

Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity

تأليف : Ulmer, R.R., Sellnow, T.L. & Seeger, M.W.

(USA: SAGE publications, 2015)

إعداد/ د. نهى سمير محجوب*

تدعم النسخة الثالثة من كتاب "حوإعلام فعال في الأزمات: تحويل الأزمة إلى فرصة" المبدأ الأساسي الذي ينص على أن إعلام الأزمات لايتوقف فقط على النجاح في إدارة التهديد الذي تخلقه الأزمة وإنما خلق فرص محتملة وتجديدها وتميئها من خلال اتصال فعال في وقت الأزمات.

من المنظور الإعلامي يتم تعريف الأزمة على أنها أحداث سلبية مدمرة تحتوي على تهديد ولا توجد بها فرص تعويضية، وكننتيجة لذلك فإن الإعلام الذي يتبع الأزمة يكون بشكل عام سلبي ودفاعي. في وقت الأزمات تتكر المنظمات مسؤليئها عن الأزمة، أو تبحت عن كبش فداء لتلقي عليه المسؤولية، أو تحاول أن تقلل من تأثير الدمار الذي نتج عن الأزمة، أو تتخذ مداخلأ قانونياً صارماً، أو لا تعلق على الإطلاق.

أدت تلك النوعية من الاستجابات والسياسات إلى انخفاض الثقة في المنظمات الحكومية والخاصة. وقد قامت النظريات الحالية لإعلام الأزمات بتصنيف الاستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات للحفاظ على صورتها وحماية سمعتها.

ويختلف المنظور الذي يتناوله هذا الكتاب عن إعلام الأزمات في أنه يوفر للقارئ حلولاً مختلفة للتعامل مع الأزمة تتعدى مجرد الاهتمام بالحفاظ على صورة المؤسسة وسمعتها. ويعتبر هذا بالتأكيد تغييراً جذرياً في التفكير. وتحتوي كل أزمة على تهديد ولكن يقترح الكتاب أن المؤسسة التي تتعرض لأزمة يجب ان تنتهز الفرصة لتتعلم من الحدث وأن تقوم بالاتصال مع الجمهور بأمانة وأخلاق، وتعمل

*مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة

على تقليل الضرر عن أولئك الذين لم يتعرضوا لأذى مباشر من الأزمة، وتطوير خطة مستقبلية لتخطي هذه الأزمة والمضي قدماً. ويؤكد المدخل المقدم في هذا الكتاب على ضرورة أن تتبع المؤسسة قيماً أخلاقية أساسية قوية وإيجابية بالإضافة إلى مبادئ فعالة للاتصال في وقت الأزمات يكون هدفها توجيه ردود أفعالها وقت حدوث الأزمة.

ويختبر الكتاب هذا المدخل من خلال عدد من دراسات الحالة وأنواع مختلفة من الأزمات في أكثر من سياق.

وينقسم هذا الكتاب إلى ثلاثة أقسام: يضم القسم الأول الفصلين الأول والثاني واللذان يمثلان الأساس المفاهيمي لإعلام الأزمات حيث يشرح الفصل الأول مفهوم إعلام الأزمات ويختبر الفصل الثاني النظرية الحالية في إعلام الأزمات. أما القسم الثاني من الكتاب فيضم الفصول من الثالث إلى الثامن والذي يقدم دروساً عن إدارة الأزمات يتبعها مباشرة تطبيقات عملية. فعلى سبيل المثال يناقش الفصل الثالث دروساً عن الممارسات الإعلامية الفعالة أثناء أزمة ما. ويتبعه الفصل الرابع الذي يقدم مجموعة من الحالات المختلفة لتطبيق هذه الدروس على أنواع مختلفة من الأزمات على نطاق واسع. أما الفصل الخامس فيقدم دروساً عن كيفية التعامل الفعال مع عدم الوضوح وقت الأزمات. وفي الفصل السادس تطبيق للدروس المقدمة في الفصل الخامس عن إدارة عدم الوضوح وقت الأزمات. ويقدم الفصل السابع دروساً عن القيادة الفعالة وقت الأزمات. أما الفصل الثامن فيقدم تطبيقات للدروس عن تنمية مهارات القيادة الفعالة للأزمات المختلفة كالتلوث الغذائي الحرائق والهجمات الإرهابية وإعصار كاترينا وغيرها.

أما القسم الثالث والأخير من الكتاب فيتناول الفرص حيث يختبر دور التعلم المؤسسي والاتصال عند وجود تهديد وأخلاقيات الاتصال في خلق الفرص بعد وقوع الأزمات. توفر هذه الفصول اقتراحات للقارئ تتيح له مقاومة الميل لنبرة التهديد التي تطغى كسمة على إعلام الأزمات. حيث يتناول الفصل التاسع بالشرح التعلم من الفشل، ويتناول الفصل العاشر الاتصال عند وجود تهديد ويشرح هذا

الفصل الفرق بين التهديد والأزمة وتعريف التهديد وتحليل سلوك الجماهير. ويتناول الفصل الحادي عشر الاستجابة للمتطلبات الأخلاقية للأزمة ويعرض الفصل الضوابط الأخلاقية التي يجب اتباعها وقت الأزمات وتعريف القيم وعلاقتها بالسلوك وقت الأزمات ومفهوم المسؤولية والمحاسبة والوصول للمعلومات والاهتمام بالنواحي الإنسانية ودور القيم في عملية الاستجابة وقت وقوع الأزمات.

ويقدم الفصل الأخير من الكتاب النظرية الجديدة الخاصة بالاتصال وقت الأزمات، وتطرح الحديث عن التجديد كإطار لإدارة الأزمات بشكل فعال حيث يتناول هذا الفصل بالشرح الفرص التي قد تظهر في وقت الأزمة ويمكن استغلالها والمكونات النظرية لخطاب التجديد في إعلام الأزمات.

يعتبر هذا الكتاب "Effective Crisis Communication" مدخلاً متطوراً قائماً على المهارات التطبيقية التي يمكن اكتسابها للتعامل الإعلامي وقت الأزمات. وقد قدم المؤلفون جهداً كبيراً في شرح إمكانية تطبيق الدروس العملية المكتسبة من خلال أزمات مختلفة ومتنوعة. ويعتبر هذا الكتاب ضرورياً كدليل للتعامل الإعلامي وقت الأزمات المختلفة.