الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث والأزمات "الفيضانات أنموذجاً"

(دراسة تطبيقية على جمعية الهلال الأحمر السوداني)

civil society organizations' media strategy and its role in
preventing disasters and crises
(applied study to the Sudanese Red Crescent Society)

د. حبيبة عثمان عباس الطيب* د. هبة محمد إسماعيل عبد الله**

د. عادل سعد جيب الله بخيت***

Dr. Habiba Osman Abbas – Dr. Hiba Mohammed Ismail
Dr Adil Saad Gaballa

doi.org/10.52981/cs.v6i3.1824

المستخلص:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث والأزمات بالتطبيق على جمعية الهلال الأحمر السوداني، تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني في درء الكوارث والأزمات "الفيضانات"، هدفت الدراسة إلى معرفة مبادئ ومهارات التخطيط الإستراتيجي الإعلامي لجمعية الهلال الأحمر ومدى التزام بها في مراحل مواجهة الأزمة "قبل، أثناء وبعد"، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: التزام جمعية الهلال الأحمر بالخطوة الإستراتيجية الإعلامية أسهم في الحد من مخاطر السيول والفيضانات في وقت مبكر، جمعية الهلال الأحمر تقوم بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنتظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول، أكدت الدراسة أن جمعية الهلال الأحمر السوداني

* د. حبيبة عثمان عباس الطيب، أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية .

** د. هبة محمد إسماعيل عبد الله، أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية .

*** د. عادل سعد جيب الله بخيت، أستاذ مساعد بمعهد البحوث والدراسات الإستراتيجية جامعة أم درمان الإسلامية .

استخدمت كافة الوسائط الإعلامية (مواقع التواصل الاجتماعي، الإذاعات والقنوات التلفزيونية والصحف) لنشر المبادئ الأساسية للتقليل من مخاطر السيول والفيضانات، كما قامت بإنتاج مواد تعليمية وإعلامية (إصدارات وملصقات ومطبوعات) للتوعية بمخاطر السيول والفيضانات، أثبتت الدراسة تفعيل موقع الجمعية الإلكتروني وتزويده بالأخبار ومعلومات ومناشط برامج الهلال الأحمر، توصلت الدراسة إلى أن جمعية الهلال الأحمر السوداني تقوم بتفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة لتوعية المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية الإعلامية، منظمات المجتمع المدني، الكارثة، الأزمة.

Abstract:

The study entitled " civil society organizations' media strategy and its role in preventing disasters and crises" applied study to the Sudanese Red Crescent Society. The problem of the study was to identify the role of the media strategy of the Sudanese Red Crescent Society in preventing disasters and crises "floods", the study aimed to know the principles and skills of the media strategy planning of the Red Crescent Society and the extent of its commitment in the phases of facing the crisis "before, during and post"

The study used the descriptive approach and reached a number of results, the most important of which are: The commitment of the Red Crescent Society to the media strategic plan contributed to reducing the risks of torrents and floods at an early stage. The Red Crescent Society rehabilitates and trains its media workers on an ongoing and regular basis on how to deal with disasters related to floods and torrents. The study prived that the Sudanese Red Crescent Society used all media (Social networking sites, radio stations, television channels and newspapers) to disseminate the basic principles for reducing the risks of torrents and floods, and the Society has also produced educational and informational materials (publications, posters and applications) to raise awareness of the dangers of torrents and floods.

The study indicated that the Sudanese Red Crescent Society evaluated the activation of media work after the floods disaster by producing various media materials to educate those affected by how to deal after the evacuation of the flood.

Keywords: Media strategy, civil society organizations, disaster, crisis.

المقدمة:

تواجه دول العالم المختلفة متغيرات كثيرة واضطرابات سياسية واقتصادية وتحديات اجتماعية وأمنية تشكل في مجموعها أزمات خطيرة قد تقصف بمسيرة كثير من الدول فتهدد إنجازاتها ومكتسباتها وتطلعاتها نحو الأفضل، وهي أزمات قد تكون بفعل الإنسان كالحروب والإرهاب وأخرى قد تكون بفعل الطبيعة كالزلازل والسيول والفيضانات وهنا يظهر دور الإعلام الذي يلعب دوراً مؤثراً في إدارة الأزمة وتوجيه الرأي العام المتطلع بشغف إلى معرفة الحقائق عن مجريات الأزمة، ذلك من خلال تناوله لأحداث الكارثة أو الأزمة والبحث في أسبابها وآفاق تطورها والمساعدة في إدارة الأزمة بشكل فعال يسهم في التغلب عليها، هنا يظهر الدور الفعال لمنظمات المجتمع المدني وتوظيفها للإعلام بوضع استراتيجيات وخطط إعلامية محكمة وتدريب علمي عالي المستوى لمواجهة الأزمة أو الكارثة ذلك بتفعيل دور الإعلام للتخفيف من حدة الأزمة، والدور الكبير الذي يلعبه في التبصير والتتوير وكشف الحقائق، ويتجسد هذا من خلال اعتماد إستراتيجية إعلامية تهدف إلى ترقية وتكامل المبادئ الأساسية لمنظمات المجتمع المدني وتعزيز الدور الإعلامي للاستعداد لدرء الكوارث وأنشطة تقلل من المخاطر في المجتمع، ونشر الحقائق للحد من نقشي الشائعات والأخبار الكاذبة.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في أن كافة أقطار العالم تتعرض إلى الكوارث الطبيعية والصناعية على حد سواء ويزيد تأثيرها على الواقع الإنساني باختلاف البيئة التي تقع فيها وجغرافيتها ومناخها والإمكانيات الطبيعية والصناعية المتوفرة، وقد تؤدي الكارثة إلى حدوث خسائر في الأرواح وأضراراً مادية

وتعطياً للمرافق العامة، وقد تؤدي إلى تغيير جذري في الأوضاع الاقتصادية والصحية والاجتماعية للدولة بما يهدد كيانها ويعرضها لأزمات تخرج عن نطاق تحملها، وحدود إمكانياتها من هنا نبعت مشكلة الدراسة والتي تمثلت في السؤال التالي: ما دور منظمات المجتمع المدني في وضع وتنفيذ إستراتيجية إعلامية للحد من أثر الكوارث والأزمات؟

تساؤلات الدراسة: تجيب الدراسة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني؟
- 2- ما دور الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر في درء الكوارث والأزمات؟
- 3- ما الوسائل الإعلامية التي تستخدمها جمعية الهلال الأحمر للحد من الكوارث والأزمات؟
- 4- إلى أي مدى أسهم الوسائل الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر في التنبؤ بالكوارث والأزمات؟
- 5- ما التحديات الإعلامية التي تواجه جمعية الهلال الأحمر في درء الكوارث والأزمات؟

فرضية الدراسة:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي يستخدمها جمعية الهلال الأحمر في درء السيول والفيضانات في السودان.

أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة مدخلاً علمياً يسلط الضوء على كيفية وضع استراتيجيات إعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث وكيفية استخدام الأدوات والوسائل الإعلامية المناسبة لإدارة كل أزمة إعلامياً، وذلك لأهمية الدور الإعلامي الكبير الذي يلعبه لإدارة الأزمة في مراحلها المختلفة.

أدوات الدراسة:

استخدمت في الدراسة أداة الاستبانة للإجابة على بعض التساؤلات، بعد تصميمها وإجراء عملية الصدق الظاهري بإعطائه لعدد من الأساتذة لتحكيمها وإجراء الصدق الإحصائي باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، تم توزيع الاستبانة لعدد (20) محوثناً من العاملين بجمعية الهلال الأحمر السوداني وتم استرجاع عدد (18) وعدد (2) استمارة من مفقودات.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة للإجابة عن الأهداف الآتية:

- 1- معرفة واقع التخطيط الإستراتيجي للإعلام لدرء الكوارث.
- 2- معرفة دور منظمات المجتمع المدني في الحد من درء الكوارث.
- 3- التعرف على الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر في التنبؤ بالكوارث والأزمات.
- 4- كشف الوسائل الإعلامية التي تستخدمها جمعية الهلال الأحمر في درء الكوارث.
- 5- التعرف على التحديات التي تواجه جمعية الهلال الأحمر إعلامياً.

الدراسات السابقة:

1- دراسة (محمد عباس 2015م)⁽¹⁾: دور استراتيجيات المنظمات الوطنية في تحقيق الأمن الإنساني بالسودان.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع التخطيط الإستراتيجي للأمن الإنساني في السودان، ومعرفة دور المنظمات الوطنية في تعزيز الأمن الإنساني بالسودان، ومعرفة أسباب قصور التخطيط الإستراتيجي للأمن الإنساني. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي والاستدلالي والاستنباطي والاستقرائي.

أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة كثير من المنظمات الوطنية العاملة في مجال الأمن ليست ذات كفاءة وفاعلية، إن المتطلبات والأدوات المهمة جداً لتفعيل التخطيط الإستراتيجي تتركز في حسن اختيار وتوظيف الموارد البشرية في تنفيذ آليات تعزيز الأمن الإنساني.

2- دراسة (حسن أبوبكر آدم 2005م)⁽²⁾: دور المنظمات الطوعية في إدارة الكوارث في السودان.

هدفت هذه الدراسة في التعرف على ماهية الحركة الدولية للصليب الأحمر والهلال الأحمر وإستراتيجيتها في مداخل الاستعداد للكوارث والتعرف على البرامج والأنشطة التي تنفذها جمعية الهلال الأحمر السوداني في مجال الاستعداد للكوارث ببعض ولايات السودان. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي والمقارن.

أهم نتائج الدراسة الحركة الدولية للصليب الأحمر والهلال الأحمر تمتلك استراتيجيات إلا أن ضعف آليات التنفيذ ومشاركة المجتمع حالت دون تنفيذ برامج درء الكوارث بكفاءة وفعالية، المنظمات الطوعية تركز دورها في

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

مرحلة ما بعد الكارثة (مرحلة المواجهة لتوفير الاحتياجات الأساسية لاستمرار الحياة وتشمل الغذاء والمأوى والرعاية الصحية).

3- دراسة (حسام الدين الأنصاري 2015م)⁽³⁾: دور التخطيط الإستراتيجي في تطوير الأداء. هدفت هذه الدراسة للتعريف على أهمية التخطيط الإستراتيجي في إدارة الكوارث في السودان، التعرف على الكوارث الأكثر انتشاراً في السودان، عمل خطة إستراتيجية محكمة للعاملين في السودان. اتبعت الدراسة المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي التحليلي.

أهم النتائج هناك اهتمام واضح بالتخطيط الإستراتيجي في البرامج والمشاريع المنفذة من قبل جمعية الهلال الأحمر السوداني للتخطيط أو الحد من الآثار السالبة للكوارث، يوجد اهتمام من قبل إدارة الجمعية بنشر الوعي بأهمية التخطيط والاستعداد المبكر للكوارث بأنواعها المختلفة.

4- دراسة (حسين حماد منهل 2004م)⁽⁴⁾: دور العلاقات العامة في درء الكوارث الطبيعية. هدفت هذه الدراسة للتعرف على وجود خطط اتصالية للتعامل مع الكوارث الطبيعية المعروفة وغير المعروفة، التعمق في كشف أسباب كارثة فيضان نهر القاش، توضيح الجهود التي يمكن أن تقوم بها أجهزة العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الكارثة. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي.

أهم النتائج معظم المبحوثين أكدوا أن الكوارث تحتاج إلى جهود إعلامية، أثبتت الدراسة أن أكثر البرامج لها دور في أثناء الكارثة الأخبار والتقارير الصوتية، أظهرت الدراسة أن أكثر وسائل الاتصال أداءً خلال حدوث السيول هي الراديو والتلفزيون.

الآزمات والكوارث:

أولاً: مفهوم الأزمة:

الأزمة في اللغة الشدة والقحط، واصطلاحاً تعددت تعريفاتها هي مجموعة من التأثيرات أو حدث مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام وتشكل تهديداً صريحاً وواضحاً لبقاء المنظمة أو النظام نفسه⁽⁵⁾.

الأزمة هي ذلك الحدث الذي يترتب عليه تهديداً خطيراً للمصلحة العامة ينشأ في ظل ضيق الوقت ويتطلب ضرورة لتضافر الجهود من الدولة لمواجهة لتقليل الخسائر الناجمة عنه إلى أقل حد ممكن⁽⁶⁾.

تُعرف الأزمة بأنها حدث أو إجراء مفاجئ يؤدي إلى خلل كبير في المقومات الرئيسية للنظام أو الحياة في أحد أوجهها الاجتماعية السياسية والاقتصادية والأمنية خلال وقت ضيق يؤدي إلى تهديد للأهداف والقيم والمصالح الجوهرية للدولة وعادة ما يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع وواسع التأثير في البشر والموارد بما يتطلب حشداً قوياً للدولة الشاملة أو معظمها لمواجهة وتجاوزه، وقد تكون الأزمة على المستوى الوطني أو المستوى الإقليمي أو العالمي⁽⁷⁾.

ويعرفها الدكتور محسن الخضيرى بأنها: كل وضع أو حال يحتمل أن يؤدي فيها التقويم في الأسباب إلى تقويم مفاجئ وحاد في النتائج وبمعنى آخر فإن الأزمة هي نتائج مجموعة تتابعات تراكمية تغذي كل منها الأخرى إلى أن تصل إلى حالة الانفجار⁽⁸⁾.

ويعرفها مصطفى علوي بأنها: موقف ينشأ من احتدام صراع شامل طويل وممتد بين دولتين أو أكثر وقد يتخللها لجوء الأطراف إلى استخدام القوة العسكرية، كما ينتهي هذا الموقف إلى إفراز نتائج مهمة تؤثر في النظام الفرعي القائم⁽⁹⁾.

ثانياً : خصائص الأزمة:

- 1- قد تكون حدثاً مفاجئاً يستدعي التدخل القوي لمنع تفاقم الأمور.
- 2- تختلف الأزمة فيما بينها وعليه فإنها تتطلب التطوير.
- 3- تتطلب الأزمة تخطيطاً استراتيجياً لتجنب التطوير غير المرغوب فيه.
- 4- تمثل الضغوط الأزمومية تهديداً مباشراً وأساسياً لمصالح الكيان الإداري⁽¹⁰⁾.
كذلك من خصائص الأزمة ما يأتي⁽¹¹⁾:
- 1- نقص واضح في البيانات والمعلومات أثناء وقوع الأزمة.
- 2- الأزمة تؤدي إلى إحداث مفاجأة كبيرة عند وقوعها.
- 3- تتسم الأزمة بدرجة عالية من التعقيد والتداخل فور وقوعها.
- 4- محدودية المدة الزمنية للأزمة لا تمتد فترة طويلة وإن امتدت فإنها لا تصبح أزمة.

ثالثاً: الكوارث:

تعد الكوارث ظاهرة كونية منذ أن خلق الله السموات والأرض، وأثارها مدمرة وتحدث خسائر فادحة في البشر والممتلكات وتكون مفاجأة، وإما أن تكون طبيعية كالزلازل والبراكين والعواصف والصواعق والحرائق والأمراض والحشرات الفتاكة، وإما أن تكون بفعل وصنع الإنسان كالحروب وإسهم الإنسان في تدمير بيئته.

تعرف المنظمة الدولية للحماية المدنية الكوارث بأنها "حادثة كبيرة ينجم عنها خسائر كبيرة في الأرواح والممتلكات، قد تكون طبيعية مردداً فعل الطبيعة، وقد تكون صناعية أو كارثة فنية مردداً فعل الإنسان سواء كان إرادياً أو لا إرادياً وتتطلب مواجهتها قدرات تفوق القدرات الوطنية⁽¹²⁾.

وتعرف هيئة الأمم المتحدة الكارثة بأنها طارئ كبير يفكك القاعدة الأساسية أو حركة طبيعية ما أو مجموعة من الأحداث المتوالية تؤدي إلى إصابات وأضرار وخسائر بشرية ومادية تؤثر على البنية التحتية والخدمات الضرورية ووسائل العيش بمقياس يتعدى القدرة الطبيعية لاستيعابها بدون مساعد⁽¹³⁾.

رابعاً : إدارة الكارثة:

يتدخل في إدارة الكارثة بالآتي⁽¹⁴⁾:

1. جمع المعلومات وتنظيمها.
2. مراقبة البيئة واتجاهات الجماهير.
3. وضع خطة إستراتيجية وهي تعني:
(أ) الإدراك وتحديد حجم المشكلة وإعداد البدائل لمواجهة الكارثة من خلال المعلومات التي جمعت ونظمت.
- (ب) التحكم في الكارثة يعنى تصميم وتنفيذ التدابير الهادفة لدرء الكارثة وتخفيف حدتها المتمثل في وضع الخطة الإستراتيجية ومراقبة البيئة واتجاهات الجماهير وتتلخص في المراحل الآتية:

1/ المرحلة الأساسية لإدارة الكارثة أو التخطيط الوقائي:

وهي نقطة بداية إدارة الأزمة أو الكارثة حيث يلجأ المخطط إلى تشغيل نظام الاتصال بفعل المعلومات للآتي:

- أ. وضع سياسة سريعة لمعالجة الموضوع محور الأزمة أو درء الكارثة.
- ب. إعادة تحليل علاقة إدارة الكارثة بالآخرين.
- ج. الاستعانة بفريق إدارة الأزمة أو الكارثة ودعمه بأعضاء مقتدرين في مجال درء الكوارث والأزمات.
- د. إعداد وتجهيز غرفة عمليات الأزمة أو الكارثة.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

هـ. تحديد المحور الموضوعي (رسائل الاتصال المنشورة عبر وسائل الإعلام) ويسمها البعض إلى:

- تخفيف حدة الكارثة.
- الاستعداد والتحضير.
- المجابهة.
- إعادة التوازن.

2/ المرحلة الثانية هي أثناء:

- أ. التعامل مع المتضررين من الجمهور.
- ب. التعامل مع وسائل الإعلام من تقارير ومعلومات وتمليك الحقائق وتسهيل مهمة المراسلين.
- ج. تقييم الخطط وتعديلها بالخيارات المختلفة، وتتطلب هذه المرحلة انقاذ وإجلاء المواطنين من بعض المناطق والتعبئة الشعبية وتقديم الخدمات الضرورية من العون الغذائي والطبي وخلافه.

3/ المرحلة الثالثة ما بعد الكارثة:

- أ. مواصلة الاهتمام بالجمهور المتضرر والمتأثر والمتابع للأزمة أو الكارثة.
- ب. رصد تداعيات الأزمة أو الكارثة وما ينجم عنها من ملابسات حتى تخبر.
- ج. مواصلة إبلاغ وسائل الإعلام بأي مستجد، وكل ما كان ضرورياً وتقييم ردود الفعل.

د. تطوير برامج طويلة المدى ويصحبها إعادة التعمير ويتمثل في إعادة البناء للهياكل والبنيات الأساسية والمتصلة بالتنمية وتوفير الدعم لسكاني المنطقة لإعادة التوازن إلى حالته قبل الكارثة (الفيضان والسيول).

مفهوم منظمات المجتمع المدني وأهدافه:

يعتبر مصطلح منظمات المجتمع المدني من المصطلحات الحديثة وهي عبارة عن شبكات غير حكومية تتشكل من أفراد المجتمع المدني لتحقيق أهداف ترسم مسبقاً لتنمية المجتمع ورفع مستوى معيشة الشعب وتعمل على رفع الظلم الذي يطال بعض الشرائح والفئات من المجتمع وضمان حقوق الإنسان، ويبدأ مفهوم المجتمع المدني من المحاولات الفكرية الأولى لتأكيد تمايز الدولة والمجتمع وذلك بإقرار الحقوق المدنية للأفراد والمواطنين.

أولاً: تعريف المجتمع المدني:

عرف بأنه: كل المؤسسات التي تتيح للأفراد التمكن من الخيرات و المنافع العامة دون تدخل أو توسط من الحكومة⁽¹⁵⁾.

هناك تعريف آخر أكثر انتشاراً في العالم العربي القائل: هو عبارة عن مجموعة من التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتراضي والتسامح والإدارة السليمة للتنوع والخلاف⁽¹⁶⁾.

وطبقاً لهذا التعريف ينطوي المجتمع المدني على ثلاثة مقومات رئيسية هي:

1. الفعل الإرادي الحر: حيث يتكون المجتمع نتيجة للإرادة الحرة للأفراد بخلاف جماعات القرابة كالأسرة والعشيرة والقبيلة التي ينتمي الفرد لها بحكم المولد دون أن يكون له خيار في ذلك.

2. التنظيم الاجتماعي: فالمجتمع المدني يقصد به عادة الأجزاء المنظمة من المجتمع العام، والفرق بين المجتمع المدني والمجتمع عموماً هو التنظيم الذي يميز المجتمع المدني.

3. قبول الاختلاف والتنوع والالتزام بالوسائل السلمية للنزاع سواء أكان مع الحكومة أو منظمات المجتمع المدني الأخرى مع ضرورة الالتزام التام بقيم التسامح والالتزام بأسلوب الحوار مع الأطراف الأخرى.

أما تعريف منظمات المجتمع المدني عرفت بأنها: تلك المنظمات التي تعمل في المجال الجمعي بين الدولة والقطاع الخاص والتي تهدف إلى تعظيم رأس المال الاجتماعي. بجانب الدفاع عن مصالح أعضائها والمصالح القومية ونقوم بعمل تطوعي دون مقابل إنها تختلف عن الأحزاب في أنها لا تسعى إلى السلطة⁽¹⁷⁾.

ثانياً: مكونات المجتمع المدني:

1/ البيئة الطبيعية: هي كل ما يتعلق بالمنطقة التي يشغلها المجتمع من حيث التكوين والموقع والتضاريس وما يحيط بها من ظروف طبيعية ومناخية.

2/ البيئة الاجتماعية: هي المناخ الاجتماعي الذي يعيش في ظله أفراد المجتمع ويرجع الفضل للبيئة الاجتماعية في نقل التراث الاجتماعي والثقافي وهي بدورها تتكون من مجموعة عناصر هي: اللغة والعادات والتقاليد والعرف والتراث الثقافي والحضاري.

3/ السكان: هم مجموعة من الأفراد الذين يشكلون الطاقة البشرية في المجتمع.

4/ العلاقات الاجتماعية: وهي العمليات والتفاعلات الناجمة عن تفاعل الأفراد في البيئتين، فالأصل في المجتمع المدني هو البعد الاجتماعي القائم على

التكافل في ظل بيئة واحدة وسط مجموعة منسجمة فيما بينها الحياة الطبيعية والاجتماعية وهي من أهم ضرورات الحياة.

ثالثاً: المجتمع المدني وتنمية الإنسان:

الإنسان هو الهدف الأسمى في عمل منظمات المجتمع المدني ونقطة الالتقاء في كل مجالاتها ومحور عملها فضلاً أن ما يحيط بهذا الإنسان من بيئة وخلافه. وقد جاء في تقرير التنمية الإنسانية العربية⁽¹⁸⁾. (إن التنمية الإنسانية هي توسيع خيارات البشر بهدف تحقيق الغايات الإنسانية الأسمى، إذ أن للبشر بمجرد كونهم بشراً حقاً أصيلاً في العيش الكريم مادياً ومعنوياً).

أكد التقرير على مركزية الحرية في مفهوم التنمية الإنسانية كما وسع مفهوم الرفاه الإنساني ليتجاوز مفهوم التنمية المادي وليتسع للجوانب المعنوية والحياة الإنسانية الكريمة مثل التمتع بالحرية السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتوافر الفرص لاكتساب المعرفة والإنتاج والإبداع والاستمتاع بالجمال والكرامة الإنسانية وتحقيق الذات).

ولهذا نجد أن كل المنظمات التطوعية تعمل لأجل إسعاد هذا الإنسان بغض النظر عن لونه أو جنسه أو دينه أو معتقده وبرؤية تأصيلية لهذا الجانب نجد أنها لا تخرج عن سياق التكريم الرباني لبني آدم والغاية من خلقه للاستخلاف وعمارة الأرض.

رابعاً: أهداف المنظمات ومجالات عملها:

إن الأهداف العامة للمنظمات ومجالاتها تتلخص في التالي⁽¹⁹⁾:-

1. حشد الطاقات لمحاربة الجهل والفقر و المرض.
2. تشجيع العمل التطوعي بين فئات المجتمع المختلفة والمحافظة على البيئة وحماية الموارد واستخدامها.
3. تشجيع ونشر ثقافة السلام.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

4. الاهتمام بالقطاعات الضعيفة في المجتمع لاسيما الطفل والمرأة والعجزة والمعوقين.

5. التدريب وبناء القدرات للشباب وتشجيع مشاركتهم في المنظمات الحديثة.

6. الاهتمام بالريف والحضر ونشر الثقافة العامة والحفاظ على القيم الروحية والاجتماعية والعقائدية.

خامساً: المنظمات العاملة بالسودان:

أ. المنظمات الوطنية:

بلغ عدد المنظمات والجمعيات الطوعية السودانية المسجلة (1752) منظمة وجمعية ولا يتعدى العدد الفاعل (25%) وأن أغلب هذه المنظمات الوطنية تشكو من ضعف البنية والإدارة والقوى البشرية و التمويل مما يؤثر سلباً على أدائها.

ب. المنظمات الطوعية الأجنبية:

دخلت الكثير من المنظمات الأجنبية للسودان بسبب ظروف الجفاف والتصحر واشتعال الحرب والنزوح من الريف إلى عواصم الأقاليم من الجنوب إلى الشمال وتضاعف عدد المنظمات بسبب الحروب في أطراف البلاد، وقامت بجهود مقدرة في تقديم خدمات الإغاثة المختلفة بما غطى معظم مناطق الحاجة في السودان.

سادساً: القوانين المنظمة للعمل الإنساني والطوعي:

تطورت القوانين التي تنظم وتضبط العمل الإنساني والطوعي الوطني والأجنبي بالسودان للتناسب مع الدور التنظيمي ابتداء من قانون تسجيل الجمعيات لسنة (1957م) إلى قانون العمل الطوعي والإنساني (2006م).

الإستراتيجيات الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني:

نظراً لأن الأزمات والكوارث لها طابع خاص يتسم بالسرعة في التغيير والتحول، من هذا المنطلق أصبح التخطيط الإعلامي في المراحل المبكرة مهماً جداً، كما أن الإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث الأزمات ويؤدي دوراً حيوياً في التوعية بالأزمات المحتملة وتبصير المواطنين بكل ما يمكن أن يضره وخلق الإحساس بالمسؤولية الجماعية وتأكيد روح التكامل والتعاون بين المواطنين والجهات المعنية بالأمر⁽²⁰⁾.

أولاً: الاتصال وإدارة مراحل الأزمات والاستراتيجيات:

إن المنظمات التي تواجه أزمات معينة يجب أن تسخر أربع استراتيجيات اتصالية تدخل تحت حيز التنفيذ للجهاز الإعلامي للمنظمة وهي إستراتيجية الإعلام، إستراتيجية الإقناع، إستراتيجية بناء الإجماع وإستراتيجية الحوار⁽²¹⁾.

أ. إستراتيجية الإعلام: يكون الإعلام وفقاً لهذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد وفي الوقت نفسه يكون المضمون الاتصالي عن الأزمة موافقاً لسياسة المنظمة ورؤاها الداخلية، وفي هذه المرحلة يتم تقديم المعلومات للجماهير المتضررة وذلك لمساعدتهم في تكوين رأي عام سليم، وتتطلب هذه الإستراتيجية وضوح سياسة وأهداف المنظمة وبالتالي فلا يجب على المؤسسة إتباع استراتيجيات التحفظ أو التكتم.

ب. إستراتيجية الإقناع: تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير، وتسعي المنظمة عادة لإقناع الأفراد من خلال الاتصال السائد في اتجاه واحد بمعطيات ومتغيرات مادية وتاريخية.

ج. إستراتيجية بناء الإجماع: تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد وبين الاتصال في اتجاهين وذلك تماشياً مع تقدم مرحلة الإقناع، وفي

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

هذه المرحلة يعبر "رولر" عن الجمهور بأنه أصبح مشبعاً بالرسائل الاتصالية للمنظمات ومنه تسعى المؤسسات إلى قياس رد الفعل.

د. إستراتيجية الحوار: تتطلب هذه الإستراتيجية مستوى عالي من العلاقة بين المنظمة وجمهورها وهذا يتوقف على مدى نجاح الفريق الإعلامي في المهمة المنوط بها وتشمل الإستراتيجيات السابقة ويصل مستوى التوافق بين المنظمة وجمهورها على معطيات الأزمة إلى درجة أن المؤسسة تعمل على استشارة جمهورها في الخطوات التي يجب اتخاذها في المرحلة الأخيرة من الأزمة أو الكارثة، أو في أزمة قد تظهر في المستقبل وبذلك يتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرارات.

الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني⁽²²⁾:

تهدف الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني لعكس رؤية الجمعية التي تنص على أنها "جمعية رائدة وقاعدة للمجتمع المدني وشريك فعال يعتمد عليه في تقديم الخدمات وتغطي جميع أنحاء السودان" ورسالتها "تحسين حياة الفئات الضعيفة في المجتمع من خلال ترقية وتقوية قدرات المجتمعات المحلية" وتري الجمعية أن الاتصال هو الجزء المكمل لبناء وتعزيز قدراتهم، وقد انبثقت إستراتيجية الهلال الأحمر الاتصالية من الإطار العام للاتصالات بالإقليم الذي تم إعداده بواسطة مسئول الاتصال بالجمعيات الوطنية في إقليم شرق إفريقيا في أكتوبر (2006م) والهدف العام لإستراتيجية الإعلام للهلال الأحمر هو تقديم دعم إعلامي شامل لتطبيق الخطة الإستراتيجية للجمعية والتي تركز على الأهداف الآتية:-

1. تقليل المخاطر التي تواجه المجموعات الأكثر ضعفاً في المجتمع.

2. العمل مع وسائط الإعلام المحلية والدولية لإعلام الجمهور العام والشركاء على المستويين الدولي والمحلي عن أنشطة الجمعية في مجال تحسين حياة المجموعات الهشة.

3. عقد دورات تعريفية للإعلاميين عن القيم الإنسانية.

4. تزويد وسائل الإعلام الوطنية والعالمية بأحدث المعلومات عن برامج الهلال الأحمر.

5. البحث عن شراكات مع وسائل الإعلام السودانية للحفاظ بصورة ايجابية عن الجمعية لترسيخ حياديته واستقلاليتها.

6. إشراك وسائل الإعلام في نشاط الجمعية لتوضيح دورها الإنساني.

7. إصدار صحيفة إخبارية ومطبوعات ومطبقات ومواد تثقيفية عن عمل الجمعية.

الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر قبل الكارثة: تتمثل في بناء قدرات ومهارات مسؤولي الاتصال على المستوى القومي والمحلي للاستجابة للطوارئ في مراحل قبل وبعد الكارثة، وأثناء الكارثة تقديم دعم إعلامي مهني وعاجل للعمليات لإنتاج مقابلات وصور فوتوغرافية وفيديو، ومطبوعات عن أثر البرامج والعمليات.

بعد الكارثة تحتاج مواد تتعلق بتقليل المخاطر بالتعاون مع إدارات البرامج لتعبئة المجتمعات ورفع وعيهم بأهمية تقليل المخاطر بالإصدارات المطبوعة والإلكترونية والمقابلات المستهدفة ذوي الاختصاص والعمل على ترقية مفهوم الاستعداد لمجابهة الكوارث.

وتمثل إستراتيجية تحقيق أهداف الاتصال في الآتي:

أ. تحسين قدرات ومهارات مسؤولي الاتصال.

ب. التدريب محلياً وإقليمياً ودولياً.

ج. توفير أجهزة ومعدات الاتصال من حاسوب وكاميرات وتلفونات وشبكة اتصال.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

د. ربط موقع جمعية الهلال الأحمر السوداني بالشبكة الدولية لتبادل المعلومات ذات الصلة والعمل على تحديث البيانات والمعلومات المتعلقة بالبرامج وسياسات الجمعية بانتظام.

هـ. متابعة وتقييم عمل إدارة الاتصال والإعلام بالجمعية. مما سبق يتضح للإعلام بوسائله المختلفة دوراً فاعلاً في التعامل مع الأزمات الطبيعية "الفيضانات" فالجماهير بمعناها الواسع تكون مهتمة بمشاهدة الأخبار لمعرفة الأحداث والوقائع والأسباب المسببة للأزمات ليس على المستوى المحلي فقط وإنما على المستوى الإقليمي والدولي أيضاً، والمنظمات أيضاً تسعى لتعلن عن جهودها في مواجهة الأزمات وما تقدمه من جهود وإمكانيات في التعامل مع هذه المخاطر للحفاظ على كيانها.

إجراءات الدراسة الميدانية: استخدمت في الدراسة أداة الاستبانة بإتباع الطرق العلمية بتوزيع الاستبانة لعدد من الأساتذة⁽²³⁾ المحكمين لتحكيمها وإبداء الملاحظات لقياس صدق الاستبانة، ومن ثم قياس صدق الاستبانة إلكترونياً، وتم توزيع عدد (20) استبانة للعاملين برئاسة جمعية الهلال الأحمر السوداني باعتبارهم الجهة المستهدفة في الدراسة.

عينة الدراسة: عينة عمدية قصدية من العاملين بجمعية الهلال الأحمر السوداني وهي منظمة غير ربحية تمارس أنشطة خدمية خاصة في الأزمات والكوارث وتم توزيع (20) استبانة تم الحصول على عدد (18) استبانة وعدد (2) استبانة مفقودة. وقد تم سؤالهم عن: ما دور منظمات المجتمع المدني في وضع وتنفيذ إستراتيجية إعلامية للحد من أثر الكوارث والأزمات؟

منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة لنوعية البحوث الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة وصفاً دقيقاً شاملاً من كافة جوانبها ومناقشة وتحليل وتقويم فرضيات الدراسة من خلال جمع المعلومات عن الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث والأزمات.

تحليل بيانات الاستبانة:

1- توزيع أفراد العينة حسب النوع

جدول (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	12	66.7%
أنثى	6	33.3%
المجموع	18	100.0%

من الجدول رقم (1) يتضح أن نسبة 66.3% من المبحوثين من الذكور، ونسبة 33.3% من المبحوثين من الإناث.

(2) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

جدول (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
ثانوي	2	11.1%
جامعي	6	33.3%
فوق الجامعي	10	55.6%
المجموع	18	100.0%

يتضح من الجدول رقم (2) أن نسبة 55.6% من المبحوثين مؤهلهم العلمي فوق الجامعي، بينما نسبة 33.3% من المبحوثين مؤهلهم العلمي جامعي، ونسبة 11.1% مؤهلهم العلمي ثانوي. من ذلك يتضح تنوع التأهيل العلمي للعاملين بمنظمة الهلال الأحمر السوداني مع حصول أغلبية العاملين على شهادات جامعية وفوق الجامعية.

(3) توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

جدول (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	العدد	النسبة المئوية %
منسق برنامج	5	27.7%
مدير مكتب	2	11.1%
إعلام ونشر	5	27.7%

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

رئيس قسم	2	11.1%
مستشار	1	5.5%
مدير إدارة	3	16.6%
المجموع	18	100.0%

من الجدول رقم (3) يتضح أن نسبة 30% من المبحوثين مساهم الوظيفي محاسبين، ونسبة 25% من المبحوثين مساهم الوظيفي "أخري" غير المسميات التي ذكرت في الجدول، وتساوت نسبة 15% للمبحوثين الذين يشغلون وظيفة محلل مالي ورؤساء أقسام، بينما نسبة 10% من المبحوثين مدراء فروع، ونسبة 5% يشغلون وظيفة مدير مالي.

(4) توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

جدول (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
5 سنوات وأقل من 10 سنوات	4	22.2%
10 سنوات وأقل من 15 سنة	1	5.6%
15 سنة فأكثر	13	72.2%
المجموع	18	100.0%

من الجدول رقم (4) يتضح أنه نسبة 72.2% من المبحوثين تتراوح سنوات خبرتهم من 15 سنة فأكثر، ونسبة 22.2% الذين تتراوح سنوات خبرتهم 5 سنوات وأقل من 10 سنوات، ونسبة 5.6% للمبحوثين الذين تتراوح سنوات خبرتهم 10 سنوات وأقل من 15 سنة.

مما سبق يتضح وجود خبرة كافية لدى العاملين بجمعية الهلال الأحمر السوداني مما سينعكس بصورة واضحة على إجاباتهم في الأسئلة الموضوعية المتعلقة بالدراسة.

مقياس الدراسة:

كما تم قياس درجة الاستجابات المحتملة على الفقرات إلى تدرج خماسي حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، في توزيع أوزان إجابات أفراد العينة والذي يتوزع على أعلى وزن له والذي أعطيت له (5) درجات والذي يمثل في حقل الإجابة (أوافق بشدة) إلى أدنى وزن له والذي أعطى له (1) درجة وتمثل في حقل الإجابة (لا أوافق بشدة) وبينهما ثلاثة أوزان. وقد كان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال أمام أفراد العينة لاختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة ، كما هو موضح في جدول رقم (6)

جدول رقم (5) مقياس درجة الموافقة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	النسبة المئوية	الدلالة الإحصائية
أوافق بشدة	5	أكبر من 80%	درجة موافقة عالية جداً
أوافق	4	70-80%	درجة موافقة عالية
محايد	3	50-69%	درجة موافقة متوسطة
لا أوافق	2	20-49%	درجة موافقة منخفضة
لا أوافق بشدة	1	أقل من 20%	درجة موافقة منعدمة

عليه يصبح الوسط الفرضي للدراسة:

الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات $(1+2+3+4+5) / 5 = 3$ ، وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة وعليه إذا زادت متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة أفراد العينة على العبارة .

تحليل بيانات المحور الأول : (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطأ الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات) وفيما يلي تحليل لمحور الدراسة الأول والذي يقيس فرضية الدراسة الأولى.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

أولاً : التوزيع التكراري لعبارات محور فرضية الدراسة الأولى

جدول رقم (6) التوزيع التكراري لعبارات المحور الأول : فرضية الدراسة الأولى

المعيار	أوافق بشدة		أوافق		معايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1. هنالك خطة إستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر منبثقة من الإستراتيجية القومية للدولة	8	44.4	7	38.9	2	11.1	1	5.6	0	0
2. الأهداف والسياسات في الخطة الإستراتيجية تتوافق وتتناغم مع الأهداف العامة لدرء الأزمات والكوارث	10	55.6	7	38.9	1	5.6	0	0	0	0
3. هنالك خطة إستراتيجية إعلامية لجمعية الهلال الأحمر	7	38.9	8	44.4	3	16.7	0	0	0	0
4. من أهداف الخطة الإستراتيجية الإعلامية التوعية والتبوء بالكوارث والأزمات	4	22.2	9	50.0	3	16.7	2	11.1	0	0
5. الإستراتيجية الإعلامية للجمعية تعكس الصورة الذهنية لنشاطات الجمعية وإسهاماتها	10	55.6	7	38.9	1	5.6	0	0	0	0
مجموع العبارات	39	43.3	38	42.2	10	11.1	3	3.3		

يتضح من الجدول رقم (6) ما يلي

1. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (هنالك خطة إستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر منبثقة من الإستراتيجية القومية للدولة) حيث بلغت نسبتهم (83.3%)، بينما نسبة (11.1%) من المبحوثين يقفون موقف الحياد، ونسبة (5.6%) لا يوافقون على أن هنالك خطة إستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر منبثقة من الإستراتيجية القومية للدولة.
2. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (الأهداف والسياسات في الخطة الإستراتيجية تتوافق وتتناغم مع الأهداف العامة لدرء الأزمات والكوارث) حيث بلغت نسبتهم (94.4%)، ونسبة (5.6%) من المبحوثين يقفون موقف الحياد.
3. غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (هنالك خطة إستراتيجية إعلامية لجمعية الهلال الأحمر) حيث بلغت نسبتهم (83.3%) ، بينما بلغت نسبة الذين يقفون موقف الحياد (16.7%) .
4. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (من أهداف الخطة الإستراتيجية الإعلامية التوعية والتنبوء بالكوارث والأزمات) حيث بلغت نسبتهم (72.2%)، بينما نسبة (16.7%) من المبحوثين يقفون موقف الحياد ونسبة (11.1%) لا يوافقون على أن من أهداف الخطة الإستراتيجية الإعلامية التوعية والتنبوء بالكوارث والأزمات.
5. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (الإستراتيجية الإعلامية للجمعية تعكس الصورة الذهنية لنشاطات الجمعية واسهاماتها) حيث بلغت نسبتهم (94.4%)، بينما بلغت نسبة الذين يقفون موقف الحياد (5.6%).
6. أن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور فرضية الدراسة الأولى (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات) حيث بلغت نسبتهم

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

(85.5%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (3.3%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (11.1%). يرى الباحثون من خلال نسبة الموافقة العالية على جميع عبارات فرضية الدراسة الأولى تأكيد ثبات الفرضية وتحقيق أهداف الدراسة.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الأول فرضية الدراسة الأولى: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات). حيث يتم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة إذا كان الوسط الحسابي أقل من الوسط الفرضي، وفيما يلي جدول يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للعبارات التي تقيس وترتيبها وفقاً لإجابات المستقصى منهم.

جدول رقم (8) الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الأول فرضية الدراسة الأولى

العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
1. هنالك خطة إستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر منبثقة من الإستراتيجية القومية للدولة.	.878	4.22	84.4	عالية جداً	3
2. الأهداف والسياسات في الخطة الإستراتيجية تتوافق وتتناغم مع الأهداف العامة لدرء الأزمات والكوارث.	.618	4.50	90.0	عالية جداً	1
3. هنالك خطة إستراتيجية إعلامية لجمعية الهلال الأحمر.	.732	4.22	84.4	عالية جداً	3
4. من أهداف الخطة الإستراتيجية الإعلامية للتوعية والتنبؤ بالكوارث والأزمات.	.924	3.83	76.6	عالية	5

1	عالية جداً	90.0	4.50	.618	5. الإستراتيجية الإعلامية للجمعية تعكس الصورة الذهنية لنشاطات الجمعية واسهاماتها.
	عالية جداً	85.0	4.25	.754	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (7) ما يلي:

1. إن جميع العبارات التي تعبر عن محور فرضية الدراسة (فرضية الدراسة الأولى) يزيد متوسطها الحسابي عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة غالبية أفراد العينة على جميع العبارات التي تقيس محور الفرضية الأولى.
2. أهم عبارة من عبارات محور (فرضية الدراسة الأولى) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات) هما العبارتان (الأهداف والسياسات في الخطة الإستراتيجية تتوافق وتتناغم مع الأهداف العامة لدرء الأزمات والكوارث والاستراتيجية الإعلامية للجمعية تعكس الصورة الذهنية لنشاطات الجمعية واسهاماتها) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارتين (4.50)، بانحراف معياري (0.618)، وأهمية نسبية (90%) .
3. وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (من أهداف الخطة الإستراتيجية الإعلامية للتوعية والتنبؤ بالكوارث والأزمات) حيث بلغ متوسط العبارة (3.83)، بانحراف معياري (0.924)، وأهمية نسبية (76.6%).
4. كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.25)، بانحراف معياري (0.754)، وأهمية نسبية (85%) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على جميع العبارات التي تقيس عبارات محور (فرضية الدراسة الأولى) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات).

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

تحليل بيانات المحور الثاني:

(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان) وفيما يلي تحليل لمحور الدراسة الثاني والذي يقيس فرضية الدراسة الثانية.

أولاً : التوزيع التكراري لعبارات محور فرضية الدراسة الثانية

جدول رقم (8) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثاني: فرضية الدراسة الثانية

المعارة	أوافق بشدة		أوافق		معايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1. أسهم الإعلام الإستراتيجي بالجمعية في التنبيه بمخاطر السيول والفيضانات.	5	27.8	8	44.4	3	16.7	2	11.1	0	0
2. التزام جمعية الهلال الأحمر بالخطة الإستراتيجية الإعلامية أسهم في الحد من السيول والفيضانات في وقت مبكر.	2	11.1	11	61.1	3	16.7	2	11.1	0	0
3. تقوم جمعية الهلال الأحمر بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول.	4	22.2	11	61.1	2	11.1	1	5.6	0	0
4. تقوم جمعية الهلال الأحمر بتقييم خطتها الإستراتيجية الإعلامية بانتظام.	4	22.2	4	22.2	7	38.9	3	16.7	0	0
مجموع العبارات	15	20.8	34	47.2	15	20.8	8	11.1	0	0

يتضح من الجدول رقم (8) ما يلي:

1. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (أسهم الإعلام الإستراتيجي بالجمعية في التنبيه بمخاطر السيول والفيضانات) حيث بلغت نسبتهم (72.2%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون موقف الحياد (16.7%) ونسبة الذين لا يوافقون (11.1%).
2. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (التزام جمعية الهلال الأحمر بالخطوة الإستراتيجية الإعلامية أسهم في الحد من السيول والفيضانات في وقت مبكر) حيث بلغت نسبتهم (72.2%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون موقف الحياد (16.7%) ونسبة الذين لا يوافقون (11.1%).
3. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (جمعية الهلال الأحمر تقوم بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنتظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول) حيث بلغت نسبتهم (83.3%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون موقف الحياد (11.1%) ونسبة الذين لا يوافقون على أن جمعية الهلال الأحمر تقوم بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنتظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول.
4. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (جمعية الهلال الأحمر تقوم بتقييم خطتها الإستراتيجية الإعلامية بانتظام) حيث بلغت نسبتهم (68%) ، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون موقف الحياد (38.9%)، والذين لا يوافقون على أن جمعية الهلال الأحمر تقوم بتقييم خطتها الإستراتيجية الإعلامية بانتظام (16.7%).
5. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور فرضية الدراسة الثانية (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان) حيث بلغت نسبتهم (68%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (11.1%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (20.8%). يرى

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

الباحثون من خلال نسبة الموافقة العالية على جميع عبارات فرضية الدراسة الثانية تأكيد ثبات الفرضية وتحقيق أهداف الدراسة.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الثاني فرضية الدراسة الثانية (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبيه بالسيول والفيضانات في السودان). حيث يتم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة إذا كان الوسط الحسابي أقل من الوسط الفرضي، وفيما يلي جدول يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للعبارات التي تقيس وترتيبها وفقاً لإجابات المستقصى منهم.

جدول رقم (9) الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الثاني فرضية الدراسة الثانية

العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
1. أسهم الإعلام الإستراتيجي بالجمعية في التنبيه بمخاطر السيول والفيضانات.	.963	3.89	77.8	عالية	2
2. التزام جمعية الهلال الأحمر بالخطة الإستراتيجية الإعلامية وأسهم في الحد من السيول والفيضانات في وقت مبكر.	.826	3.72	74.4	عالية	3
3. تقوم جمعية الهلال الأحمر بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنتظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول.	.767	4.00	80.0	عالية جداً	1
4. تقوم جمعية الهلال الأحمر بتقييم خطتها الإستراتيجية الإعلامية بانتظام.	1.043	3.50	70.0	عالية	4
الإجمالي	0.899	3.77	75.4	عالية	

يتضح من الجدول رقم (9) ما يلي:

1. إن جميع العبارات التي تعبر عن محور فرضية الدراسة (فرضية الدراسة الثانية) يزيد متوسطها الحسابي عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة غالبية أفراد العينة على جميع العبارات التي تقيس محور الفرضية الثانية.
2. أهم عبارة من عبارات محور (فرضية الدراسة الثانية) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان) هي العبارة (تقوم جمعية الهلال الأحمر بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (4.0)، بانحراف معياري (0.767)، وأهمية نسبية (80%).
3. تليها في المرتبة الثانية العبارة (أسهم الإعلام الإستراتيجي بالجمعية في التنبيه بمخاطر السيول والفيضانات) حيث بلغ متوسط العبارة (3.89)، بانحراف معياري (0.963)، وأهمية نسبية (77.8%).
4. وأقل عبارة من حيث الموافقة هي عبارة (تقوم جمعية الهلال الأحمر بتقييم خطتها الإستراتيجية الإعلامية بانتظام) حيث بلغ متوسط العبارة (3.50)، بانحراف معياري (1.043)، وأهمية نسبية (70%).
5. كما بلغ متوسط جميع العبارات (3.77)، بانحراف معياري (0.899)، وأهمية نسبية (75.4%) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على جميع العبارات التي تقيس عبارات محور (فرضية الدراسة الثانية) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان).

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

تحليل بيانات المحور الثالث: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر ودرء السيول والفيضانات في السودان) وفيما يلي تحليل لمحور الدراسة الثالث والذي يقيس فرضية الدراسة الثالثة.

أولاً: التوزيع التكراري لعبارات محور فرضية الدراسة الثالثة:

جدول رقم (10) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثالث: فرضية الدراسة الثالثة

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		معايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1. استخدمت الجمعية كافة الوسائل الإعلامية لنشر المبادئ الأساسية للتقليل من مخاطر الكوارث والازمات.	4	22.2	12	66.7	2	11.1	0	0	0	0
2. تدريب منسوبي الإعلام بالجمعية للاستجابة للطوارئ قبل وقوع السيول والفيضانات.	5	27.8	7	38.9	5	27.8	1	5.6	0	0
3. تفعيل العمل الإعلامي أثناء كارثة السيول والفيضانات بإنتاج الفيديوهات والمقالات والمطبوعات والصور الفوتوغرافية.	7	38.9	8	44.4	3	16.7	0	0	0	0
4. إنتاج مواد تعليمية وإعلامية إصدارات وملصقات ومطبقات.	6	33.3	11	61.1	1	5.6	0	0	0	0
5. إنتاج مواد إذاعية وتلفزيونية.	6	33.3	9	50.0	2	11.1	1	5.6	0	0

د. حبيبة عثمان - د. هيثم محمد إسماعيل - د. عادل سعد

0	0	0	0	22.2	4	50.0	9	27.8	5	6. تفعيل موقع الجمعية الإلكتروني وتزوده بالأخبار ومعلومات ومناشط برامج الهلال الأحمر.
0	0	5.6	1	11.1	2	61.1	11	22.2	4	7. تفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة توعي المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان.
0	0	2.3	3	15.0	19	53.1	67	29.3	37	مجموع العبارات

يتضح من الجدول رقم (11) ما يلي:

1. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (استخدمت الجمعية كافة الوسائط الإعلامية لنشر المبادئ الأساسية للتقليل من مخاطر الكوارث والأزمات) حيث بلغت نسبتهم (88.9%)، بينما نسبة (11.1%) من المبحوثين يققون موقف الحياد.
2. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (تدريب منسوبي الإعلام بالجمعية للاستجابة للطوارئ قبل وقوع السيول والفيضانات) حيث بلغت نسبتهم (66.7%)، بينما نسبة (27.8%) من المبحوثين يققون موقف الحياد، ونسبة (5.6%) من المبحوثين لا يوافقون على أن تدريب منسوبي الإعلام بالجمعية للاستجابة للطوارئ قبل وقوع السيول والفيضانات.
3. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (تفعيل العمل الإعلامي أثناء كارثة السيول والفيضانات بإنتاج الفيديوهات والمقالات والمطبوعات والصور الفوتوغرافية) حيث بلغت نسبتهم (83.3%)، بينما نسبة (16.7%) من المبحوثين يققون موقف الحياد.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

4. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر في درء السيول والفيضانات في السودان بإنتاج مواد تعليمية وإعلامية إصدارات وملصقات ومطبقات) حيث بلغت نسبتهم (94.4%)، بينما بلغت نسبة (5.6%) للمبحوثين الذين يقفون موقف الحياد.

5. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر في درء السيول والفيضانات في السودان هي إنتاج مواد إذاعية وتلفزيونية) حيث بلغت نسبتهم (85%)، بينما بلغت نسبة (15%) للمبحوثين الذين يقفون موقف الحياد.

6. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (تفعيل موقع الجمعية الإلكتروني وتزوده بالأخبار ومعلومات ومناشط برامج الهلال الأحمر) حيث بلغت نسبتهم (77.8%)، بينما نسبة (22.2%) من المبحوثين يقفون موقف الحياد.

7. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (تفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة توعي المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان) حيث بلغت نسبتهم (83.3%)، بينما نسبة (11.1%) من المبحوثين يقفون موقف الحياد، ونسبة (5.6%) من المبحوثين لا يوافقون على أن تفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة توعي المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان.

8. إن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور فرضية الدراسة الثالثة (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل

الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر ودرء السيول والفيضانات في السودان) حيث بلغت نسبتهم (82.4%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (2.3%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدووا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (15%). يرى الباحثون من خلال نسبة الموافقة العالية على جميع عبارات فرضية الدراسة الثالثة تأكيد ثبات الفرضية وتحقيق أهداف الدراسة.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الثالث فرضية الدراسة الثالثة (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر و درء السيول والفيضانات في السودان) حيث يتم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة إذا كان الوسط الحسابي أقل من الوسط الفرضي، وفيما يلي جدول يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للعبارات التي تقيس وترتيبها وفقاً لإجابات المستقصى منهم.

جدول رقم (11) الإحصاء الوصفي لعبارات المحور الثالث فرضية الدراسة الثالثة

الترتيب	درجة الموافقة	الأهمية النسبية	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارات
3	عالية جداً	82.2	4.11	.583	1. استخدمت الجمعية كافة الوسائط الإعلامية لنشر المبادئ الأساسية للتقليل من مخاطر الكوارث والأزمات.
7	عالية	77.8	3.89	.900	2. تدريب منسوبي الإعلام بالجمعية للاستجابة للطوارئ قبل وقوع السيول والفيضانات.
2	عالية جداً	84.4	4.22	.732	3. تفعيل العمل الإعلامي أثناء كارثة السيول والفيضانات بإنتاج الفيديوهات والمقالات والمطبوعات والصور الفوتوغرافية.
1	عالية جداً	85.6	4.28	.575	4. إنتاج مواد تعليمية وإعلامية إصدارات وملصقات ومطبوعات.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

3	عالية جداً	82.2	4.11	.832	5. إنتاج مواد إذاعية وتلفزيونية.
6	عالية جداً	81.2	4.06	.725	6. تفعيل موقع الجمعية الإلكتروني وتزويده بالأخبار ومعلومات ومناشط برامج الهلال الأحمر.
5	عالية جداً	80.0	4.00	.767	7. تفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة توعوي المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان.
	عالية جداً	81.8	4.09	0.730	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (11) ما يلي:

1. إن جميع العبارات التي تعبر عن محور فرضية الدراسة (فرضية الدراسة الثالثة) يزيد متوسطها الحسابي عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة غالبية أفراد العينة على جميع العبارات التي تقيس محور الفرضية الثالثة.
2. أهم عبارة من عبارات محور (فرضية الدراسة الثالثة) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر ودرء السيول والفيضانات في السودان) والعبارة هي (الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر في درء السيول والفيضانات في السودان هي إنتاج مواد تعليمية وإعلامية إصدارات وملصقات ومطبقات) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (4.28)، بانحراف معياري (0.575)، وأهمية نسبية (85.6%).
3. تليها في المرتبة الثانية العبارة (تفعيل العمل الإعلامي أثناء كارثة السيول والفيضانات بإنتاج الفيديوهات والمقالات والمطبوعات والصور الفوتوغرافية) حيث بلغ متوسط العبارة (4.22)، بانحراف معياري (0.732)، وأهمية نسبية (84.4%).

4. وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (تدريب منسوبي الإعلام بالجمعية للاستجابة للطوارئ قبل وقوع السيول والفيضانات) حيث بلغ متوسط العبارة (3.89)، بانحراف معياري (0.900) ، وأهمية نسبية (77.8%).
5. كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.09)، بانحراف معياري (0.730)، وأهمية نسبية (81.8%) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على جميع العبارات التي تقيس عبارات محور (فرضية الدراسة الثالثة) (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر و درء السيول والفيضانات في السودان).

نتائج الدراسة:

1. أثبتت الدراسة صحة الفرضية الأولى توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخطة الإستراتيجية لجمعية الهلال الأحمر السوداني ودرء الكوارث والأزمات.
2. أثبتت الدراسة صحة الفرضية توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإسهامات الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني والتنبؤ بالسيول والفيضانات في السودان.
3. أثبتت الدراسة صحة الفرضية الثالثة توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب والوسائل الإعلامية التي استخدمتها جمعية الهلال الأحمر ودرء السيول والفيضانات في السودان.
4. أثبتت الدراسة أن الأهداف والسياسات في الخطة الإستراتيجية تتوافق وتتناغم مع الأهداف العامة لدرء الأزمات والكوارث.
5. التزام جمعية الهلال الأحمر بالخطة الإستراتيجية الإعلامية أسهم في الحد من السيول والفيضانات في وقت مبكر.

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

6. جمعية الهلال الأحمر تقوم بتأهيل وتدريب العاملين بها إعلامياً بصورة مستمرة ومنظمة لكيفية التعامل مع الكوارث المتعلقة بالفيضانات والسيول.
7. أكدت الدراسة أن جمعية الهلال الأحمر السوداني استخدمت كافة الوسائط الإعلامية (مواقع التواصل الاجتماعي، الإذاعات والقنوات التلفزيونية والصحف) لنشر المبادئ الأساسية للتوعية بمخاطر السيول والفيضانات، كما قامت بإنتاج مواد تعليمية وإعلامية إصدارات وملصقات ومطبقات توعوي بمخاطر السيول والفيضانات.
8. أثبتت الدراسة تفعيل موقع الجمعية الإلكتروني وتزويده بالأخبار ومعلومات ومناشط برامج الهلال الأحمر.
9. توصلت الدراسة إلى أن جمعية الهلال الأحمر السوداني تقوم بتفعيل العمل الإعلامي بعد كارثة السيول والفيضانات بإنتاج مواد إعلامية متنوعة توعوي المتضررين لكيفية التعامل بعد انجلاء الفيضان.
10. أثبتت الدراسة أن من التحديات التي تواجه جمعية الهلال الأحمر السوداني:
 - أ. الاعتماد الكلي على الجمعية عند وقوع الكوارث.
 - ب. عدم توفير مساحات للمنظمات الإنسانية بوسائل الإعلام.
 - ج. تأخر وصول المعلومات المتعلقة بالسيول والفيضانات من الولايات للمركز.
 - د. عدم تجهيز وفتح المصارف والمجاري منذ وقت مبكر.

توصيات الدراسة:

1. العمل على إيجاد حل وذلك بالنظر إلى محيط الدول من حولنا والاستفادة من تجاربها بإنشاء بحيرة صناعية بدلاً من مجابهة السيول سنوياً.
2. التركيز على زيادة توعية المواطنين بمخاطر الفيضانات والسيول خاصة الذين يقطنون على ضفاف النيل ومناطق الهشاشة وتبصيرهم بالمخاطر.
3. تدريب المتطوعين بصورة دورية لكيفية التعامل إعلامياً مع الأزمة قبل وأثناء وبعد وقوعها.
4. تفعيل إعلام المجتمع والتوعية قبل وقت كافٍ من فصل الخريف لتمكين المواطنين من أخذ الحيطة والحذر.

الهوامش:

- ¹ محمد بابكر عباس، دور استراتيجيات المنظمات الوطنية في تحقيق الأمن الإنساني بالسودان - دراسة حالة الهلال الأحمر السوداني في الفترة من 2011م - 2015م ، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية ، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية.
- ² حسن أبوبكر آدم، دور المنظمات الطوعية في إدارة الكوارث في السودان - دراسة حالة الحركة الدولية للهلال الأحمر والصليب الأحمر في الاستعداد للكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة إفريقيا العالمية معهد دراسات اللاجئين - الخرطوم 2005م.
- ³ حسام الدين محمد الأنصاري، دور التخطيط الإستراتيجي في تطوير الأداء بالتطبيق على جمعية الهلال الأحمر السوداني في الفترة من 2005م - 2015م، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية - معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية .
- ⁴ حسين حماد منهل محمد، دور العلاقات العامة في درء الكوارث الطبيعية دراسة حالة ولاية كسلا في الفترة من 2000 - 2004م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام 2006م.
- ⁵ محمد عبد الغني هلال، مهارات إدارة الأزمات، ط1، (القاهرة: دار الكتاب للنشر، 1996م)

الإستراتيجية الإعلامية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في درء الكوارث

- ⁶ المعتز شاكر محمد، الأزمة الأمنية بين التخطيط والمواجهة، المؤتمر السنوي الثاني لإدارة الأزمات والكوارث، المجلد 1، جامعة عين شمس، القاهرة، أكتوبر 1997م.
- ⁷ أحمد فهمي جلال، إدارة الكوارث، ط1، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، 2006م، ص17.
- ⁸ محسن الخضيرى، إدارة الأزمات، ط1، (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2002م)، ص117.
- ⁹ مصطفى علوى، الإنماء العربي، مجلة الفكر الإستراتيجي العربي، العدد 19، بيروت، فبراير 1997م، ص77.
- ¹⁰ محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة الأزمات، ط1، الإسكندرية: مؤسسة حورس للنشر والتوزيع، 2008م، ص45.
- ¹¹ يوسف أحمد أبو فارة، إدارة الأزمات مدخل متكامل، ط1، (عمان: إثراء للنشر والتوزيع، 2009م)، ص66.
- ¹² جمال الدين حواش، الأخلاق والسلوك في إدارة الكارثة، ط1 (القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع، 2009م) ص265.
- ¹³ تقييم حدة الخطر والتعرض، برنامج الأمم المتحدة للتنمية، ط1، ترجمة جامعة الأمير نايف، (الرياض: الوطنية للنشر، 1991م)، ص72.
- ¹⁴ فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات الأسس والمراحل والآليات، ط1، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1999م)، ص180.
- ¹⁵ سعيد بن سعيد الغلوي (وآخرون)، المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997م، ص79.
- ¹⁶ حيدر إبراهيم على، المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في السودان، مركز بن خلدون للتنمية، دار الأمين للنشر القاهرة 996، ص5.
- ¹⁷ عبد الرحيم أحمد بلال، القضية الاجتماعية و المجتمع المدني في السودان، دار عزة للنشر والتوزيع ص38.
- ¹⁸ تقرير التنمية الإنسانية العربية 2003، ص20.

¹⁹ هاشم محمد الهادي، منظمات المجتمع المدني ، مركز قرطبة للتدريب ، أغسطس 2007 ص 3

²⁰ إبراهيم فواز الجبالي، الإعلام والرأي العام أثناء الأزمات، ط1 (بيروت : دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر ، 2010م) ص27.

²¹ بن خليفة نوفل، لعراية صوراياه، دور الاتصال في إدارة الأزمات المراحل والاستراتيجيات، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 12 (برلين: المركز الديمقراطي العربي، أغسطس 2020) ، ص257.

²² مسودة الإستراتيجي

²³ المحكمين أ.د. منال الياس الخضر- أستاذ مساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية.

ب) د. معزة آدم أبوزيد- أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية.

المصادر والمراجع:

1. إبراهيم فواز الجبالي، الإعلام والرأي العام أثناء الأزمات، ط1 (بيروت: دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر ، 2010م).
2. أحمد فهمي جلال، إدارة الكوارث، ط1، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر ، 2006م.
3. بن خليفة نوفل، لعراية صوراياه، دور الاتصال في إدارة الأزمات المراحل والاستراتيجيات، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 12 (برلين: المركز الديمقراطي العربي، أغسطس 2020).
4. تقرير التنمية الإنسانية العربية 2003م.
5. تقويم حدة الخطر والتعرض، برنامج الأمم المتحدة للتنمية، ط1، ترجمة جامعة الأمير نايف، (الرياض: الوطنية للنشر، 1991م).
6. جمال الدين حواش، الأخلاق والسلوك في إدارة الكارثة، ط1 (القاهرة: إيتراك للنشر والتوزيع، 2009م) ص265.

7. حسام الدين محمد الأنصاري، دور التخطيط الإستراتيجي في تطوير الأداء بالتطبيق على جمعية الهلال الأحمر السوداني في الفترة من 2005م - 2015م، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية - معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية .
8. حسن أبوبكر آدم، دور المنظمات الطوعية في إدارة الكوارث في السودان - دراسة حالة الحركة الدولية للهلال الأحمر والصليب الأحمر في الاستعداد للكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أفريقيا العالمية معهد دراسات اللاجئين - الخرطوم 2005م .
9. حسين حماد منهل محمد ، دور العلاقات العامة في درء الكوارث الطبيعية دراسة حالة ولاية كسلا في الفترة من 2000 - 2004م، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام 2006م.
10. حيدر إبراهيم علي، المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في السودان ، مركز بن خلدون للتنمية، دار الأمين للنشر القاهرة 996، ص5
11. سعيد بن سعيد الغلوي (وآخرون)، المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت 1997، ص79،
12. عبد الرحيم أحمد بلال، القضية الاجتماعية و المجتمع المدني في السودان ، دار عزة للنشر والتوزيع ص38
13. فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات الأسس والمراحل والآليات، ط1 ، (الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، 1999م) ، ص180.
14. محسن الخضيرى، إدارة الأزمات، ط1، (القاهرة : مجموعة النيل العربية 2002م) ، ص117.

15. محمد بابكر عباس، دور استراتيجيات المنظمات الوطنية في تحقيق الأمن الإنساني بالسودان - دراسة حالة الهلال الأحمر السوداني في الفترة من 2011م - 2015م ، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية ، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية.
16. محمد عبد الغني هلال، مهارات إدارة الأزمات، ط1 ، (القاهرة : دار الكتاب للنشر، 1996م)
17. محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة الأزمات ، ط1 ، الاسكندرية : مؤسسة حورس للنشر والتوزيع ، 2008م ، ص45.
18. مسودة الإستراتيجية الإعلامية لجمعية الهلال الأحمر السوداني 2019م.
19. مصطفى علوي ، الإنماء العربي ، مجلة الفكر الإستراتيجي العربي ، العدد 19 ، بيروت ، فبراير 1997م ، ص77.
20. المعتر شاكور محمد ، الأزمة الأمنية بين التخطيط والمواجهة ، المؤتمر النووي الثاني لإدارة الأزمات والكوارث، المجلد 1 ، جامعة عين شمس ، القاهرة ، أكتوبر 1997م .
21. هاشم محمد الهادي، منظمات المجتمع المدني، مركز قرطبة للتدريب، أغسطس 2007 ص3
22. يوسف أحمد أبو فارة ، إدارة الأزمات مدخل متكامل، ط1 ، (عمان : إثراء للنشر والتوزيع، 2009م) ، ص66 .