



Iraq Academic
Scientific Journals

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (13) | Issue (52) Year (2021)
| Pages (211-222)

ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

Article history:

Received: 12/4/2021

Accepted: 12/7/2021

Available Online: 3/10/2021

Manhal Fayek Rachid

E-mail: Manhalfrn9@gmail.com

Assistant Professor, Dr. Nada About Jarallah

E-mail: Nada_ka32000@yahoo.com

Adopting the public on satellite channels

The importance of television has emerged as an effective and influential force in the lives of societies and peoples, And not just a professional media since the fifties of the twentieth century, It was used as a platform to achieve the goals and objectives of the media and politics for governments, agencies and individuals in different countries of the world, Using many methods, methods and techniques that later became important major subjects and curricula and a scientific specialization that was founded for him to study and teach in most international universities, The media, especially television and satellite channels, play an active and significant role in managing crises and conflicts and directing them through the methods of dealing with various news, And in the process of selecting information supporting one of the parties to the crisis, or finding solutions that limit or end the crisis. The successive events, crises and turbulent conditions that Iraq has experienced since 2003 have contributed To double the importance and role of the media in general and Iraqi satellite channels in particular, Through its coverage of these events and crises, it has played a prominent, influential and directing role In its spread, expansion, exacerbation, or limitation and decline And sometimes find solutions

Keywords:

- dependence
- theory of dependence on media
- public
- knowledge
- crisis

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

Manhal Fayek Rachid, University of Bagdad / College of Mass Communication
Assasit. prof .Dr.Nada About Jarallah , University of Bagdad / College of Mass Communication

منهل فايق رشيد
أ.م. د. ندى عبود جارالله

اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية بحث مستل من رسالة ماجستير

ظهرت أهمية التلفزيون كقوة فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمعات والشعوب وليس مجرد وسيلة اعلامية مهنية منذ خمسينيات القرن العشرين اذ استخدم كمنصة لتحقيق الغايات والاهداف الاعلامية والسياسية للحكومات والجهات والافراد في دول العالم المختلفة، مستخدما الكثير من الطرق والاساليب والتقنيات التي اصبحت في ما بعد مواد ومناهج رئيسية مهمة وتخصص علمي اسس له ليدرس ويعلم في اغلب الجامعات العالمية، وتقوم وسائل الاعلام وفي مقدمتها التلفزيون والقنوات الفضائية بدور فاعل وكبير في ادارة الازمات والصراعات وتوجيهها عن طريق اساليب معالجتها وتناولها للأخبار المختلفة، وفي عملية انتقاءها للمعلومات المؤيدة لأحد اطراف الازمة او ايجاد الحلول التي تحد او تنهي الازمة، وقد أسهمت الاحداث والازمات والاضاع المضطربة المتلاحقة التي عايشها العراق منذ عام ٢٠٠٣ الى تضاعف اهمية ودور وسائل الاعلام بصورة عامة والقنوات الفضائية العراقية على وجه الخصوص من خلال تغطيتها لهذه الاحداث والازمات حتى أصبحت تؤدي دورا بارزا ومؤثرا وموجها في انتشارها وتوسعها وتفاقمها او الحد منها وانحسارها وايجاد الحلول لها في بعض الاحيان.

الكلمات المفتاحية :

- ◀ الاعتماد
- ◀ نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
- ◀ الجمهور
- ◀ المعرفة
- ◀ الازمة



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

منهل فايق رشيد – كلية الاعلام – جامعة بغداد
أ.م.د.

المقدمة Introduction

تشير الدراسات والبحوث الاعلامية إلى وجود أهمية ودور كبير تقوم به القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات والمعرفة, وتعد المصدر الرئيس للمعلومات عن الأزمات والأحداث والقضايا المحلية, إذ يسعى الجمهور من خلال اعتماده على القنوات الفضائية العراقية الى اكتساب المعلومات والمعرفة عن الأوضاع الراهنة في المجتمع بما فيها الازمات المحلية, إذ يزداد هذا الاعتماد في أوقات عدم الاستقرار في المجتمع خلال الأحداث والقضايا والأزمات, من أجل مواكبة ومحاولة فهم واستيعاب ما يحدث من تفاصيل وتطورات المشهد (Christine L ,& H. Leslie, 1998,p110), إذ أسهمت التطورات التكنولوجية في زيادة اهتمام الباحثين بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام في المستوى المعرفي, وأكد بعضهم ان اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يعود إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة, فضلا عن التفاعل بين المتغيرات المرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام, والسعي الى توضيح العلاقة بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع والتي تقوم على أساس من الاعتماد المتبادل فيما بينها (M.defleur, & S. Ball, 1975, pp.69-89).

الإطار المنهجي

مشكلة البحث: Researchproblem

تقوم القنوات الفضائية بدور كبير في الحصول على المعلومات والمعرفة, وتعد المصدر الرئيس للمعلومات عن الأزمات والأحداث والقضايا المحلية, إذ يسعى الجمهور من خلال اعتماده على القنوات الفضائية العراقية الى اكتساب المعلومات والمعرفة عن الأوضاع الراهنة في المجتمع بما فيها الازمات المحلية, إذ يزداد هذا الاعتماد في أوقات عدم الاستقرار في المجتمع خلال الأحداث والقضايا والأزمات, من أجل مواكبة ومحاولة فهم واستيعاب ما يحدث من تفاصيل وتطورات المشهد, لذا تبلورت مشكلة البحث, هل توجد علاقة بين اعتماد الجمهور على الفضائيات العراقية وبين مستوى المعرفة المتحققة بالأزمات المحلية؟

أهمية البحث: research importance

تكمن أهمية البحث في السعي الى قياس مدى اعتماد الجمهور في مدينة بغداد على القنوات الفضائية العراقية, ويتعلق بمعرفة الازمات المحلية خاصة, والكشف عن مدى اسهام الفضائيات العراقية في معرفة الجمهور بالأزمات المحلية, وأبرز القنوات

الفضائية العراقية التي تحظى بمتابعة الجمهور ومدى اعتمادهم عليها، وأهم الأزمات المحلية التي تابعها المبحوثون.

أهداف البحث: research goals

- التعرف إلى مستويات اعتماد الجمهور على الفضائيات العراقية في متابعة الأزمات المحلية.
- معرفة أنماط تعرض الجمهور للفضائيات العراقية وعاداته لمتابعة الأزمات المحلية.

الإطار النظري

نشأة وتطور نظرية الاعتماد Origin and developmet of dependence theory كانت البدايات الاولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في عام ١٩٧٤م على يد الباحثة (ساندرا بول روكيتش) وزملائها، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات)، طالبوا فيها بضرورة الانتقال من منظور مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة نظر أخرى ترى أن قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتماد الآخرين في المجتمع على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي بمعنى ان هناك علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى في المجتمع (عادل وعبد الهادي، ٢٠١٤، صفحة ٦٢)، حيث ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في سبعينيات القرن الماضي، عندما ملأ كل من (ملفين ل. ديفلير وساندرا بول روكيتش) وهما صاحبا كتاب (نظريات وسائل الإعلام) ومؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشيعات، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز في المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الاعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، وهذه هي البدايات الاولى لهذه النظرية (ابو اصبع، ٢٠٠٦، صفحة ١٦٢).

وتتصور نظرية الاعتماد ان قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الافراد ببلوغ اهدافهم الشخصية، وكلما ازداد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الاهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام في هذا المجتمع (شفيق، ٢٠١٤، صفحة ١٧٧)، وترتكز النظرية على ركيزتين اساسين حتى يكتمل الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الاعلام (خاتنة، ابو سعد، ٢٠١١، صفحة ١٨٥):

١. الأهداف: إذ تشير النظرية إلى أن هناك مجموعة أهداف للأفراد يسعون إلى تحقيقها عن طريق المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.
٢. المصادر: باعتبار ان نظام وسائل الإعلام هو نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقق

الأهداف الخاصة بالأفراد.

كما وتختلف قدرة مصادر المعلومات بالتأثير في معارف واتجاهات الأفراد بأوقات الصراعات والأزمات والاحداث الجارية وفقا لمسار الاداء المهني في تغطية هذه الاحداث، فقد توصل الباحثين بان زيادة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام كمصادر للمعلومات يختلف حسب درجة الاستقرار الاجتماعي، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار زاد اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام والعكس صحيح (عادل، عبد الهادي، ٢٠١٤، صفحة ٧١).

ويعرف الاعتماد بأنه عبارة عن (علاقة بين اهداف الافراد ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام وتعد اهداف الافراد موجودة وكأننة، لكن اعتمادهم على وسائل الإعلام عبارة عن نواتج معقدة للحصول على الاهداف الفردية، ويمكننا افتراض أن جميع اهداف الفرد يمكن أن تتحقق ببعض الطرق عن طريق الرسائل الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام (عبد الحميد، ٢٠٠٤، صفحة ٢٣٤).

كما ويعرف بأنه (العلاقة الناشئة بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وتنتج عنه آثار معرفية ووجدانية وسلوكية، حيث يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام أو وسيلة معينة كمصدر للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة) (مكاوي، السيد، ٢٠١٦، صفحة ٣١٤). ويسعى الافراد عن طريق اقامة علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تحقيق جملة من الأهداف وهي كالآتي (حجاب، ٢٠١٠، صفحة ٣٠٤):

١. الفهم : ويشمل التعرف على الذات عن طريق التعلم والحصول على الخبرات، والمعرفة والفهم الاجتماعي كالقيم والمعتقدات عن طريق التعرف على أشياء عن العالم أو الجماعة أو البيئة المحلية وتفسيرها.
 ٢. التوجيه : ويشمل توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع، واكتساب المعلومات بتوجيه سلوكي من المجتمع والتصرف بما ينسجم معه، وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة، عن طريق اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بمهارات وخبرات الحوار والتفاعل مع الآخرين في المجتمع.
 ٣. التسلية : وتشمل التسلية المنعزلة، مثل الاسترخاء والجلوس في عزلة، والتسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية أو الترفيه.
- فضلا عن أن درجة اعتماد الافراد على وسائل الإعلام تتوقف على عدد من العوامل، أهمها درجة اتجاه المجتمع نحو التغيير، ودرجة عمل وكفاءة النظام الإعلامي في المجتمع (نصر، ٢٠١٥، صفحة ١٧٧).
- كما تعد هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل، والتي تستند إلى اعتبارات تأثيرية لوسائل الإعلام تتسم بالقوة والقدرة على التغيير، وتفترض ان لوسائل الإعلام تأثيراتها القوية اذا تم استخدامها في حملات إعلامية منظمة يتم الاعداد لها بعناية (ابراهيم وحمد، ٢٠١٠، صفحة ١٢٢).

كما يعد الجمهور الهدف والعنصر الأول والأخير الذي يأخذ بالحسبان عند بناء الرسالة في العملية الاتصالية، لذلك على القائم بالاتصال ومصمم الرسالة الالمام بخصائص وصفات ونوع الجمهور وأن تكون لديه فكرة متكاملة عن سمات الجمهور وقدراته العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية، من أجل زيادة مقدرته على الوصول إليه وإقناعه برسالته، عن طريق تصميم الرسالة تصميمًا جيدًا، إذ توجد مجموعة من المتغيرات التي يجب أن يأخذها القائم بالاتصال بنظر الاعتبار وتؤثر بشكل واضح في المضمون الذي سوف يتعرض إليه أفراد الجمهور مثل: التفكير والعواطف ومستوى التعليم والسن والسمات الشخصية والميول الفردية (الحديدي وعلي، ٢٠٠٣، صفحة ٩٣)، ويعد الجمهور العنصر الأساس في عملية الاتصال الجماهيري وفي النظام الاجتماعي ككل، حيث تقوم هذه العملية أساساً على ارسال الرسائل والمضامين وتوجيهها من المصدر إلى الجمهور الذي يتلقى هذه الرسائل ويفسر معانيها بطرق مختلفة كلاً حسب ثقافته وانتمائه وطبقته الاجتماعية ومستوى تعليمها (الموسى، ٢٠٠٩، صفحة ١٤٢).

ويعرف الجمهور بأنه مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو عاطفة مشتركة أو ادراك في وحدة المصالح لذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر، حيث تتصف وظيفة الجمهور بأنها اكبر من وظيفة الفئة الاجتماعية التي تتكون فقط من فئة واحدة من الناس كالعاملين أو خريجي الجامعات والمعاهد أو النساء (سميسم، ١٩٩٢، صفحة ٦٥).

ويتكون جمهور وسائل الإعلام من أعداد كبيرة من الناس تتنوع مستوياتهم الاجتماعية والثقافية، ويتوزعون على مساحات واسعة من الارض، فيكونون موجودين في القرى والمدن الحضرية ويضم الكبير والصغير على حد سواء، منهم من يتجه لمشاهدة التلفزيون وبعضهم للاستماع الى الراديو وبعضهم يتجه لقراءة الصحف، وبجمعهم يشكلون الجمهور الذي تستهدفه وسائل الاعلام في مضامينها، وهم يسعون عن طريق تعرضهم لوسائل الإعلام لتحقيق غايات وأهداف مختلفة، منها التزود بالمعلومات والمعارف المتنوعة أو متابعة الاخبار والاحداث أو لغرض الترفيه والتسلية (الموسى، ٢٠٠٩، صفحة ١١٠).

ويمكن القول ان الجمهور في تعرضه لمضامين وسائل الإعلام يكون دائم التغيير بالنسبة لطول تعرض أفراد الجمهور فضلاً عن أن أعدادهم تتباين بين الزيادة والنقصان، وبذلك نستنتج أن الجمهور هو (الهيتمي، ١٩٨٨، صفحة ٤٠) :

١. متنوع في تركيبه، إذ يضم أفراداً ينتمون إلى الجماعات المختلفة.
٢. يتكون من أفراد لايعرف أحدهم الآخر، وكل فرد منهم يستجيب للاتصال الجماهيري بشكل فردي يختلف عن الآخرين ويكون على أساس كونه عضواً في الجماعة.
٣. إن أفراد الجمهور منتشرون في أماكن متعددة ولا يتسع للفرد التفاعل مع مختلف الأفراد الآخرين، ولكنه يمكن أن يتواصل مع عدد منهم ممن يضمه كيان اجتماعي معين.
٤. عدد أفراد الجمهور كبير جداً حيث يصعب على المصدر ان يتفاعل مع أعضائه وجهاً

لوجه خلال تعرضهم لعملية اتصالية في أثناء مدة زمنية محددة.
 ٥. إن المصدر لا يعرف أفراد الجمهور معرفة شخصية ولا نوعيته وصفاته وخصائصه المختلفة.

القنوات الفضائية ومعرفة الازمات : Satellite channels and knowledge of crises

نتيجة لتعدد وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة والالكترونية وتطورها، أصبح التأثير المعرفي الذي يمارس على الجمهور واسعاً جداً، عن طريق الرسالة الموجهة التي تحمل أهدافاً وغايات عدة منها التعليمية والثقافية والمعرفية والترفيهية والايديولوجية.

وتعد وسائل الإعلام لاسيما القنوات الفضائية والبرامج التلفزيونية مرتكزا اساسياً في تكوين ثقافة الجمهور ومعارفه، إذ أصبحت تلك الوسائل تشكل وسيلة اقناعية ذات مصداقية نتج عنها تشكيل اتجاهات الجمهور نحو موضوع أو قضية أو فكرة أو هدف معين، عن طريق نوع الرسالة الاتصالية ومضمونها والفكرة المؤثرة التي تتناولها، فضلاً عن تزويد الجمهور المتلقي بما يحتاجه من معلومات ومعارف تشبع رغباته وحاجاته الذاتية بعد دراسة المستوى الثقافي للرأي العام (بسمان، ٢٠٠٤، صفحة ٢٣).

والمعرفة : (هي مزيج من قيم ومعلومات وبصيرة نافذة وتجارب محددة معتمدة على أساس نتيجة تجارب ومعلومات جديدة) (العلي، ٢٠٠٦، صفحة ١١٣)، وعرفها قاموس اكسفورد الانجليزي بأنها: (الخبرات والمهارات المكتسبة... عن طريق التجربة او التعليم، وهي مجموع ما هو معروف في مجال معين) (ياسين، ٢٠٠٧، صفحة ١٧).
 وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تجسيد المعلومات على شكل صور بهدف تبسيطها وتقريبها من الواقع لتسهل في تطور ونمو المعرفة، حيث تعد حاسة البصر من أكثر الحواس التي تساعدنا على فهم الواقع، إذ إن (٧٥٪) من المعرفة للأفراد تكتسب عن طريق حاسة البصر و (٨٨٪) في تحصيل المعرفة البشرية، حيث تشكل الصورة عاملاً مهماً في عملية الإدراك الحسي للمعلومات اللفظية التي تصاحبها (العبد، ١٩٩٩، صفحة ٢٣٢).

أما الازمة : (هي تلك النقطة الحرجة واللحظة الحاسمة التي يتحدد عندها مصير تطورها أما الى الأفضل او الى الأسوأ، الحياة او الموت الحرب أو السلم، لإيجاد حل لمشكلة ما أو انفجارها) (العماري، ١٩٩٣، صفحة ١٨). وعرفها قاموس « لونغمان » بأنها: (زمن يتسم بوجود خطر كبير أو صعوبة شديدة أو عدم يقين سواء في السياسة أو الإقتصاد (Longman, ١٩٩٥, p٣٢٢). أما الازمة سياسياً فتعرف بأنها: (تتابع سريع للأحداث على نحو يؤدي الى حالة من عدم الإستقرار في النظام السياسي والدولي ونظمه الفرعية الى درجة غير مألوفة تزيد من احتمالات إندلاع العنف داخل هذا النظام (بهنسي، ٢٠١٠، صفحة ٢٤). وتحظى الازمة بأهمية بالغة نتيجة الدور والبعد الإعلامي الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام في تغطية الازمات وتزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة والتطورات التي تطرأ عليها، حيث يمتد هذا الدور

لما بعد انتهاء الأزمة بهدف احتواء أثارها وتبعاتها (مصطفى، ٢٠٠٠، صفحة ٧). حيث تعرف إعلامياً بأنها: (نشر سيء غير متوقع، وعادة ما يكون النشر هو المتسبب في إلحاق الضرر بالمنظمة، وليس الحطام الناتج عن الأزمة) (Bland, m ١٩٩٩). تشير الأبحاث والدراسات إلى أن هناك مجموعة من العوامل والأسباب تؤدي إلى نشأة الأزمة وتطورها منها الآتي :

١. سوء الفهم : يعد سوء الفهم احد أهم اسباب نشوء الأزمات، ويحدث سوء الفهم غالباً عن طريق عاملين، الأول : نقص المعلومات وقتها أو عدم صحتها أو عدم إتاحتها والقدرة على جمعها، والثاني : سرعة إتخاذ أو إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل كشف الحقائق (حسن، ٢٠٠٨، صفحة ٣٠).

٢. المعلومات الخاطئة أو نقص المعلومات : عندما تكون المعلومات خاطئة أو ناقصة أو قاصرة ستؤدي إلى الإستنتاج الخاطئ، والتقييم غير الصحيح إتجاه المواقف والامور والتوجهات، وتصبح القرارات والاجراءات الصادرة خاطئة لأنها مبنية على معلومات غير كاملة أو خاطئة وتؤدي الى الأزمة، أو تصبح عاملاً مساعداً لظهور قوى أو مجموعات مؤيدة ومعارضة قد يؤدي الإحتكاك بينها إلى الصدام والصراع وربما يؤدي لحدوث أزمة (أحمد، ٢٠١١، صفحة ٦١).

٣. الإشاعات : تعد الإشاعات من أهم اسباب حدوث الأزمات، إذ يتم استخدام مجموعة حقائق صادقة قد حدثت فعلاً ولموسة من قطاع كبير من الأشخاص، وتغليفها واحاطتها بهالة من المعلومات والبيانات الكاذبة والمضللة، وإعلانها في توقيت معين ومناخ وبيئة مناسبة واستخدام حدث معين وجو من الاضطرابات أو الفوضى تؤدي إلى حدوث الأزمة (كامل، ٢٠١٢، صفحة ٧٨).

٤. البيئة الإجتماعية والمادية للمجتمع : إن عدم توافر الخدمات الضرورية في المجتمع مثل: المياه والكهرباء والأمن والنقل والمواصلات ونظم الإتصالات الحديثة وفرص العمل يؤدي إلى ظهور المشكلات والاضطرابات التي قد تزداد وتتطور الى أزمات (شريف، ١٩٩٨، صفحة ٥٦).

يرى المختصون أن هناك نوعين اساسيين من المعالجات الإعلامية للأزمات هما (خضور، ١٩٩٩، صفحة ٧٢) :

١. المعالجة المثيرة : وتقوم عن طريقها وسائل الإعلام باستخدام تغطية تميل الى تضخيم وتهويل الاحداث والمعالجة السطحية وينتهي اهتمامها وتغطيتها للأزمة بإنهاء الحدث، وتعد معالجة إعلامية غير متكاملة أو ناقصة لإعتبرات متعلقة بالسلطة القائمة او احتياجات السوق الاعلامية، وقد تؤدي الى تضليل وتشويه وعي الجمهور المتلقي وادراكه.

٢. المعالجة المتكاملة : وهي المعالجة التي تتسم بالشمولية والعمق والمتابعة الدقيقة للحدث حيث تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة، كأسباب الحدوث والسياقات والتطورات والأفاق المستقبلية لها ومواقف الاطراف المؤثرة فيها وغيرها، لإظهار الإحترام والمهنية لموضوعها وجمهورها.

كما تؤدي القنوات الفضائية عدد من الوظائف اثناء حدوث الأزمات منها:

(حمادة، ١٩٩٣، صفحة ٥٠-٥١) :

١. تقدم معلومات فورية عن الأزمات والاضاع السياسية مقارنة بالمخاطبات الحكومية المعتادة.
٢. تعكس التغيرات التي تطرأ على الرأي العام عن طريق تفاعل الجمهور مع القصص الخبرية، فتظهر وكأنها المدافع الاول عن حقوق الجمهور.
٣. يعد التلفزيون الوسيلة الاكثر كفاءة في ايصال الرسائل بين القادة والمسؤولين وبين الجمهور.
٤. تساعد في تحليل الاحداث الدولية وما يترتب عليها من صنع القرارات السياسية.
٥. تمكن الحكومة من توجيه الرأي العام للقضايا والاحداث التي تراها ضرورية.

المصادر باللغة العربية

- أشرف السيد احمد. (٢٠١١). تكنولوجيا المعلومات وادارة الازمات. القاهرة : دار الفكر العربي.
- السيد بهنسي. (٢٠١٠). الاعلام وادارة الازمات الدولية. القاهرة : عالم الكتب.
- اديب خضور. (١٩٩٩). الاعلام والازمات. الرياض : اكااديمية نايف العربية للعلوم الامنية.
- بسيوني ابراهيم حمادة. (١٩٩٣). اثر وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
- حسنين شفيق. (٢٠١٤). نظريات الاعلام وتطبيقاته في دراسات الاعلام الجديد. القاهرة : دار فكر وفن.
- حسن عماد مكاي، ولى حسين السيد. (٢٠١٦). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط٢. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
- حسني محمد نصر. (٢٠١٥). نظريات الاعلام. الامارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي.
- حميدة سميسم. (١٩٩٢). نظريات الرأي العام مدخل. بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة.
- رشا عادل، وعلي عبد الهادي. (٢٠١٤). نظريات الاعلام رؤية جديدة. بغداد : دار الأرقام.
- سامي محسن ختانتنة، واحمد عبد اللطيف أبو سعد. (٢٠١١). علم النفس الإعلامي. عمان : دار المسيرة.
- سعد غالب ياسين. (٢٠٠٧). نظم ادارة المعرفة ورأي المال الفكر العربي. ابو ظبي : مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- صالح خليل ابو أصبع. (٢٠٠٦). الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة. ط٥، عمان : دار المجدلاوي.
- عاطف عدلي العبد. (١٩٩٩). مدخل الى الاتصال والرأي العام - الاسس النظرية

- والاسهامات العربية. القاهرة : دار الفكر العربي.
 عباس رشدي العمري. (١٩٩٣). ادارة الازمات في عالم متغير. القاهرة : مركز
 الاهرام للترجمة والنشر.
 عبد الستار العلي. (٢٠٠٦). مدخل الى ادارة المعرفة. ط١. عمان : دار السيرة.
 عصام سلمان الموسى. (٢٠٠٩). مدخل في الاتصال الجماهيري. ط٦. عمان : دار
 اثناء.
 محمد عبد الحميد. (٢٠٠٤). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط٣. القاهرة : عالم
 الكتب.
 محمد عبد الوهاب حسن. (٢٠٠٨). دور الصحافة في ادارة الازمات الامنية. القاهرة
 : الشركة العربية المتحدة.
 محمد منير حجاب. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. القاهرة : دار الفجر.
 محمد مصطفى كامل. (٢٠١٢). العلاقات العامة الاتصال والازمات. بيروت : دار
 المنهل اللبناني.
 محجوب بسمان. (٢٠٠٤). عمليات إدارة المعرفة. مجلة الرابطة. دمشق : المجلد ٤.
 العدد ٣.
 منى سعيد الحديدي، وسلوى امام علي. (٢٠٠٣). الاعلام والمجتمع. القاهرة : الدار
 المصرية اللبنانية.
 منى صلاح الدين شريف. (١٩٩٨). ادارة الازمة : الوسيلة للبقاء. القاهرة : دار
 البيان.
 هادي نعمان الهيتي. (١٩٨٨). الاتصال الجماهيري. المنظور الجديد. بغداد : دار
 الشؤون الثقافية العامة.
 هويدا مصطفى. (٢٠٠٠). دور وسائل الاعلام في الازمات الدولية. القاهرة : مركز
 المحروسة للبحوث والنشر.
 يسرى خالد ابراهيم، وفاطمة عبد الكاظم حمد. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. بغداد : دار
 النهرين.

BIBLIOGRAPHY

- Longman Dictionary. (1995). England ; London Group.
 Bland, M. (1998). Communicating Out of a Crisis 4st Ed. Macmillan
 Press Ltd. Christine L. Kellow And H. Leslie Steeves. (1998). The
 Role of Radio in the Rwanda.
 Genocide .International communication Association.
 M. defleur and S. Ball Rokeach. (1975). Theories of mass communi-
 cation (3rded). New York. David mckay company Ine.

1. Ashraf Alsayed Ahmed, Information technology and crisis management. Cairo: Dar Alficker AlArabi, 2011, p.61.
2. Al sayed Bahnasy, Media and international crisis management, Cairo, Alam Al-Alkutub , 2010, p.24.
3. Adeb Khaddour, Media and crises, Riyadh, Naif Arab Academy of Security Sciences, 1999, p.72.
4. Atef Adly Al-Abed, Introduction to Communication and Public Opinion - Theoretical Foundations and Arab Contributions, Cairo, Dar Alfikar Al-Arabi, 1999, p.232.
5. Abbas Rushdi Al-Amari, Crisis management in a changing world, Cairo, Al-Ahram Center for Translation and Publishing, 1993, p.18.
6. Abdul Sattar Al-Ali, Introduction to knowledge management, i 1, Amman, Dar Al-Sira, 2006, p.113.
7. Bassiouni Ibrahim Hamadeh, The impact of the means of communication in decision-making in the Arab world, Beirut, Alwehdah AlArabia center of studies, 1993, p.p.50-51.
8. Essam Salman Al-Mousa, An introduction to mass communication, i 6, Amman, Ithraa House, 2009, p.p.110-142.
9. Hassanein Shafiq, Media theories and their applications in new media studies, Cairo, Aldar Al-Masriyah Al-Lubnaniyah, 2014, P.177.
10. Hassan Emad Makkawi, and Laila Hussein El-Sayed, Communication and its contemporary theories,i 12, Cairo, Aldar Al-Masriyah Al-Lubnaniyah, 2016, p.314.
11. Hosni Mohamed Nasr, media theories, United Arab Emirates, Dar Alkitab AlArabi, 2015, p.177.
12. Hamida Simesim, Introduction to public opinion theories, Baghdad, House of General Cultural Affairs, 1992, p.65.
13. Hadi Noman Al-Hiti, Mass communication, The new perspective, Baghdad, House of General Cultural Affairs, 1988, p.40.
14. Howiyda Mustafa, The role of the media in international crises, Cairo, El Mahrousa Center for Research and Publishing, 2000.
15. Mohammed Abdulhameed, Media theories and trends of influence, i 3, Cairo, Alam Al-ketab, 2004, p.234.
16. Mohamed Abdul Wahab Hassan, The role of the press in managing security crises, Cairo, The United Arab Company, 2008, p.30.
17. Muhammad Munir Hijab, Communication theories, Cairo, Dar Al-Fajr, 2010, p.30.
18. Mohamed Mustafa Kamel, Public Relations Communication and Crisis, Beirut, Lebanon, Dar Al-Manhal, 2012, p.78.
19. Mahgoub Basman, Knowledge management processes, Association Journal. Damascus, Volume 4,

Number 3, 2004, p.23

20. Mona Saeed Al Hadidi, and Salwa Imam Ali, Media and society, Cairo, Al-dar Al-Masriyah Al-Lubnaniyah, 2003, p.93.
21. Mona Salah El Din Sharif, Crisis management, the way to survive, Cairo, Dar Al Bayan, 1998, p.56.
22. Rasha Adel, and Ali Abdel Hadi, Media theories a new vision, Baghdad, Dar Al-Arqam, 2014, p.p.62-71.
23. Sami Mohsen Khatatna, and Ahmed Abdul Latif Abu Saad, Media psychology. Amman, Dar Al-Masirah, 2011, P.185.
24. Saad Ghalib Yassin, Knowledge management systems and money opinion, Arab thought, Abu Dhabi: Emirates Center for Strategic Studies and Research, 2007, p.17.
25. Saleh Khalil Abu Asba, Communication and media in contemporary societies, 5th floor, Amman, Dar Al-Majdalawi, 2006, P.162..
26. Yusra Khalid Ibrahim, and Fatima Abdul Kadhim Hamad, Communication theories. Baghdad, Dar Al-Nahrain, 2010, p.122.