيد ، إدارة الأزمات والكوارث : مخاطر العولمة والإرهاب الدولي ، ط2، القاهرة ، دار أمين للنشر والتوزيع،2004،ص51.

3هلال محمد عبد العلي ، مهارات إدارة الأزمات ، القاهرة ، مركز تطوير الأداء والتنمية ، ط4 ، 2004 ، ص 51

4نجوى فوال : القائمون بالاتصال ، مركز القومي للبحوث الاجتماعية ، القاهرة ، 1992 ، ص 05 .

## اصطلاحاً:

هو مرض معدٍ سببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان . كوفيد 19 تحول الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.

-وفيروسات كورونا عي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخاصة مصل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)

## 10- دراسات سابقة:

### الدراسة الأولى:

دور الصحافة السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث دراسة تحليلية لصحف عوكاض ورياض إعداد الباحثة " نسرين عبد الله محمود عمران" رسالة استكمال لمتطلبات للحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأولى كلية الإعلام.

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية ماهو دور الصحافة السعودية خلال أزمات والكوارث للوصول إلى المعوقات التي تقف أمام هذه التغطية نظراً لأهميتها للجمهور ومن ثم معرفة أسباب القصور وطرق علاجها.

تضمنت تساؤلات فرعية:

-على أي المراحل ركزت الصحافة السعودية في تخطيطها للآزمات والكوارث (مراحل الآزمات).

-ما حجم المساحة التي خصصتها الصحافة السعودية لموضوعات الآزمات والكوارث .

-ما مواقع موضوعات الآزمة والكارثة في الصحف السعودية

-ما الفنون الصحفية التي استخدمتها الصحافة السعودية أثناء تناولها لموضوعات الآزمات والكوارث

- ما الاستثمارات التي استخدمتها الصحف السعودية أثناء نشر

موضوعات آزمة أنفلونزا الخنازير .

تهدف هذه الدراسات إلى:

-التعرف على مستوى التغطية الصحفية للآزمات والكوارث قبل وبعد وقوعها بهدف التواصل إنالمعوقات هذه التغطية ووضع طرق لعلاجها.

-التعرف على الفنون الصحفية التي استخدمتها الصحافة السعودية لنشر موضوعات الآزمة والكارثة إضافة إلى مساحة التي خصصتها تلك الصحف لهذه الموضوعات ومحاولة الوصول إلىأسسصححة لتغطية الصحفية وقت الآزمات والكوارث

-معرفة الاستعمالات القيم التي استخدمتها الصحف السعودية أثناءنشر موضوعات الآزمة والكارثة.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي المقارن الذي يعد احد المناهج التي تسعى للحصول على وصف كامل ودقيق للمشكلة والتأكد من تجميع البيانات بطريقة صحيحة ودقيقة مستخدماً أداة الدراسة المتمثلة في أداة تحليل المضمون وتتميز هذه

الأداة بأربعسمات رسمية تتمثل بالانتظام والموضوعية والوصف والكمية



تكون مجتمع هذه الدراسة من جميع الصحف السعودية اليومية وعينة هذه الدراسة هي إعداد صحف عوكاض والرياضتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من نتائج ان الصحافة السعودية ركزت على مرحلة حدوث الأزمة والكارثة وما بعدها وتركيز الصحف السعودية على فن الخبر الصحفي حيث ارتفعت نسبة تناول الخبر في مواضيع أنفلونزا الخنازير في الصحف

- من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي اعتمدنا عليها دراسة سابقة لحضنا عدم وجود فروق كبيرة حيث أن دراستنا ولت إستراتيجية قناة الشروق للإدارة أزمة كوفيد19 اما هذه الدراسة قد تناولت دور الصحافة السعودية خلال الأزمات الكوارث كأزمة أنفلونزا والفرق بينهما إن هذه الدراسة حددت نوع الأزمة بالإضافة إلى اختلاف المنهج.

### - حدود الاستفادة:

وقد استفدنا من هذه الدراسة إن لحل أزمة يتطلب تخطيط إعلامي ولصحافة لها دور لتحتوي للازمات واحتوائها وانه لا بد من وجود صحفيين متخصصين للتعامل مع أخبار الأزمات وان يكون هناك خطة واضحة وشبه مدروسة للتعامل مع أزمات .

### - الدراسة الثانية :

دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات بالتطبيق على إذاعة إعداد الباحث " الطيب أحمد الإمام " بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإعلام الأمني 2015 كلية الدراسات العليا والبحث العلمي جامعة الرباط الوطني .

انطلقت هذه الدراسة من هذه الإشكالية دور التخطيط الإذاعي في مواجهة الأزمات وكيفية وضع خطة إستراتيجية فاعلة للإدارة الأزمة بأبعادها المختلفة ، وتضمنت تساؤلات فرعية :

1 ما هو دور التخطيط الإذاعي في تمليك المواطن للمعلومات الدقيقة على الأزمات المستقبلية .

2 ما هو دور الإدارة في الاهتمام بوضع الخطط المستقبلية للبرامج التفاعلية في حل الأزمات في الإذاعة .

3 ما هو التطور الذي أحدثه التخطيط اتجاه الأزمات تهدف هذه الدراسة إلى :

- تقديم إستراتيجية استجابة الأزمة وإدارتها إعلاميا تعرف على الخطط المستقبلية للإدارة الأزمات وقياس مدى الالتزام بها .

- الوصول إلى أهداف واضحة وإستراتيجية للإدارة الأزمات ومعالجتها .

- اعتمدت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي والمنهج التاريخي ، مستخدمة أداة الدراسة المتمثلة في أداة الاستبيان .

من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي اعتمدنا عليها كدراسة سابقة لاحظنا عدم وجود فروق دراستنا تناولت إستراتيجية قناة الشروق للإدارة أزمة كوفيد19 ، أما هذه الدراسة تناولت دور التخطيط الإذاعي للإدارة الأزمة .

- ولا حظنا تشابه بينهما في أداة الدراسة ولهما نفس الهدف لتخطيط لإدارة الأزمة .

وقد استفدنا من هذه الدراسة من حيث تحديد مراحل وخطوات دراستنا بالإضافة إلى مقارنتها بالنتائج المتوصل إليها في الدراسة .

## - نتائج الدراسات السابقة :

- إن التخطيط الإعلامي في إدارة أزمة يساعدنا على مستوى التغطية الصحفية الجيدة قبل وبعد وقوعها .
- معرفة إستراتيجيات والقيم لإدارة أزمة يساعد على وصول إلى أهداف الواضحة في بناء إستراتيجية إعلامية للمؤسسة وخلق تفاعلية واهتمام .
- أهمية التخطيط الإعلامي يكمن في استنفاد المؤسسة الإعلامية مستقبلا لمواجهة للأزمات المستجدة .
- تتوقف فعالية التخطيط الإعلامي في إدارة أزمة من معوقات أهمها خبرة قائم بالاتصال ومدى إيجاد الحلول لها

## 11- مقارنة نظرية الدراسة :

إن الدراسة تخطيط الإعلامي للإدارة للأزمات ، لقائم بالاتصال في مؤسسة الشروق لا يمكن الوصول إلى النتائج الدقيقة فيها ، إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال من شأنها أن تقدم لنا نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها والاستفادة منها ، وأيضا من خلال ما توصلت إليه وعليه ارتأينا أنه من الأنسب أن تستند دراستنا على نظرية حارس البوابة .

تعد نظرية حارس البوابة من أهم نظريات علم الاتصال ويرجع الفضل في تطوير العالم النفس النمساوي " كيرت ليوبين 1977" .

إذ يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف ، توجد نقاط بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج ، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية ، تزداد المواقع التي يصبح فيها سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تحويلات عليها ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات .

لقد كانت هناك دراسات " كارتر وغيرهم " أشارت إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي .

وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات فالإتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات ، وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الإتصال الموجهة بين فردين ، ولكن هذه السلاسل في حالة الإتصال الجماهيري تكون طويلة إذ تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون ، فالحدث الذي يقع في القرص مثلا يمر بمراحل عديدة قبل أن تصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في الأردن أو الولايات المتحدة ، وقدرة المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها ، وهذا ما يطلق عليه "شانون " أجهزة التهوية .

ويشير "كبرت لوين " أن هناك في كل حلقة فردا يقرر ما إذا كانت الرسالة المتلقية سيمررها كما هي إلى الحلقة التالية ، أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما<sup>11</sup>

## 1 - مفهوم نظرية حارس البوابة :

يعني السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الإتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيها ، سيمر من خلال البوابة ، وكيف سيمر ، حتى يصل إلى النهاية إلى الجمهور المستهدف<sup>2</sup>.

1حسين عماد مكاي ، ليلي حسين السيد ، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط2 ، 2001 ، ص 88 .  
2المرجع السابق ، ص 88 .

## 2 - مفهوم حراس البوابة :

إنهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء

## 3 - فروض نظرية حارس البوابة:

تقول هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تمر بعدة مراحل وهي تنتقل من المحور إلى المتلقي وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات وأن هذه المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أو الأنظمة أكثر مما قد يدخل فيها أن هناك في كل حلقة فردا ما يتمتع بالحقيقي أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سوف ينقلها أو لن ينقلها وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل الى الحلقة التالية بنفس الشكل إما سيدخل عليها بعض التغييرات أو التحويلات<sup>1</sup>.

## 4 - العوامل المؤثرة على حارس البوابة الإعلامية:

أولا: قيم المجتمع وتقاليد:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمة ومبادئه على القائمين بالاتصال فقد يحضى القائم بالاتصال أو الوسائل الإعلامية أحيانا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليد.

ثانيا المعايير الذاتية القائم بالاتصال:

تلقب الخصائص والسمات الشخصية لقائم بالاتصال دورا مهما مثل: النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والاجتماعات الفكرية او العقلانية ويؤثر في طريقة التفكير واتخاذ القرارات

ثالثا المعايير المهنية لقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمل قد تؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التابع لها

رابعا معايير الجمهور:

نلاحظ الباحثين (شولمان) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح اذا يؤثر على الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الأخبار التي يقدمها<sup>2</sup>.

## 5 - وظائف حارس البوابة:

1. تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها

2. زيادة كمية المعلومات عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية

3. إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات

ومنه تبيننا لنا بالإمكان الاستفادة في الإطار النظري والإطار التطبيقي على نظرية حارس البوابة الإعلامية التي يمكن من خلال تحديد مشكلة البحث وتفسيره

1 المرجع السابق، ص89

2فضيل دليو : الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله ، ط1 ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003 ، ص 68 .

# الإطار النظري

## ملخص الإطار النظري :

يلعب التخطيط الإعلامي دورا هاما في إدارة الأزمات ويعتبر مفهوم الأزمات من المفاهيم الجديدة وهوفن التعامل مع الأزمات على نحو التقليل من مخاطرها وأضرارها وباستخدام التخطيط السليم والعلمي ويعتبر التخطيط الإعلاميا أكثر الوسائل الإعلامية إقبالا أثناء الأزمات واستفاد الأزمات من النقل الفوري

يعرف التخطيط على انه احد أساسيات العصر الحديث للنجاح في بلوغ أهداف نمو يهتم بالوسائل التي تمكن من بلوغ الهدف على أسس علمية صحيحة استنادا إلى الدراسات العلمية الإحصاءات والبيانات الدقيقة والتجارب السابقة التي تؤدي إلى كشف المشكلات المتوقعة وإيجاد الحلول السليمة لها قبل تفاقمها ولتخطيط مقومات تتمثل في المرونة والحركية والتخطيط النمطي والوضوح والواقعية ودقة في البيانات ودقة تحديد البرنامج الزمني والمراقبة والمتابعة

ولنجاح التخطيط الإعلامي يجب اتخاذ مجموعة من العوامل ومن بين هذه العوامل نذكر: تحليل ما يتيسر من موارد بشرية ومادية إلى طاقات فعالة يمكن عن طريقها تحقيق الهدف ويجب على التخطيط أن يبتعد على التناقضات موضوعي

وتحتوي العملية التخطيطية على مجموعة من العناصر التي يمكن الارتكاز عليها في متابعة والتنفيذ والتقييم وهما التنبؤ بالمستقبل والاستعداد للمستقبل

ولتخطيط الإعلاميا أهمية كبرى في التخفيف من حدة الأزمات فهو ليس خيرا يمكن ان تاخذ ب هاو تتركه وذلك لأنهم مطلوب وضروري لأي مجتمع لأنه يعمل على حل المشكلات وللحد من الأزمات وهو أسلوب العصر الحديث في المجتمع أينفذ أعماله وفق خطط وبرامج محددة أخذة في حسابان المستقبل وفي الغالب يعتبر التخطيط الإعلامي من أهم ما يمكن أن يميز مؤسسة إعلامية عن أخرى حيث يساعدها على مباشرة الأهداف والتنسيق الجيد بين كافة عناصر المؤسسة

## الخاتمة :

تجلى لنا من خلال مذكراتنا وبعد عرضنا مختلف فصولها بدءاً من صياغة إشكالية دراستنا وتساؤلات حول التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات في مؤسسة شروق الإعلامية والتي جاء كالتالي ماهي أهمية التخطيط الإعلامي في إدارة الأزمة كورونا في مؤسسة الشروق الإعلامية؟

حيث اعتبر التخطيط أهم مراحل التي تتبعها المؤسسة الإعلامية في مواجهة أزمات سواء المستجدة أو القديمة والتي تعتمد عليها بشكل كبير في شرح وتحليل وإيجاد حلول الأزمة كالأزمة كورونا ومن خلال أجوبة استبيان التي قام بها قائم اتصال بمؤسسة الشروق أن تخطيط له أهمية كبرى في توضيح الأزمة وشرح مسبباتها وكيفية إيجاد حلول لها وتجنب أضرارها والتغلب على الصعوبات الناتجة عنها

فوجد أن التخطيط الإعلامي لمواجهة أزمة كورونا قد أعطى إضافات وتوضيحات حول هذه الأزمة ومعرفة أسباب تفشي هذا المرض ومناطق انتشاره وتقديم نصائح وإرشادات اللازمة اتباعها وطرق وقائية

قد اختصرت مؤسسة شروق تخطيطها الإعلامي لتصدي جائحة كورونا التقيد بالبروتوكول الصحي ونقل المعلومات الخاصة بإحصائيات الإصابات والوفيات والشفاء مع معالجة الوباء بمواضيع عدة من خلال بدايته والتطرق إليه كظاهرة وبائية جديدة والتحاور مع أعضاء اللجنة العلمية المتابعة للوباء ومعرفة مستجداتها ونشر ومضات إعلامية للوقاية وتوجيه العامة بخصوص التعامل معه

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة آكلي محند أولحاج - البويرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

التخصص : علوم الإعلام والاتصال

مستوى : الثالثة ليسانس

ملحق 01 استمارة استبيان حول :

## التخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات جائحة كوفيد 19

دراسة استطلاعية لقائم الاتصال في قناة الشروق

تحت إشراف الأستاذة :

جميلة أوشن

إعداد الطالبات :

أمال رزيق

فهيمة بوخالفة

نور الهدى طلحي

أخي أختي

تحية طيبة ، في إطار تحضير لمشروع تحت عنوان التخطيط الإعلامي للإدارة الأزمات جائحة كوفيد 19 دراسة استطلاعية لقائم الاتصال في قناة الشروق يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي يهدف إلى معالجة موضوعنا ، لذلك نرجو منكم الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بدقة وموضوعية .

نطمئنكم بأن المعلومات المقدمة سوف تكون في غاية السرية وتستخدم لغرض البحث العلمي فقط .

وتقبلوا فائق التقدير والامتنان .



المحور الأول : البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر  أنثى

السن :

30 - 18  45 - 31  45 فما فوق

مستوى التعليمي :

ليسانس  ماجستير  دكتوراة

الخبرة المهنية :

أقل من سنة  من سنة إلى 5 سنوات  5 سنوات إلى 10 سنوات  أكثر من 10 سنوات

الوظيفة :

إداري  رئيس تحرير  رئيس قسم  صحفي

المحور الثاني : المخطط الإعلامي لقناة الشروق في إدارة أزمة كوفيد 19 .

- ما هو دور التخطيط الإعلامي في إدارة أزمة كوفيد 19 ؟

أوافق	لا أوافق	أتحفظ	
			يلعب التخطيط الإعلامي دور في توضيح الخلل
			يساهم التخطيط الإعلامي في حل الأزمات
			التخطيط الإعلامي يجذب الإعلام الأزمات المستقبلية
			التخطيط الإعلامي يساعد في التنبؤ لحل الأزمة

- ما هو التطور الذي أحدثه التخطيط الإعلامي اتجاه الأزمات ؟

أوافق	لا أوافق	أتحفظ	
			التقليل من مخاطر الأزمات
			التعامل مع الأزمة بطريقة سريعة نتيجة للتطور البرامج لمواجهة الأزمات
			الاستعداد لمواجهة الأزمات المفاجئة الإعلامية

من وجهة نظرك ماهي المقترحات لتطوير التخطيط الإعلامي لقناة الشروق ؟

.....

- ما هي المعوقات التي تقف في طريق التخطيط الإعلامي في إدارة الأزمات في قناة الشروق؟ .

.....

- المخطط الإعلامي لقناة الشروق في إدارة أزمة كوفيد 19 كان :

ناجح

فاشل

متوسط

### المحور الثالث :

طبيعة الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة الأزمة .

1 فيما تتمثل الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة الأزمة ؟

.....  
.....  
.....

2 ما هي البرامج التي اعتمدت عليها قناة الشروق في معالجة أزمة كوفيد 19 ؟

.....  
.....  
.....

3 فمن خلالكم فيم تتمثل أهمية طبيعة الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة الشروق في إدارة الأزمة ؟

.....  
.....  
.....

المحور الرابع: الأطراف الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 :

1 عند حدوث أزمة فهل توكل مهام إدارتها الخلية أزمة؟

لا

نعم

فإذا كانت الإجابة ب لا فمن هو المسؤول عن إدارة أزمة؟

.....  
.....  
.....

2 هل تتمتع قناة الشروق بفريق مدرب على التعامل مع الأزمة فور حدوثها؟

.....  
.....  
.....

3 هل يتم تعيين شخصية بذاتها تتولى عملية تخطيط الإعلامي وتحدث باسم أثناء الأزمة؟

لا

نعم

نعم : المؤهل العلمي ؟ .....

خبرته ؟ .....

المسؤولية الموكلة إليه ؟

.....  
.....

4 ما هي الدروس المستفادة التي تلقيتها من خلال مشاركتك في إدارة الأزمات كوفيد 19 ؟

.....  
.....  
.....

## قائمة المراجع :

### أولا : القواميس والمعاجم :

1. الرازي محمد بن أبي بكر ، مختار الصحاح ، بيروت ، دار الكتاب العربي ، 1967 .
2. المنجد في اللغة والإعلام ، دار المشرق ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 1984 .

### ثانيا الكتب :

1. حسين عماد مكاوي ، ليلي ، حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية ، اللبنانية ، القاهرة ، ط2 ، 2001 .
2. رشيد زرواتي ، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ط1 ، الجزائر ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007 .
3. سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، ط1 ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع .
4. علوة السيد ، إدارة الأزمات والكوارث ، مخاطر العولمة والإرهاب الدولي ، ط2 ، القاهرة ، دار الأمين للنشر والتوزيع ، 2002 .
5. عمار بوخوش ، محمود الذنيات ، مناهج البحث العلمي ، ط1 ، الأردن ، مكتبة المنار ، 1989 .
6. فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، ط1 ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2003 .
7. منسي محمود عبد الحليم ، منهج البحث العلمي ، في المجالات التربوية والنفسية ، دار المعرفة الجامعية ، 2003 .
8. نجوى فوال ، القائمون بالاتصال ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية ، القاهرة ، 1992 .
9. هلال محمد عبد العلي ، مهارات إدارة الأزمات ، القاهرة ، مركز تطوير الأداء والتنمية ، ط4 ، 2004 .

### الرسائل الجامعية :

1. الطيب أحمد الإمام ، دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات الأمنية ، بالتطبيق على إذاعة ساهرون (مذكرة ماستر) جامعة الرباط الوطنية ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، الرباط 2015 .
2. عبد العزيز بن سلطان الضويحي ، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات ، دراسة مسحية على العاملين في مديرية الدفاع المدني ، ووزارة الثقافة والإعلام في مدينة الرياض ، (مذكرة ماستر) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2004 .
3. محمد زرمان ، الإعلام والأزمات ، قراءة في افطار المفاهيمي ، كلية الأدب والعلوم الإنسانية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2010 .

فهرس المحتويات :

الصفحة	المحتويات
	الإهداء
	شكر وتقدير
أ . ب	مقدمة
2	الإطار المنهجي
2	1 . الإشكالية
2	2 . التساؤلات
3	3 . أسباب اختيار الموضوع
3	4 . أهداف الدراسة
3	5 . أهمية الدراسة
5 - 4	6 . نوع الدراسة ومنهجها
6	7 . أدوات الدراسة
7	8 . البحث وعينة الدراسة
9 - 7	9 . تحديد مفاهيم الدراسة مجتمع
11- 10	10 . الدراسات السابقة
12	11 . مقارنة الدراسة (نظرية الدراسة )
	الإطار النظري

	ملخص الإطار النظري
	الفصل الأول مدخل مفاهيمي للتخطيط الإعلامي
	1 مقارنة معرفية للتخطيط
	أ مفهوم التخطيط ومقوماته
	ب عوامل نجاح التخطيط ومراحله
	ج عناصر التخطيط
	2 مدخل إلى التخطيط الإعلامي عناصر
	أ مفهوم التخطيط الإعلامي
	ب خصائص التخطيط الإعلامي وأهدافه
	ج معوقات التخطيط الإعلامي
	الفصل الثاني إستراتيجية إدارة الأزمات إعلاميا
	1 تأصيل نظري لمفهوم الأزمة
	أ مفهوم الأزمة وخصائصها
	ب أنواع الأزمات
	ج مراحل إدارة الأزمات
	2 دور الإعلام في إدارة الأزمات
	أ استراتيجيات إدارة الأزمات إعلاميا
	ب معوقات نجاح التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات
	الإجراءات الميدانية للدراسة
	خاتمة
	ملاحق
	قائمة المراجع

