سياسة بشأن التعامل مع الشائعات نفياً أو إثباتاً.

تعريفات:

ما لم يقتضي السياق معنى آخر، تكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذه السياسة المعاني المخصصة لها أدناه، إلا إذا دلت القرينة على غير ذلك .

- الشركة: شركة قطر للسينما وتوزيع الأفلام.
- المجلس: مجلس إدارة شركة قطر للسينما وتوزيع الأفلام.
- السياسة: سياسة التعامل مع الشائعات.
- عضو المجلس: عضو جلس إدارة شركة قطر للسينما.
- الرئيس: رئيس مجلس الإدارة أو رئيس اللجنة بحسب الأحوال.
- مُدير عام: مُدير عام شركة قطر للسينما.

تعريف الإشاعة:

عُرِّفت الاشاعه بأنها خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في أوساط الشركة أو المجتمع بشكل سريع و تُتداول بين العامة ظناً منهم على صحتها . دائماً ما تكون هذه الأخبار شيقة و مثيرة لفضول العاملين بالشركة أو المجتمع والباحثين و تفتقر هذه الإشاعات عادةً إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحة الأخبار. ودائما عندما تنتشر الاشاعه يأتي الإحساس بعدم الأمان

تنبيه:

بقي أن ننبه إلى أنَّ شيوع وإنتشار الشيء أو الشائعة ليس دليلاً على صحته و مصداقيته بل هو محتملٌ لكلا الأمرين – و في عصرنا للأسف أصبح لعدم المصداقية و الصحة أقرب - و غالباً يقترن من وراء نشره و إذاعته أهداف و مآرب سيئة على الأغلب لتحقق الفتن و الاضطراب و القلق بين المجتمعات و قلما يوجد شيٌ بنقيض هذا.

قواعد التعامل مع الشائعات:

القاعدة الأولى: التثبت:

فإن خفيف العقل من يطير بكل شائعة ويُخرج كل ما يدخل بأذنيه من غير وعي ولا بصيرة، ورب كلمة يطير بها تهدم للشركة وللأمة بنيانًا وتفسد للشركة وللأمة عملاً، والقرآن وهو يدعو إلى التثبت يضع منهجًا رائعًا في تلقي الأخبار لا تمتلكه أمة من الأمم ."يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْماً بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ" الحجرات "٦".

القاعدة الثانية: استشارة أهل الخبرة في التعامل مع الإشاعة:

فإنه إن صحت عنده الأخبار وثبتت عنده الأنباء يرجع في فهمها وتحليلها واتخاذ الموقف منها إلى من عركته الفتن وتمتّع بخبرة واسعة في إدارة الأزمات، فإنَّ من الحديث حديثًا مظهره حلو وسياقه منطقي إلا أن الخبير يعلم من أي كيس خرج ولغة من هذه التي صيغت بها الإشاعة ولماذا وإلى أي شيء ترمي وعلى أي مرحلة من مراحل الصراع تدل .

"وَإِذَا جَاءهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُواْ بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُوْلِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلاَ فَضْلُ اللّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لاَتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلاَّ قَلِيلاً» النساء" "٨٣".

القاعدة الثالثة: حسن الظن:

فإن التشكيك لا سيما في مستقبل الشركة وإدارتها وقادتها ورئيس وأعضاء مجلس إدارتها يصرف الناس من دراسة الواقع وحقائقه وأفكارهم ومواقفهم إلى البحث عن النوايا التي لن يطولوها ولا يستطيعون إليها سبيلا، والمرء يحاسَب بما قال فإن كان له فيه تأويل سائغ فهو من أهل الأجر وإن لم يكن له ذلك فهو من أهل النصح "لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْراً وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ".

القاعدة الرابعة: النظر إلى الجانب الإيجابي في الشائعة أو الفتنة:

فإن الله لم يخلق شرًا محضًا فكل شر فيه الكثير من جوانب الخير وكل محنة فيها الكثير من النعم والمنح والموفق هو الذي يرشده الله إلى ذلك فيخرج أقوى عزيمة وأمضى إرادة وأثبت موقفًا يقول تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ جَاؤُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرّاً لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُم مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ".

القاعدة الخامسة: الإنصاف:

فإن الله تعالى يرشد عباده إلى الإنصاف وعدم الظلم بتحميل الأمور ما لا تحتمله من أوجه الشر واستصحاب الصلاح والفساد معًا فلا ينظر المرء للأمور بعين واحدة) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ كُونُواْ قَوَّامِينَ لِلّهِ شُهَدَاء بِالْقِسْطِ وَلاَ يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَلاَّ تَعْدِلُواْ اعْدِلُواْ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُواْ اللّهَ إِنَّ اللّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ» بل يبحث في خير الخيرين وشر الشرين فإن كان هنالك شر فما أدراك إن لم تكن مسيطرًا على الموقف أن تأتي بما هو أشر منه وتقع في أحضان ما هو أسوأ منه تحت دعوى الغيرة على الشركة فربما دفع الراشدون بالشر ما هو أعظم شرًا وربما فوّتوا خيرًا لما هو أعظم خيرًا منه.)غُلِبَتِ الرُّومُ * فِي أَدْنَى الْأَرْضِ وَهُم مِّن بَعْدِ غَلَبِهِمْ سَيَغْلِبُونَ * فِي بِضْعِ سِنِينَ لِلَّهِ الْأَمْرُ مِن قَبْلُ وَمِن بَعْدُ وَيَوْمَئِذٍ يَفْرَحُ الْمُؤْمِنُونَ(«سورة الروم». فليس عبقرية أن تصنع الفوضى فذلك من أسهل الأمور ولكن العبقرية كيف تديرها وتُمسك بخيوطها بما يحقّق أهدافك.

كيفية التعامل مع الإشاعات في محيط الشركة والعمل:

تُلخَّص هذه السياسة كيفية التعامل مع الشائعات في خطوات بسيطة:

(١) لا تصدق ما تسمعه. الكثير من إشاعات في محيط الشركة والعمل هي مجرد إشاعات. فهي أقاويل ملفقة وأخطاء بل وحتى تشهير متعمد لشخص ما إدارة بعينها أو للشركة ذات نفسها. شكك في الإشاعات التي تسمعها وامتنع عن اتخاذ أي رد فعل.

(٢) لا تأخذ الأمر بشكل شخصي. ركز بدلاً من ذلك على حقيقة أن هناك سبباً كامنا أو مجموعة من الأسباب التي سببت الإشاعات وركز على التعامل معها بموضوعية باعتبارها مهمة وليس هجوما شخصيا يجب إحباطه بطريقة عاطفية أو غاضبة.

(٣) تحدي الشخص الذي يقول الإشاعة بشكل مباشر. فقد يكون يقوم بذلك من أجل التسلية أو لجذب الانتباه، أو لأنه يشعر بعدم الأمان في وجودك. لا بد من إيقاف ناشر الإشاعات الحقيقي عن طريق كشف كذبه. استغل طبيعته في حب جذب الانتباه واطلب عقد اجتماع معه وقوم بما يلي:

(أ) أبلغ ناشر الإشاعات أنك تريد أن تعرف ما يضايقه حقا. اسأله عن السبب الذي يدعوه لإخبارك بهذه المعلومات (التي تعتبرها إشاعات). من خلال إجباره على توضيح ذلك ستجعله يدرك أنك تعرف بالفعل أسباب قيامه بذلك.

(ب) أخبر ناشر الإشاعات أنك على استعداد للمتابعة مع الشخص المستهدف إذا كانت الأشاعة عن زميل في الشركة والعمل أو الموظف المسؤول إذا كانت متعلقة بالعمل. هذا سيجعل ناشر الإشاعات يعلم أن هذه المعلومات ستصل إلى الشخص المستهدف وعلى الأرجح أنه سيتراجع أو يعتذر.

(ج) أخبر ناشر الإشاعات أن الإشاعة يجب أن تتوقف. في كثير من الأحيان تكون مواجهة ناشر الإشاعات بهذه الطريقة المباشرة كافية لتنبيهه للتوقف، وإلا سيواجه المشاكل. ولكن في النهاية كون حازماً وأوضح له تماما أن الإشاعة غير مقبولة على الإطلاق في العمل.

كيفية تعامل إدارة الشركة مع الشائعات:

(١) عليك أن تُعلم الآخرين أن الشائعات غير مقبولة تمامًا، وأن عليك أن تتعامل بسرعة وحزم مع من يعمل في ترويج الشائعات. اعرف مصدر الشائعة ومدى صحتها. إذا أخذت الشائعة حجمًا كبيرًا، لا تتردد في عمل اجتماع لمناقشة المشكلة وإيضاح الحقيقة، كن صادقًا مع الآخرين وتواصل معهم وأعلمهم بالجديد حتى لا تدع مجالاً للشائعات، بالطبع لن تفشي أسرار عملك، لكنك ستخبرهم بالأمور المهمة التي تدور في مجال العمل.

(٢) انظر للجانب الإيجابي. فأحيانا يكون ناشر الإشاعات يقوم فقط بلفت النظر إلى مشكلة ما ويكون هذا هو الهدف من إشاعته، سواء كان ذلك الشخص يفتقر إلى المهارات اللازمة أو قد تكون مشكلة سوء فهم على مستوى الشركة. اعتبرها فرصة للتحسين من خلال تنفيذ برامج تدريب أو إنشاء أدلة اتصالات. قد تكون تلك فرصة عظيمة لإعادة النظر في سياسة الشركة أيضا، لمنع تكرار مثل هذه الحوادث في المستقبل.

(٣) لا تتصرف بعدوانية وأحذر من الرد بنشر شائعات، إذا قمت بذلك، فاحتمال انتشار شائعات أخرى عن الشركة وعنك كبيرة للغاية في المستقبل، من خلال أحد المتضررين أو أصدقاء المتضررين من شائعاتك. لا تأخذ الأمر بشكل عدائي تجاه ناشر الشائعة، ومهما وصلت الشائعة إلى مستوى كبير من الخطأ، لا تنكرها

بطريقة مبالغ فيها. تصرف بهدوء حتى تجعل الآخرين يشعرون بالغباء لنشرهم الشائعة، تحدث إلى شخص مسئول إذا لزم الأمر. لا تخطط للانتقام، فلن يتوقف الأمر عند هذا بل سيزيد من الصراع.

الإجراءات والتدابير اللازم إتخاذها بشأن مصدر الشائعة:

(١) إتخاذ الإجراءات اللازمة بشأن الإشاعة، فإذا كان مُصدر الإشاعة أو المروج لها من داخل الشركة، أو كانت هناك بينة مبدئية تُشير إلى موظف أو عامل بعينه بإعتباره مُصدر الإشاعة أو المروج لها، وثبت عدم صحة الإشاعة، فإنَّ هذا التصرف يدعو الإدارة في إحالة مُصدر الإشاعة أو المروج لها للتحقيق، وتوقيع العقاب المناسب عليه في حالة ثبوت إصداره للشائعة، والذي قد يرقى لمرحلة الفصل عن العمل.

(٢) إذا كان مصدر الإشاعة أو المروج لها من خارج الشركة، وكانت الإشاعة ليس لها أساس من الصحة، يمكن إحالة الأمر للإدارة القانونية بالشركة لإتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة، توخياً لعدم تأثير الإشاعة سلباً على سمعة ومركز الشركة ووضعها المالي.

(٣) في جميع الأحوال، إذا ثبتت صحة ما تروج له الإشاعة أو ثبت عدم صحة الخبر أو المعلومة محل الإشاعة، فإنه يتعيَّن على الشركة القيام بإثبات أو نفي الشائعة في أسرع وقت مُمكن، أو تبرير وتوضيح ما إرتبط أو تداخل أو إكتنف وقائع الشائعة من غموض، ويكون النفي أو الإثبات، بحسب الأحوال، أما بتصريح للمتحدث بإسم الشركة أو بإصدار بيان موقع من الشخص المخوَّل وينشر في الموقع الإلكتروني للشركة.

(إنتهى).