

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Taslawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tibirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم : التاريخ

تخصص : الاتصال

استراتيجيات العلاقات العامة لإدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي
(أزمة كورونا في جامعة البويرة - كنموذج)

مشروع مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام و الاتصال تخصص : اتصال

تحت إشراف الاستاذ :

بورحلة سليمان

إعداد الطالبات :

العمرى أمال

ميرك لمياء

حمدي شريفة

السنة الدراسية 2019 / 2020

شكر وعرفان

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام
إننا لنشكر الله تعالى على تزويدنا بالصبر والأناة لتحمل مشقة هذا البحث و توفيقنا لإتمامه ونطمح
أن يزيدنا من فضله ويتم علينا نعمته بأجرنا المجتهد.

ونقدم شكرنا لعائلاتنا كونهم مصدر الهام طوال فترتنا الدراسية، و كل امتنانا
لأستاذنا المحترم "بورحلة سليمان" المشرف على عملنا هذا طيلة فترة انجازه وعلى توجيهاته
القيمة، وعلى صبره معنا أملا في أن نقدم عملا مميذا يكون معينا لمن سيقبل بعدنا من الطلبة على غمار
البحث في مواضيع مماثلة.

كما نجد أنفسنا ممتنين لأساتذة قسم علوم الأعلام والاتصال على مجهوداتهم الدائمة طوال فترة
دراستنا.
ونود أن نشكر بوجه الخصوص استاذتنا المميزة "اوشن جميلة" على إرشاداتها الوجيهة. لك منا فائق
الامتنان والتقدير.

ونغتتم الفرصة لشكر صديقاتنا اللواتي كانوا دائما معنا حفظهم الله ورعاهم.
دون أن ننسى كل من ساعدنا في انجاز هذا البحث العلمي من قريب أو من بعيد إلى أن خرج من حيز
التصور إلى الواقع الملموس.

و في التالي نتوجه بالشكر أيضا إلى كل من لم يقف إلى جانبنا، ومن وقف في طريقنا وعرقل
مسيرة بحثنا، وزرع الشوك في طريق بحثنا فلولا وجودهم لما أحسنا بمتعة البحث ولا حلاوة
المنافسة، فلهم منا كل الشكر.



<u>العنوان</u>	<u>الصفحة</u>
• شكر و عرفان	
• خطة البحث	
• مقدمة	6
❖ الإطار المنهجي للدراسة:	
1-1 الإشكالية	7
2-1 أسباب اختيار الموضوع	8
1-2-1 الأسباب الذاتية	8
2-2-1 الأسباب الموضوعية	8
3-1 أهمية الدراسة	8
4-1 أهداف الدراسة	8
5-1 منهج البحث	8
6-1 عينة البحث	8
7-1 أدوات جمع البيانات	8
1-7-1 الملاحظة	8
2-7-1 الاستبيان	9
8-1 مجالات الدراسة	9
1-8-1 المجال البشري	9
2-8-1 المجال الزماني	9

93-8-1 المجال المكاني
109-1 الدراسات السابقة
1010-1 تحديد المفاهيم
	❖ الإطار النظري
13الفصل الأول: مدخل العلاقات العامة
14المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة
141-1 نشأة العلاقات العامة
152-1 تطور العلاقات العامة
17المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة
171-2 مفهوم العلاقات العامة
182-2 الخصائص الواجب توفرها في العلاقات العامة
19المبحث الثالث: أسس ومبادئ ووظائف العلاقات العامة
191-3 أسس ومبادئ العلاقات العامة
192-3 وظائف العلاقات العامة
20المبحث الرابع: أهمية وأهداف العلاقات العامة
201-4 أهمية العلاقات العامة
202-4 أهداف العلاقات العامة
22المبحث الخامس: أخلاقيات العمل في العلاقات العامة
24الفصل الثاني: مدخل إلى الأزمة
26المبحث الأول: نشأة وتطور الأزمة (المراحل)
261-1 نشأة الأزمة
262-1 تطور (مراحل) الأزمة
28المبحث الثاني: ماهية الأزمة
281-2 مفهوم الأزمة

282-2 أنواع الأزمات
293-2 مميزات الأزمة
29المبحث الثالث:عوامل نشوء الأزمة والآثار المترتبة عليها وخصائص قائدها
291-3 عوامل نشوء الأزمة
302-3 الآثار المترتبة على الأزمات
303-3 خصائص قائد الأزمة
32الفصل الثالث: إستراتيجية العلاقات العامة في إدارة الأزمات
34المبحث الأول:مراحل العلاقات العامة لإدارة الأزمة
36المبحث الثاني:ماهية إدارة الأزمة
361-2 مفهوم إدارة الأزمة
362-2 إستراتيجية العلاقات العامة لإدارة الأزمة
38المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على العلاقات العامة لإدارة الأزمات وعملية التخطيط كمطلب أساسي لمعالجة الأزمات
381-3 العوامل المؤثرة على العلاقات العامة
382-3 التخطيط كمطلب أساسي لمعالجة الأزمات
40المبحث الرابع: دور الدعاية والترويج والإعلام والإعلان في تجاوز مرحلة الأزمة وعلاقتهم بالعلاقات العامة
401-4 العلاقات العامة والإعلان في إدارة الأزمة
402-4 العلاقات العامة و الدعاية في إدارة الأزمة
403-4 العلاقات العامة و الترويج في إدارة الأزمة
41المبحث الخامس: المهارات والصفات التي يجب ان يتصف بها رجال العلاقات العامة الناجحون في مواجهة الأزمات
44الخاتمة
❖ المجال التطبيقي:	
431- التعريف بمؤسسة اكلي محند اولحاج البويرة
532- الاستثمار

المقدمة:

لا شك إننا نعيش في عالم متغير تماما نظرا لتطورات التكنولوجيا الهائلة وهذا ما جعل المؤسسات تعيش جو لمنافسة الدائم وكل المؤسسات تملك شعار واحد " ليس لدينا أعداء دائمون ولا أصدقاء دائمون بل مصالح دائمة" بما يعني كل مؤسسة تحتاج القسم مختص للتصدي للمنافسات التي من شدتها تخلق الأزمة وهذا القسم يتمثل في قسم العلاقات العامة حيث تعتبر العلاقات الاطار العلمي والفني الي تطور منذ نمو الاجيال لكونها الاساس الذي يحدد قوة المؤسسة فبدايتها لم تكن سهلة لكن بجهود الخبراء المختصين اصبح الان علم يدرس في الجامعات كتخصص فعلي بحيث لا يمكن لأي شركة ان تستغني عليه لكونه هو من يخطط كيفية تسيير المؤسسات والمناهج التي يجب ان تتبعهم الشركة من اجل النجاح ومن الاحداث التي تعرقل مسار العلاقات العامة هي الازمة التي عرف بالكارثة لكونها تأتي بصفة مفاجئة يمكنها ان تهدم اقتصاد المؤسسة في ظرف وجيه لهذا يعمل فريق العلاقات العامة في ادارة الازمة عن طريق تخطيطات واستراتيجيات متعددة وهذا سواء قبلها لتفاديها او بعدها من اجل انهائها وألان الأزمة التي يشهدها العالم هي جائحة كورونا التي هدمت اقتصاد العالم وجعلت كل المؤسسات تنفعل ضد هذه الازمة لكونها مست الاطار الحساس وهو الجانب الصحي و هذا ما دفع خبراء العلاقات العامة في كل مستويات العالم للتخطيط لها والخروج بأقل خسائر ممكن ونحن كباحثين في كلية العلوم الانسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة ان ندرس اهمية العلاقات في ادارة الازمات وقمنا بدراسة حالة لمؤسسات التعليم العالي في الجزائر بالخصوص جامعة البويرة بإدارة ازمة كورونا وكيفية انجاح العام الدراسي وتطبيق البرتوكول التي حددها فريق العلاقات العامة من الوزارة.

الإطار المنهجي للدراسة:

1-1 الإشكالية:

نمت العلاقات العامة كغيرها من الأعمال الإدارية المؤسساتية كنتيجة لحتمية التغيرات الحاصلة في المجتمع الحديث، حيث كان ظهورها كمهنة متخصصة في تلك الظروف التي تسودها الضغوطات والأزمات الاقتصادية والعالمية. إذا في تتصل اتصالا مباشرا للظروف الغير عادية فالمشكلات والأزمات وغيرها كلها من الأسباب المباشرة لنمو وازدهار العلاقات العامة، فالمهنة الاستراتيجية لها عندما تواجه الحكومة او المؤسسات ازمة ما قد تهدد وضعها ومقدرتها على العمل او المنافسة او تهدد وجودها في حد ذاته، حيث تصبح المؤسسة عرضة للجمهور الخارجي والمراقبة من طرف وسائل الاعلام فهنا تبرز خبرة العلاقات العامة في حياة المؤسسات وأصبح اهميتها كمنشآت اداري يسهم في نجاح المؤسسة.

يتعرض العالم اليوم الى ازمة تهدد جميع بقاعه وتهدد كافة المؤسسات وتعرض الاقتصاد العالمي الى تهديد الافلاس إلا وهي جائحة كورونا وان لم تتعامل المؤسسة مع الحدث بطريقة احترافية قد تهدد كيانها وسمعتها ومن بين اهم النقاط التي تركز عليها ادارة الازمة تسمح بنشاطها وصناعة ازمات اخرى كما انه في مثل هذه الازمات يجدر بإدارة فريق العلاقات العامة ابراز قيادتهم كخبراء من خلال تواجدهم إعلاميا حيث ما نركز عليه في اشكاليتنا هاته تأثير ازمة كورونا على مؤسسات التعليم العالي "جامعة البويرة" كنموذج وذلك بمعرفة مساهمة فريق العلاقات العامة في مواجهة وكيفية استغلال وظائفها لحل الازمة بأقل الاضرار هذا فيما يخص جائحة Covid19 دراسة حالة جامعة البويرة.

أما موضوع دراستنا والذي على اساسه بنيت اشكالية دراستنا هو دور العلاقات العامة في مواجهة الازمات ومن هنا نطرح الاشكال الرئيسي: ما هو الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في ادارة ازمات المؤسسة؟ وما هو الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في ادارة ازمات المؤسسات؟

التساؤلات:

- الى أي مدى تساهم العلاقات العامة في تجاوز الأزمات؟
- كيف يتم اللجوء الى جهاز العلاقات العامة اثناء ازمة كورونا في جامعة اكلي محند اولحاج بالبويرة؟
- ماهي اهم الطرق والأساليب الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للخروج من ازمة كورونا في جامعة اكلي محند اولحاج؟
- ماهو دور العلاقات العامة في تجاوز ازمة كورونا بالنسبة لتعليم العالي في جامعة البويرة؟

3-1 أسباب اختيار الموضوع :

1-2-1 : الأسباب الذاتية: موضوع متداول كثيرا في ضل الظرف الوبائي , الاهتمام الشخصي بالموضوع , الرغبة في معرفة المؤسسة المتواجدين بها و كذلك كيف كانت طريقتها في تحدي الأزمة

2-2-1 : أسباب موضوعية : كثرة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي زيادة على آراء الطلبة في ضل جائحة كورونا

جامعة البويرة من بين مؤسسات التعليم العالي التي قد واجهت صعوبة في مواجهة وتصدي الازمات خاصة جائحة كورونا مما دعا الأمر لمعرفة قسم الادارة والعمال إلى كيفية التعامل مع هذه الأزمة .

3-1: أهمية الدراسة: تكمن أهمية دراستنا في توضيح دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي وإلزامية الاستعانة بفريق العلاقات العامة في المؤسسات عامة ومؤسسات التعليم العالي خاصة في الازمة وايضا الاستفادة من الابحاث السابقة في هذا المجال وإضافة الجديد لها خصوصا أزمة Covid19 المستجد.

4-1: أهداف الدراسة: هدفنا الأساسي من هذه الدراسة هو معرفة دور جهاز العلاقات العامة في مؤسسة الجامعة ودورها اثناء الازمة وتمثلت الاهداف فيما يلي :

- ✓ جمع المعلومات حول دور العلاقات العامة
 - ✓ معرفة مساهمة العلاقات العامة في تسيير المؤسسة
 - ✓ معرفة الطرق التي من خلالها يسهل على العالقات العامة حل الأزمة في الجامعة
 - ✓ كيفية اللجوء لفريق العلاقات العامة في مؤسسة التعليم العامة
- 5-1: منهج البحث:** هو المنهج الوصفي من البحوث الوصفية أي اعتمد على الدراسات الوصفية خاصة في :

- النظري : قمنا بوصف المفاهيم وأيضا اعتمادا على الدراسة الاستكشافية
- التطبيقي: بوصف كل مفردات الدراسة بمؤسسة التعليم العالي وبالخصوص مؤسسة اكلي محند اولحاج في ولاية البويرة وكما قمنا باستخدام المنهج المسحي بالتأكد في هذه الدراسة.

6-1: عينة البحث: مدراء وفريق العلاقات والإعلام في جامعة البويرة

7-1: أدوات جمع البيانات :

1-7-1: الملاحظة: لقد كان استخدامنا للملاحظة في بحثنا هذا لان دراستنا هي دراسات وصفية والدراسات الوصفية تركز اساسا على الملاحظة

الملاحظة بدون المشاركة:

وتسمى كذلك بالملاحظة البسيطة فيها يقوم الباحث بدراسة الظاهرة عن كئب دون ان يشترك في اي نشاط تقوم به الظاهرة وهنا يقوم الباحث بأخذ مكان او موقف معين ويراقب الظاهرة. وهي لتتضمن اكثر من النظر والاستماع ومتابعة الظاهرة موضع البحث دون مشاركة فعلية، ومن امثلة الموقف التي يستخدم

فيها الملاحظة بدون مشاركة مراقبة العمال في مكان العمل عن بعد، وملاحظة سلوك مجموعة من الاطفال ثم يسجل الباحث ما يراه ويسمعه دون علم بالظاهرة ومن اهم مميزات هذه المقابلة انها تهيأ للباحث ملاحظة سلوك الظاهرة الفعلي كما يحدث في الظروف الطبيعية دون تصنع. ونحن كباحثين استخدمنا الملاحظة بدون المشاركة لأنها تركز على عدم المشاركة الفعلية في نشاط الظاهرة ولان موضوعنا يركز على ادارة الازمة في مؤسسات التعليم العالي لذلك ففي هذه الدراسة يجب ملاحظة ادارة هذه المؤسسة (جامعة البويرة) كيف تتعامل مع الازمة (فيروس كورونا) هذا النشاط لا يلزم على المشاركة فيه لذلك في هذه الحالة يكفي ان يلاحظ عن بعد كيفية ادارة المؤسسة لازمة ونظرا للبروتوكول الصحي المطبق والظروف الحية لم نستطع المشاركة والملاحظة عن قرب لذلك ركبني على الملاحظة بدون المشاركة

الملاحظة بالمشاركة:

وهنا يقوم الباحث بدور ايجابي وفعال في احداث الملاحظة، حيث يشارك الباحث الظاهرة موضع البحث مشاركة فعلية يسايرهم ويتجاوب معهم ويمر بنفس الظروف التي يمرون بها يتعايش مع المبحوثين بشكل طبيعي كأنه واحد منهم بحيث لا يظهر نفسه انه شخص غريب مثال: عند رغبة الباحث في دراسة حياة المسجونين فانه يدخل السجن ويعيش معهم كمسجون إلا انه من الافضل ان لا يكشف عن هويته كباحث وذلك حتى لا يتصنع المبحوثين السلوك إلا ان هذه الطريقة قد تعرض الباحث للخطر فقد يتهم بالتجسس عليهم ومثال اخر هو الانخراط في الاحزاب السياسية وحضور اجتماعاتهم والتعايش معهم بهدف معرفة اهدافهم وطريقة تفكيرهم ونشاطهم. وكوننا على اطلاع على وسائل الاعلام وبصفة خاصة جهاز التلفاز فإننا نشاهد كيفية تطبيق المؤسسات والإدارات للبروتوكولات الصحية والإرشادات التوعوية من اجل الحد من انتشار هذا الفيروس الخطير وأيضا هناك مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت من اساسيات كل فرد لذلك فالمؤسسة تركز عليها ايضا وتحت فيها على الالتزام بالبروتوكولات الصحية بطريقة تجعل الفرد يلتزم بها التزاما دائما وتكمن هنا الملاحظة بالمشاركة.

1-7-2: الاستبيان: ونحن كباحثين في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية تطرقت دراستنا في شكل استبيان الى مجموعة من النقاط التي تلخص دور العلاقات العامة كإدارة لتسيير ازمة كورونا وذلك لمعرفة الاجراءات التي عملت بها جامعة اكلو محند اولحاج لمواجهة الظرف الوبائي من الناحية الوقائية والتعليمية أي كيف سيتم انقذ العام الدراسي بدون اضرار، ونظر للوضع الاستثنائي لم يسعفنا الحظ لتطبيقه .

1- مجتمع الدراسة: جامعة البويرة

2- عينة الدراسة: مدراء وعمال و رؤساء الأقسام لجامعة البويرة

8-1: مجالات الدراسة :

1-8-1: المجال البشري: رؤساء الأقسام، الإداريين و الطلبة.

2-8-1: المجال الزمني: من شهر اوت الى غاية شهر نوفمبر.

3-8-1: المجال المكاني : جامعة اكلو محند اولحاج البويرة

9-1: الدراسات السابقة:

- بعنوان دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات، دراسة ميدانية بمديرية التربية والتعليم مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال من اعداد الطالبتين : بعلول نورة –عشيش امال سنة 2014- 2015
- بعنوان العلاقات العامة بين التخطيط وإدارة الأزمة في مؤسسة "موستالند" حظيرة الحيوانات والتسليية بولاية مستغانم مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام والاتصال من اعداد الطالب بوعلام بوعلام سنة 2018-2019

10-1 : تحديد المفاهيم :

✓ العلاقات العامة :

لغة: وتقسم إلى كلمتين وهي: العلاقات: "و يقصد بها رابطة تربط بين شخصين أو شيئين، صلة، العامة ويقصد بها متعلق بجميع الناس أو بشعب أو جماعة أو طبقة اجتماعية أو مصلحة عامة أو رأي عام أو مؤسسة عامة"¹.

اصطلاحا: تعرف العلاقات العامة من وجهة نظر الإدارة على انها وظيفة من الوظائف الإدارية المتمثلة في تقويم الاتجاهات العامة لإدارة نحو الآخرين فضلا عن موقف الآخرين من السياسات والأساليب الادارية التي تضعها الإدارة اذ هذه الوظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة لبرامج العمل اللازمة لتفهم الجمهور مستهدف².

إجرائيا: العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح والاتصال الفعال الذي يقوم على اساس مع افراد المنظمة على المستوي الداخلي والخارجي ،فالعلاقات العامة هو المجال الذي يتواجد داخل مؤسسة بحثنا وهي جامعة "اكلي محند اولحاج في البويرة" إلا ان تسمية مؤسستنا لهذا الجهاز هو خلية الاعلام والاتصال لأنه يعتبر الجهاز الذي يقوم بتسيير الجامعة وتقديم كل البرامج من اجل انجاح السنة الدراسية.

✓ الازمة:

لغة: عرفت على انها الشدة والقحط، وفي قاموس الادارة العامة تعرف بأنها هي تلك الظروف الصعبة التي قد تتعرض لها الدولة كأزمة سياسية اقتصادية ... كالعجز المالي³.

اصطلاحا: هي موقف عصيب يمكن ان تؤدي الى نتائج سيئة⁴ وتعرف ايضا انها مجموعة من المشاكل تفاقمت وتعاضمت وتآزمت مما تشكل نوعا جديدا يسمى بالأزمة⁵

وإجرائيا: هي التهديد الذي يواجه المؤسسة ككل وأزمتنا تتمثل في فيروس كورونا الخطير الذي هدم اقتصاد الدول وشل الطريق التعليمي وعجزه لهذا تعتبر جامعة اكلي محند اولحاج من الجامعات التي

¹-المنجد في اللغة العربية والإعلام : دار المشرق، بيروت، ط4، ص10 23

²-طارق شريف يونس:ادارة العلاقات العامة،مفاهيم ومبادئ وسياسات، كلية الإدارة والاقتصاد،جامعة الموصل،اثناء للنشر والتوزيع. ط 1 2008، ص193،

³-محمد منير حجاب:المعجم الإعلام، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص45

⁴-عاصم الاحرجي:ادارة الازمات واتخاذ القرارات،دار اليازوري للنشر والتوزيع،عمان، الأردن،2003،ط1، ص45

⁵-هاشم حمدي رضا: ادارة العلاقات العامة والبروتوكولات،دار الراتب للنشر والتوزيع،عمان 2010،ص150

اكتت حصتها من هاته الجائحة وحيث قامت هذه الجامعة بالتصدي لهاته الازمة عن طريق عدة اساليب ووسائل.

✓ مؤسسات التعليم العالي :

لغة: التعليم العالي او الجامعة مؤنث لإسم الجامع ويقصد بها المؤسسة الثقافية التي تشمل معاهد التعليم والتكوين.¹

اصطلاحا: تتمثل مؤسسات التعليم العالي في مختلف المؤسسات التي تقدم تعليم فوق التعليم الثانوي والمتمثلة في الكليات والمعاهد والجامعات وغيرها. وهي عبارة مرحلة استكماليه لمرحلة الثانوي وتقوم بمنح الطالب شهادة أكاديمية لممارسة تخصص معين بداية من البكالوريا الى الدكتوراه.

إجرائيا: جامعة اكلي محند اولحاج في البويرة هي من بين المؤسسات التعليم العالي وتتكون من عدة كليات ومراكز نشاطات وكغيرها من المؤسسات التعليمية تملك جهاز خاص بالعلاقات العامة الذي يخطط لتفادي الازمات والتخطيط الممتاز من اجل انجاح العام الدراسي والتوفيق فيه.

¹-المنجد في اللغة والإعلام: ط 21، دار المشرق، بيروت، لبنان، 1986، ص01

الاطار النظري للدراسة:

تمهيد:

ان العلاقات العامة لا تعتبر فلسفة ادارية فقط ،بل هي تعتبر عملية اتصال يتم من خلاله معرفة اهداف ووظائف المؤسسة واهم انجازاتها في شتى المجالات . وتعمل على الاحاطة بكل المعلومات والوسائل التي لها العلاقة بها والمؤسسة خاصة، تعتبر هي العمود الفقري لكل مؤسسة في العالم فهي التي تحدد قوتها ،حيث سنتطرق في الفصل الاول الى ماهية وطبيعة العلاقات العامة وتطورات التي حدثت لها والأسس والمبادئ التي تحملها واهم الاهداف والوظائف التي تتسم بها ،ولا يمكننا اكمال هذا الفصل بدون التطرق الى اخلاقيات العمل في العلاقات العامة والخصائص الواجب توفرها في خبير العلاقات العامة.

الفصل الأول: مدخل الى العلاقات العامة

المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة:

بعد طرحنا المفاهيم ننتقل الى نشأة العلاقات العامة وتطورها:

1-1 النشأة: قررنا قبل الدخول الى اهداف العلاقات العامة واهم ما تتسم به, راينا اولاً انه يجب التوقف الى اهم المحطات التي مرت عليها العلاقات العامة من خلال النشأة والتطور نظراً لاختلاف العلوم والحضارات والثقافات ولكن نحن كباحثين يصعب تحديد المجال ازماني والمكاني او الاوائل الذين درسوها ولكن سنحاول تحديد اهم المحطات التاريخية :

على الرغم من ان العلاقات العامة لم تعرف كثيراً الى في العصر الحديث إلا انه الباحث في وجود التاريخ يجد ان العلاقات العامة ظهرت منذ القدم. " ففي العصور الأولى لحياة الانسان احتاجت القبائل البدائية للإعلام من أجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها ومع تقدم الحضارة تقدمت معها أساليب العلاقات العامة، فقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها الى 1800 قبل الميلاد ترشد المزارعين الى كيفية استخدام البذور والتخلص من القوارض"¹

أما قدماء المصريين فقد اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعرهم و استخدموا في ذلك شتى الأساليب، وطور الرومان أساليب التأثير في الرأي العام على أيدي خطباء مشهورين في التاريخ مثل "شيشرو مارك أنطونيوس" وفي العصور الوسطى و عندما غطت أوروبا في سبات عميق من التخلف والجهل، وايضا كما نجد أن الملوك والفراعنة استخدموا العلاقات العامة خاصة بعد الحروب لعرض انتصارات الجيوش في المواقع الحربية، وفي أثناء السلم كانوا يحاولون إبراز القضايا والمواقف الدينية، وكان الهدف من ذلك هو كسب ثقة الشعب، وقد استخدم قدماء المصريين الفراعنة أوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها فرعون مصر وأمراءه لمحاربة أمور ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى.²

اما العلاقات العامة عند الآشوريين تميزت بوجود النشرات والترفيه وغيره، اهتم ملوك وحاكم بابل وأشور بالتأثير على عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم في أوقات الأحداث والانقلابات السياسية والعسكرية والاقتصادية والتوازن، وكان لملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية، كما توجه عن طريقها التعليمات، فقد كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة عيد جز القمح، وفي هذا الوقت يستطيع أن يذيع أوامره وتعليماته، ولا شك أن هذا الاختيار فيه دليل على إحكام خطة التوقيت، أي اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية، وذلك من أسس العلاقات العامة الحديثة.³

ليمكننا ان ننسى مرحلة اليونان والرومان فهي عصر ازدهار العلاقات العامة فتوسعوا اكثر من المصريين والآشوريين "ان العلاقات العامة في الحضارتين اليونانية والرومانية كانت تتميز عن مثيلاتها من الحضارات الشرقية بالاتصال بالجماهير الذين يمثلون السواد الأعظم في حين كانت في الحضارات الشرقية تنصب على الدعاية لأعمال الملوك والأمراء ولكهنة ولا شك أن التوجه في الحضارتين اليونانية والرومانية قد دعمه ظهور بعض المبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية، وقد كانت هاتين الحضارتين

¹-الموقع الإلكتروني: منتدى المعرفة: <http://www.forumsarabsook.com> _ في 26 مارس 2015 على 18:15 مساء

²عبد المجيد محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام ط1، ص12

³- عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004

تعتمدان كما سبق أن ذكرت على كسب ثقة الناس وتأييدهم، وقد ظهر استقلال يوليوس قيصر صحيفة الوقائع اليومية والتي بدأت بالظهور عام 59 قبل الميلاد، لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرض أعمال أعضائه وأقوالهم على الجمهور"¹

وفي العصور الوسطى و عندما غطت أوروبا في سبات عميق من التخلف والجهل، عرف الإسلام المبادئ العامة للإدارة والعلاقات العامة، فقد أسهم ظهور الإسلام مساهمة كبيرة في تطوير العلاقات العامة فقد طبعت مبدأ احترام الفرد وتفكيره حيث اتبع أسلوب الحجة والإقناع لا الرهان وقد اعترف الإسلام بأهمية الرأي العام مما يعتبر اليوم من أهم مبادئ العلاقات العامة الحديثة وتمثل ذلك بمبدأ الشورى في الحكم، حيث كان مجلس الشورى يمثل رأي الجماهير، و يقوم الخليفة بمبدأ التشاور معه في أمور الدولة والقضايا التي تهم المسلمين، كما اهتم المسلمون بالتعرف على آراء الرعية وحث الإسلام على العدالة والمساواة والتمسك بالنزاهة ومبادئ الاخلاق في التعامل التجاري، وهذا هو احد المبادئ الاساسية في لعلاقات العامة الحديثة.²

وفي العصور الحديثة تعقدت العلاقات العامة بين الناس وخاصة بعد الثورة الصناعية التي خلقت اوضاعا جديدة لم يكن الناس على دراية ب ،ها فيبدو ان اصطلاح العلاقات العامة بمعناه الحديث قد استخدم لأول مرة في السنوات الاخيرة من القرن التاسع عشر، وقد كان "دورمانيدون EATON " استخدم لأول مرة في السنوات الاخيرة من القرن التاسع عشر، وقد كان "دورمانيدون EATON " وواجبات المهنة القانونية" وقد اصبح الاصطلاح شائعا و مألوفا في العشرينيات عندما ابتدع "بيرنز" عبارة مستشار العلاقات العامة .

نجد العلاقات العامة بدأت من القديم مرورا بالمصريين ثم البابليين ثم الرومان الي اليونان وصلا الى العصور الوسطى والى الاسلام وازدهارها في العصور الحديثة.

1-2 التطور: لقد ارتبط تطور العلاقات العامة بعالمين كبيرين اسهم في تطورها وإبرازها بين الفنون والعلوم العامة، وأصبحت بفضلهم تدرس في جميع الجامعات العالمية. نبدأ بالعالم الأمريكي "إيفلي"

هو الرائد الاول للعلاقات العامة الذي ارسى كثيرا من مبادئها خلال رحلته مع المهنة التي بدأت مع مطلع القرن العشرين حتى وفاته عام 1934 ،وقد تمثلت اسهاماته في مجال العلاقات العامة في الاتي:

✚ استخدام تعبير العلاقات العامة في عام 1921 ، في نشرة اصدرها تحمل عنوان العلاقات العامة

✚ .تأكيد على ضرورة ان تعكس العلاقات العامة واقعا سليما، فالقول الجميل لبد ان

يُدعم بالفعل الجميل

✚ . اكد على ضرورة الاهتمام بالجماهير و دراسة آرائها واتجاهاتها

✚ . اكد على اهمية العنصر الانساني او النزعة الانسانية في التعامل مع الناس .

✚ اول من استخدم الاعلان كأداة للإعلام لا للدعاية و الترويج للسلع والمنتجات

✚ . اكد على اهمية الوضوح والصراحة ونصح بضرورة تجنب سياسة الاخفاء

✚ . ارسى مبدأ الاتصال ذو الاتجاهين

¹سمير حسن منصور: منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

²محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق، ص37

من ثم يأتي "ادوارد بيرنيز" الاب الروحي لعلاقات العامة:

ساهم في ارساء قواعد ممارسة مهنة العلاقات العامة وتتمثل اسهاماته في الاتي:

- ✚ اول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة عام 1920
- ✚ اصدر العديد من الكتب التي تعد مراجع هامة للعلاقات العامة ، مثل بلورة الرأي العام والدعاية و العلاقات العامة وهندسة الاقناع وغيرها .
- ✚ اول من قام بتدريس العلاقات العامة،
- ✚ اول من نادى بضرورة اعتبار العلاقات العامة من المواد المهمة في المناهج الحديثة"¹

¹-هاشم حمدي رضا:ادارة العلاقات العامة والبرتوكولات، دار الراية لنشر والتوزيع ،عمان 2010 ص 15و16

المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة

يختلف المختصون حول دراسة العلاقات العامة، لكونها ملمة بجميع المجالات وهذا ما دفع البعض يعتبرها علم قيم بحد ذاته وهناك من يراه فن تخطيطي تعتمد المؤسسة في ادارة شؤون المؤسسات ،لهذا فالفرضية الاصح هي علم وفن في نفس الوقت لهذا تدرس في الجامعات لكون وجودها لازم لا محال ولا يمكن الاستغناء عنها لان هي صوت الجمهور وهي التي تساعد على تحقيق رغباته وأيضا رغبات المنظمة في نفس الوقت.

وهي فن في كيفية التعامل مع الجمهور والحصول على رضاه ومحبته وكسب ثقته وتأييده ويتحقق ذلك عن طريق الاتصال بال جماهير لنقل الحقائق لهم وتفسير هذه الحقائق حتى تلقى تلك المنظمات تأييد الجماهير له¹

1-2 مفهوم العلاقات العامة

لقد تعددت مفاهيم العلاقات العامة لكونها تختلف من منظور باحث الى اخر فنجد من يعرفها علم وآخرون فن وآخرون تخطيط ونشاط اتصالي ولهذا سنحدد مجموعة التعارف للعلاقات العامة المفهوم المعتمد من الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع 2 من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم، التفهم والتأييد والمشاركة.²

يعرفها ادوارد بيرنيز 'Edward Bernays' :

هي التوصل بالمعلومات والإقناع والتكيف لكسب الرأي العام لنشاط أو هدف أو مؤسسة ما³ ،وهي بذلك "عبارة عن نشاط يحتوي على ثلاث شعب ،اولها اعلام الجمهور، ثانيهما اغرائه لتعديل اتجاهه وتصرفاته، ثالثهما بذل الجهود للتوفيق بين اتجاهات و تصرفات مؤسسة او منظمة ما، و جهود المتعاملين معها وربط اتجاهات وتصرفات هؤلاء العملاء بهذه المنظمة او المؤسسة"⁴

التعريف الوارد للجمعية الفرنسية للعلاقات العامة:

هي الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة عالقات ثقة و استمرارها بين أعضائه و بين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تندفع بصورة مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.⁵

اما المفهوم العام للعلاقات العامة حسب المفاهيم السابقة:

¹-محمد صاحب سلطان ،العلاقات العامة ووسائل الاتصال،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان ط1، 2013، ص 38

²-سعاد راغب الخطيب:مدخل إلى العالقات العامة، دار المسيرة، عمان، ط1، ص11.

³-ادوارد بيرنيز وآخرون:العلاقات العامة فن، ترجمة وديع فلسطين وآخرون،دار المعارف، القاهرة،مصر،1968،ص13

⁴-محمود السباعي:ادارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، المجلد 2، 1968، ص539

⁵-محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات إدارة- عولمة - اتخاذ قرار، بيروت ، رأس النبع،ط1

2012م،14،ص

هي عملية مستمرة وجهود مخططة تستهدف تحقيق الفهم المتبادل بين المؤسسة و جماهيرها وتكون دائما مرتبطة بالتغيرات البيئية الخاصة بالمجتمعات والأفراد والمؤسسات، وما تفرزه من وسائل وفلسفات وإيديولوجيات ومعتقدات تنعكس على ممارسة العلاقات العامة ومفاهيمها.

2-2 الخصائص الواجب توفرها في رجل العلاقات العامة:

"الشخصية المستقرة والملتزمة : لابد ان يتصف رجل العلاقات العامة بالشخصية المستقرة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الافراد والجماعة وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عن المؤسسة لدى الجمهور التي تمثل العلاقات العامة

1-النشاط:العلاقات العامة عمل مستمر و حيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل ما يتطلب أن يتصف من يعمل في العلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته

2-حسن المظهر والمنطق والجادبية: من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام وتناسق القوام وحسن الهندام وقادر على التعبير الكلامي بشكل مؤثر وأن يتميز بالشخصية القوية والجادبية.

3-الشخصية المستقرة والملتزمة : لابد ان يتصف رجل العلاقات العامة بالشخصية المستقرة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الافراد والجماعة وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عن المؤسسة لدى الجمهور التي تمثل العلاقات العامة.

4-الشجاعة :لابد أن يكون رجل العلاقات العامة قوي الشخصية متصف بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائه و اقتراحاته بقوة والدفاع عن وجهة نظره أمام الإدارة العليا.

5-الذكاء:لا بد ان يكون رجل العلاقات العامة ذكيا ،نافذ الشخصية و اهلا للثقة فالذكاء عنصر هام في تكوين شخصية رجل العلاقات العامة ،لذا من الواجب ان يكون رجل العلاقات العامة مقبلا على الغير محبا للاندماج معهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم و أساليب التأثير فيهم.

الموضوعية :و هي القدرة على النظر بتجرد عن الذات الى المشكلات المعروضة و التوصيات المطروحة و أسلوب العمل و تجنب التمييز العنصري او الشعبي او الديني او الاجتماعي.

6-الخيال الخصب :العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة و التغلب على الآراء المعارضة في اخضاعها لكسب فئات جديدة من الجماهير كما لا بد ان يتميز بالإبداع و المبادرة.

7-الكياسة :ان المثل الأعلى لرجل العلاقات العامة هو الاتصاف بالكياسة و دقة السلوك فإذا لم تكن الكياسة طبعا فيه فعلى الاقل أن يتطبع بها"¹

¹-عبد الرزاق محمد الديلمي:العلاقات العامة رؤية معاصرة.دار وائل للنشر والتوزيع ،الاردن، 2011.ص125

المبحث الثالث: اسس ومبادئ ووظائف العلاقات العامة:

3-1 بعد النشأة والتطور سنطلق الى اهم اسس ومبادئ العلاقات العامة:

- ✓ "البدا من داخل المؤسسة والعمل على ايجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع العاملين بها والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون في داخل المؤسسة
- ✓ مراعاة الصدق والأمانة في شرح ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور ورضاه حتى تنجح المؤسسة وتدوم طويلا.
- ✓ التمسك بالأسلوب المهني والتمسك بأهداف العدل واتساق القول والعمل واتباع المبادئ والقيم الأخلاقية في كل التحركات .
- ✓ الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوي لأن ذلك يضرب منظرا من التظليل ويحجب الحقيقة و يعرقل وضوح الرؤية
- ✓ المساهمة في رفاهية المجتمع وتقدم أفراد أكثر من مجرد تحقيق أكبر كسب مادي وهذا يعمل على كسب تأييد الجمهور داخل المؤسسة وخارجها.¹

3-2 للعلاقات العامة وظائف كثيرة تتوجب عليها منها:

ان العلاقات العامة مهمتها هي تعزيز صورة المؤسسة وتحقيق رغبات الجمهور وإنشاء الروح المعنوية بين العمال والعملاء. وباختصار سنذكر اهم وظائف هذه الاخيرة:

- 1-**البحث:** و يتمثل في الدراسات الخاصة بقياسات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.²
- 2-**التخطيط:** يقوم جهاز العالقات العامة برسم السياسات العامة للمؤسسة، و رسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة و خططها في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة.³
- 3-**الاتصال:** و يعني القيام بتنفيذ الخطط و الاتصال بالجماهير المستهدفة ، و تحديد الوسائل العالمية المناسبة لكل جمهور ،وعقد المؤتمرات ، وإنتاج الافلام السينمائية والصور والشرائح و الاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية و إقامة الحفلات إعداد المهرجانات و المعارض والمباريات المختلفة و تنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.⁴
- 4-**التنسيق:** و يقصد به الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج بهدف تزويدهم بالأخبار والبيانات والمعلومات و خاصة ما يؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها⁵.
- 5-**التقويم:** إذ البد من متابعة الخطة للتأكد من سير التنفيذ و تصحيح الانحرافات المكتشفة، و القيام بالتعديلات اللازمة¹.

¹-غريب عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية 2006، ص37.

²-أسامة كامل: محمد الصيرفي: إدارة العالقات العامة، (د،د)، (د،ب)، (د،س)، ص 11

³-مصطفى يوسف كوفي: العلاقات العامة، عمان، دار الحامد، 2015م، ط1، ص2

⁴-المرجع نفسه، ص38

⁵-مهدي حسن زوليف: العلاقات العامة نظريات وأساليب، عمان، مكتبة المجتمع العربي، 2014م، ط1 ص1

المبحث الرابع: أهمية واهداف العلاقات العامة

1-4 للعلاقات العامة اهمية كبيرة سنراها الان:

- ✓ "إن حاجة المجتمع تعد من الأسباب الهامة التي أنشئت من أجله المؤسسات والهيئات والمنظمات وغيرها وإن استمرار وجودها مرهون في المقام الأول بقدرتها على تحقيق أهدافها ومن ثم إرضاء ميول الجماهير ولا يتم ذلك إلا من قبل العلاقات العامة والتي تعمل على شرح أهداف المؤسسة وفلسفتها وتوضيح خدماتها وفي ذات الوقت اكتشاف رغبات ومقترحات هذه الجماهير للعرض على إدارة المؤسسة.
- ✓ متابعة مجريات وعوامل التغيير والتقدم من خلال تهيئة الرأي العام لتقبل الأفكار والآراء التحديثية ومن ثم فإن الهيئة أو المنظمة تجد من يساندها ويدعمها ويعمل على حثها الدائم لتحقيق التغيير والابتعاد عن النمطية."²
- ✓ تحقق الصورة الذهنية للفرد اكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة
- ✓ تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً.
- ✓ تساهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وآرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية للصورة الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام
- ✓ تحقيق الاتصال ذي الاتجاهين مع جماهير عديدة"³

2-4 اهداف العلاقات العامة:

نتطرق في هذا المطلب الى اهم اهداف العلاقات العامة:

- "تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور
- . تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها واستجابة لها
- . العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الادارة في اتخاذ القرارات .
- توسع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها إلى جمهور أوسع
- الرد على الإشاعات و الأكاذيب و الحملات الدعائية التي قد تقوم بها بعض أجهزة العالم الخارجية أو بعض الجماعات المغرضة الداخلية"⁴
- "إحداث نوع من الاتصال ذو الاتجاهين بين المنظمة وعملاءها بما يمكن الأولى من إعلام العملاء بسياساتها و يمكن العملاء من ايصال رغباتهم وطلباتهم إلى الإدارة العليا"⁵
- "ويقوم جهاز العلاقات العامة بالتعريف بأهداف المنظمة و بنشاطها تعريفاً صحيحاً عن طريق تقديم المعلومات الصحيحة ثم العمل على تكييف الاتجاهات المنظمة و أعمالها مع مختلف الجماعات ،وتحاول كسب التأييد لهذه الأهداف أو لهذا النشاط بمختلف طرق الإقناع وذلك بدراسة

¹-عبد المحي محمود صالح، جلال الدين عبد الخالق، العلاقات العامة و العالم في الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية 2004م، ص4.

²-سمير حسن منصور: مرجع سابق، ص: 50-52.

³-هاشم حمدي رضا: مرجع سابق، 19

⁴-صالح ابو اصبح وتيسير ابو عرجة: الاتصالات والعلاقات العامة، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، الأردن، 2011، ط1 ص 183

⁵-محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر، الإسكندرية، 2009م، ص1

الجماهير المعنية بالأمر وتعديل الأهداف في ظل دراسات سابقة و كذا تقرير الاستراتيجيات
السليمة و ترتيب الموضوعات والرموز و النداءات.¹

¹ - منال طلعت محمد، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث، 2002م، ص11

المبحث الخامس: أخلاقيات العمل في العلاقات العامة.

ومن هنا ننطلق الى اخلاقيات العمل في العلاقات العامة: تعرف العلاقات العامة بنزاهة عملها وسيادة الاخلاق فيها لكونها تهتم بالجمهور ورغباته لكن هناك من يتسللون ويغششون لهذا وجب تحديد قواعد.

لهذا لقد وضعت "جمعية العلاقات العامة الأمريكية" عدة مبادئ وأسس منها:

- نتعهد بألا تتعارض اهدافنا مع رفاهية المجتمع ومصالح عملائنا
- أن نرعى في اعمالنا الدقة والصدق والذوق السليم
- أن نحتفظ بأسرار عملائنا السابقين والحاليين
- أن لا نقبل أي عميل منافس مباشر أو غير مباشر لعميل حالي إلا إذا وافق الطرفان.
- أن نتعاون مع زملائنا في المهنة على إحباط كل ما يسيء إليه
- أن يتعهد كل عضو بالانشغال ف باب مهنة تعود إلى فساد وسلامة الاتصال الجماهيري والقوانين .
- على العضو أن لا يقوم بنشر معلومات كاذبة ومضللة .
- على العضو ألا يقدم خدمات لأسباب أو لأغراض غير مكشوفة أو يعطي أسباب غير واقعية¹

¹-العماري عباس رشدي، إدارة الازمات في عالم متغير، مركز الاهرام للترجمة والنشر القاهرة 1993، ط1 ص23

خلاصة المبحث:

نستنتج في خلاصة هذا المبحث ان العلاقات العامة علم وفن واسع بحد ذاته لا تستطيع أي منظمة الاستغناء عنها لأنها القلب النابض لأي ادارة او مؤسسة فقرة امريكا الحالية تمثل قوة خبرائها ودارسين العلاقات العامة، فقد استنتجنا في هذا المبحث ان التطورات التي حدثت للعلاقات العامة هي التي غيرت في اهميتها وأعطتها سمة معاصرة فكثرة المميزات التي تمتلكها ما جعلها تدرس في مختلف الجامعات فهي جزء من كل العلوم سواء علوم انسانية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية، طبيعية . اذا اردت ان تملك دولة او مؤسسة قوية املك خبراء علاقات عامة متميزين .

الفصل الثاني: مدخل الى الأزمة

تمهيد:

مجرد سماعنا لكلمة الازمة تثير في نفسنا الرعب والتساؤل لها فهي ليست محبوبة من طرف النفس، وهذا ما يجعلها محل اهتمام الخبراء لأنها اصبحت شيء متوقع نظرا لاضطراب الاقتصادي والاجتماعي والسياسي...اخ لهذا وجب على الادارات الاستعداد لها باستعمال كل مجالاتها وإمكانيتها لردعها. فالأزمة بصفة عامة هي حدث مفاجئ يكون مقترنا بتهديد خطر او غير متوقع تكون نتائجها في اغلب الاحيان مؤثرة لأنها في اغلب الاوقات تحتوي على احداث سريعة ونتائج تهدد القيم والأهداف وسنحاول في هذا الفصل تقديم صورة دقيقة حول الأزمة من حيث نشأتها وتطورها، انواعها، عوامل نشوؤها، مميزاتها، اثارها وخصائص قائدها.

المبحث الأول: نشاء ومراحل تطور الازمة

1-1 نشاء الأزمة: في الحقيقة الازمة كلمة مشاعة في جميع المجالات "لكنه هناك من يقول ان اصولها ترجع الى الطب الاغريقي القديم، حيث كانت تستخدم للدلالة على وجود نقطة تحول هامة، او لحظة مصيرية في تطور المرض، لكن هذا شهد تطور في القرن السابع عشر حيث شاع استخدام المصطلح في المعاجم الطبية، و تم اقتباسه في القرن الثامن عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسة (حيث تحول من المصطلح الطبي الى التداول و الطرح السياسي)¹ ومنه استخدم "كارل ماركس" مصطلح الازمة للتعبير عن فشل الافراد في الانتاج وتفاقم كل من هذه الازمات عن سابقته" ولا يمكن ان ننسى الازمة العالمية بسبب الكساد العظيم الذي اصاب المجتمع الانساني كله وبشلال وخراب اقتصادي، ما نتج عنه من دمار اقتصادي تبعته صراعات سياسية و دولية، كانت بؤادر ومقدمات الحرب لحرب عالمية طاحنة، وانتهت بكارثة ذرية في "هيروشيما و ازباكستان" فعدم تهئى المؤسسات والمنظمات لتلك ازمة ما ادى الى حرب نووية. "ففي القرن الواحد والعشرين وبالضبط في منتصفه ومع حدوث انهيار في قيم المجتمع و التفسخ المجتمعي خاصة المجتمعات الصناعية، بعد الحرب العالمية الثانية دخل المصطلح حيز الاستخدام حيث استخدمه علماء النفس للتعبير عن ازمة الهوية ومع مطلع السبعينات وارتفاع الانماط الاستهلاكية و الزيادة السكانية في دول العلم الثالث وما نجم عنه من ازمات و كوارث إنسانية خاصة في افريقيا استعار الديمغرافيين استخدام مصطلح ازمة الانفجار السكاني."² و في الثمانينات استخدم مصطلح ازمة من طرف علماء الاجتماع و ذلك للوصول الى الوصف الدقيق و التفصيلي للازمات الاجتماعية التي تهدد المجتمع بصفة عامة

1-2 مراحل تطور الأزمة: لقد تعددت مراحل الأزمة:

اولا: مرحلة الأزمة : في هذه المرحلة تبدأ الازمة في الظهور لأول مرة على شكل مبهم او احساس غامض بوجود ما يلوح في الافق و هذا الاحساس ينذر بخطر غير محدد المعالم او المدى الذي سيصل اليه وذلك لا شك راجع الى عدم توافر بيانات و معلومات عن الازمة و اتساع نطاق المجهول الذي يسير فيه الفرد . فإذا كان متخذ القرار لديه الخبرة و القدرة على استيعاب هذه المرحلة من مراحل الازمة استطاع ان يقضي عليها في مهدها و إلا تتقدمة الازمة الى مرحلتها الثانية، و يمكن القضاء على الازمة في مولدها بتجميدها و القضاء عليها دون تحقيق اية خسائر او صدام بين اطراف مختلفة وكذلك بايجاد محور اهتمام جديد يغطي على الاهتمام بالأزمة ويحولها الى شيء ثانوي لا قيمة له و كذلك يمكن القضاء عليها بامتصاص قوة الدفع المحركة لها و تشتيت جهودها.³

ثانيا: مرحلة انفجار الازمة: وهي المرحلة التي يتسبب فيها حدث التصرف في انفجار الازمة و ينتج عن هذا الانفجار أضرار تبدأ في تعاضم تاركة عواقب مالية وبشرية وخيمة على المؤسسة، وفي هذه المرحلة تصل الأزمة إلى أقصى قوتها و عنفها و يصبح السيطرة عليها مستحيل وال مفر من الصدام العنيف معها

1-يوسف احمد ابو فارة:ادارة الازمات، المدخل، المفاهيم، العمليات، دار اثراء للنشر والتوزيع،الأردن،2009، ط1،ص24،25

2-المرجع نفسه .

3بلال خلف السكارنه :إدارة الازمات ،الأردن ،دار المسيرة، 2012م.ص20.

وقد تكون الأزمة هنا بالغة العنف وشدّة والقوة، وفي حالات كثيرة، تكون هذه المرحلة بمثابة نقطة ال عودة حيث ال يمكن في هذه المرحلة استعادة الأرض التي فقدت¹. وتميزت هذه المرحلة بالانهيار السريع وعدم الثبات.

ثالثا: مرحلة الانحسار و التقلص : تبدأ الأزمة بالانحسار و التقلص نتيجة للصدام العنيف الذي تم اتخاذه و الذي يفقدها جزءا هاما من قوتها، على أن هناك بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع أخرى عندما يفشل الصدام في تحقيق أهدافه و تصبح الأزمات في هذه الحالة كأمواج البحر موجة تندفع وراء موجة

رابعا: مرحلة الاختفاء : وهي المرحلة التي تصل فيها الأزمة إلى نهايتها بعد الحصول على حلول نهائية لها وبعدها ومن ثم ينحصر اهتمام المؤسسة و الجمهور العام بها، وفي هذه المرحلة يقع على عاتق اتصالات العالقات العامة دور التأكيد من تخفيف الأضرار التي لحقت بسمعة المؤسسة، والسعي لإعادتها كم كانت عليه من قبل الأزمة، وتقع أعباء هذه المرحلة في الأساس على عاتق العالقات العامة أيضا و التي تتبع كافة الوسائل لتحسين صورة المنظمة و إعادة الثقة فيها.²

¹قدرى على عبد المجيد: اتصالات الأزمة و إدارة الأزمات، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة ، 2012م، ص 112
²محمد عبد الوهاب حسن عشاوى: دور الصحف في إدارة الأزمات، الإسكندرية، منشأة المعارف، 2002م، ص 11

المبحث الثاني: ماهية الأزمة

1-2 مفهوم الأزمة:

تعرف الأزمة انها صفة مفاجئة تحدث في اوقات غير متوقعة اثار كثيرة ان لم ينتهيا لها بصفة حذرة فند تعاريف كثيرة للأزمة لكن نحن سنقدم البعض منها والمهمة

لقد عرفها "فيليب" بأنها حالة طارئة أو حدث مفاجئ يؤدي إلى الإخلال في النظام المتبع في المنظمة مما يضعف المركز التنافسي لها و يتطلب منها تحركا سريعا و اهتماما فوريا و بذلك يمكن تصنيف أي حدث بأنه أزمة اعتمادا على درجة الخلل الذي يتركه هذا الحدث في سير العمل الاعتيادي للمنظمة.¹

1-عرفتها دائرة المعارف العلوم الاجتماعية: بأنها حدوث خلل خطير ومفاجئ في العالقات بين شيئين²

2-وُتعرف الأزمة من المنظور الاقتصادي بأنها وضع اقتصادي عارض يؤثر على تحقيق الأهداف القومية ينشأ من وضع اقتصادي عالمي أو إقليمي أو داخلي، ويحتاج إلى بذل كافة الجهود لاجتيازه.³

2-2 انواع الأزمات:

بعد تطرقنا لمفهوم الأزمة سنقوم بعدها بتحديد الأنواع باختصار وهي كالآتي:

لقد اشار "الخضيري" في كتابه ان الازمة تنقسم بمراحل وتصنيفات ونحن نذكر التصنيفات المشار اليه فقط

اولا: تصنيفها من حيث عدد تكرار حدوثها: أزمات ذات طابع دوري متكرر او أزمات ذات طابع فجائي عشوائي غير متكرر

ثانيا: تصنيفها من حيث عمق الأزمة: ازمات سطحية غير عميقة, هامشية التأثير و أزمات عميقة متغلغلة جوهرية.

ثالثا: تصنيف الازمات من حيث شدتها: أزمات عنيفة جامحة يصعب مواجهتها و أزمات خفيفة هادئة يسهل مواجهته.

رابعا: تصنيفها من حيث الشمول والتأثير: أزمات عامة شاملة لجميع أجزاء الكيان الإداري الذي حدثت به الأزمة

خامسا: تصنيفها من حيث موضوع أو محور الأزمة: * أزمات مادية: وهي أزمات ذات طابع اقتصادي، ومادي، وكمي، وقابلة للقياس.* أزمات معنوية: وهي أزمات ذات طابع نفسي، وشخصي⁴

¹-إياد نصر: سيكولوجية إدارة الأزمات، ط1، د، ب، دار الخليج، 2012م، ص9.

²-محمد عبد الوهاب حسن عشاوي، نفس المرجع السابق.

³- ألباز عفاف: دور القيادة الإبداعية في إدارة الأزمات، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد، 11، 2002 ص24،

⁴-الخضيري محسن: إدارة الأزمات: علم امتلاك القوة في اشد لحظات الضعف، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003 ص20.

2-3 مميزات الأزمة : تتسم الأزمات بعدة مميزات منها:

- ❖ "الأزمة قد تكون حدثا مفاجئا، وقد يكون حدثا متوقعا"¹.
- ❖ "تثير الشك وتسبب الضغط النفسي العالي بسبب الحاجة إلى اتخاذ القرار الصائب في مدة زمنية قصيرة.
- ❖ تتميز الأزمة باتساع نطاق تأثيرها و صعوبة التنبؤ بتطوراتها و السيطرة الكاملة على أحداثها.
- ❖ تتضمن مسؤولية قانونية"²
- ❖ "محدودية المدة الزمنية للأزمة فالأزمة لا تمتد لمدة زمنية طويلة وإذا امتدت فإنها لا تصبح أزمة، اما المدة الزمنية فإنها من الامور المختلف عليها بين الباحثين، فهناك من يرى ان هذه المدة لا تتجاوز ثماني ساعات و هناك من يرى ان المدة الزمنية للأزمة هي ثلاثة ايام وهناك من يرى ان هذه المدة قد تصل الى اسبوع او أسابيع ويعتمد طول هذه المدة وفقا لآراء الباحثين على حجم المنظمة وطبيعة عملها"³.

المبحث الثالث: عوامل نشوء الأزمة والآثار المترتبة عليها وخصائص قائدها:

3-1 عوامل نشوء الأزمة فالأزمة ليست بديهية بل هناك عوامل (اسباب) تدفعها الى الوجود وهي:

اولا: عوامل متعلقة بالبيئة الداخلية: وهي

1. "خصائص الأفراد والمديرين: حيث إن خصائص الأفراد لها دور كبير في نشوء الأزمات، فبعضهم لا يتمتع بالمقدرة على التعامل مع المشكلات البسيطة
2. ضعف الإمكانيات المادية والتكنولوجية والبشرية
3. التهوين من الأزمات وعدم أخذها بعين الاعتبار
4. التسرع في اتخاذ القرارات، وبالتالي تكون قرارات غير سليمة وغير دقيقة.

ثانيا: عوامل متعلقة بالبيئة الخارجية:

1. المنافسين: كقيام المنافسين بتوفير خدمات أفضل يؤدي إلى جذب المستفيدين إليهم.
2. الضغوطات الحكومية والنقابية
3. الكوارث الطبيعية"⁴
4. "الإشاعات : وهي من أهم مصادر الأزمات ،بل إن كثيرا من الأزمات غالبا ما تكون مصدرها الوحيد إشاعة أطلقت بشكل معين ،ويتم تسخير الإشاعة باستخدام مجموعة حقائق صادق قد حدثت فعال و ملموسة من جانب قطاع كبير من الأفراد ، وبالتالي فإن إحاطتها بهالة من البيانات و المعلومات الكاذبة والمظلمة وإعلانها في توقيت و إطار و بيئة معينة."⁵

¹ -محمد الجمال،خيرت معوض عياد،ادارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي،ط1، ص334

² -عليوه السيد:إدارة الوقت والأزمات والإدارة بالأزمات، دار الأمين، القاهرة،2003،ص81-82

⁴ -الحملاني محمد رشاد: ادارة الأزمات تجارب محلية وعالمية- مكتبة عين شمس، القاهرة،1992،ط1، ص 12

⁴ -الصيرفي محمد: إدارة الأزمات،مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية،2008،ص23

⁵

2-3 الآثار المترتبة على الأزمة: ان للأزمة اثار كثيرة سنقوم بتحديدنا منها الايجابية ومنها السلبية.

- ❖ ان الضغوط التي تصاحب الازمات تدفع الادارة الى البحث على حلول لمواجهة هذه الازمات ويشكل البعض منها مبادرات يمكن البناء عليها لوضع سياسات جديدة للخروج من الازمات.
- ❖ ان الازمات تمثل تحديان للسلوك الاعتيادي واذا نجحت الادارة في مواجهة الازمة فان هذا يساعد على الابداع لديها، لابتكارها اساليب وعادات وسلوكيات جديدة غير مالوفة لمواجهة الازمة¹
- ❖ الآثار السلبية للأزمة-تهديد وإعاقة المؤسسة عن تحقيق اهدافها.
- ❖ احداث الخسائر المادية والبشرية.
- ❖ الآثار الايجابية للأزمة وتتم في: احداث تغييرات متلائمة التي قد تكون متاحة في الأوقات العادية في ظروف عمل المؤسسة
- ❖ اظهار جوانب قصور والضعف الكامنة فسلادارة المؤسسة من اجل تلافها

3-3 خصائص قائد فريق الأزمة: اكيد يتوجب على مدراء الشركات اختيار قائد متميز ملم بالشروط التالية من اجل الخروج من الأزمة بسلام. وحيث يعتبر القائد هو محور الاتصالات فهو الذي يتخذ القرارات ويجري الاستشارات فحسن اختياره يعتبر نجاح بالتأكيد:

- "الشجاعة الكاملة غير المنقوصة التي تدفع به الى اقتحام المخاطر بجسارة واقدام، فيجب ان يكون لديه القدرة على معالجة مخاطر الازمة وفق تصاعدها، فلا يكون متهورا منفعلًا فيتسبب بالمزيد من الأزمات ويزيد من حده وخطورة الازمة المتصاعدة"²
- القدرة على تنمية العلاقات الإدارية وتطويرها مع أعضاء فريقه، بحيث يجعل هذا الفريق متجانسا قادرا على اقتحام المخاطر ومواجهة قوى الازمة بنشاط وفاعلية
- "القدرة على التوقع والتخيل بمسار أحداث الأزمة واتجاه حركة قوى الفعل الأموي"³
- القدرة على اتخاذ القرار في الوقت المناسب وعدم تضييع فرص مناسبة في التعامل مع الازمة.
- ان يكون مؤهلا ومدربا على اصول القيادة ومتطلباتها.
- "تحمل المسؤولية الكاملة وارتفاع الروح المعنوية ونكران الذات"⁴

¹ - عسبتي عزيز: إدارة الأزمات في منظمات القطاع الصناعي الأردني: دراسة ميدانية من منظور المديرين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن، 2002

² - ماجد عبد الهادي المساعدة: إدارة الأزمات المدخل الى العمليات. دار الثقافة للنشر والتوزيع. عمان، ص 112، 111

³ - جيف جراوت: ليز فيشر، كل ما تحتاج معرفته عن القيادة، ترجمة: محمد صفوت حسن، القاهرة: دار الفجر الجديد للنشر والتوزيع 2103م، ص 215.

⁴ - رجب عبد الحميد: إستراتيجية التعامل مع الأزمات والكوارث، دار أبو الجلد للطباعة، 2008 م، ص 07

خلاصة الفصل:

نستنتج في الأخير ان الازمة وضعية صعبة ومعقدة تحتاج الى كثير من التميز والجهود من اجل التهيؤ لها والتحذير من مخاطرها التي تستطيع ان تدمر قارة بأكملها وهي تؤثر على كل المجالات منها الاجتماعية، الاقتصادي السياسية .. الخ ولكن احيانا تبتعد عن الجانب السلبي وتأتي بجوانب ايجابية تستطيع من خلال المؤسسات في تنمية قوتها وأيضا بدون نسيان قائد الازمة الذي يعتبر الأساس في الخروج من هذه الكارثة وحاولنا في هذا الفصل تقديم المجالات التي لها علاقة بالأزمة.

الفصل الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة ودورها لإدارة الأزمات

تمهيد:

بعد انتهائنا من العلاقات العامة والأزمة سنحاول في هذا الفصل الربط بين كلاهما في مجال ادارة الأزمات ودراستها، وكيفية تعامل المؤسسات مع هذه الازمات التي تعتبر خطر على كل المؤسسات في شتى المجالات، فنحن سنتحدث في هذا الفصل على استراتيجيات العلاقات العامة في ادارة الازمات والعوامل التي تساعد في نجاحها، واهم الاساليب الواجب تخطيطها من اجل التخلص من الازمة وكل هذا يتمثل في اخيار خبير علاقات عامة ممتاز من اخل التسيير.

المبحث الأول: مراحل العلاقات لإدارة الأزمة

سنطلق اول شيء في مراحل ادارة الازمة اعتماد على العلاقات العامة

1-1 العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة: تتمثل هذه المرحلة في الخطوات التي يجب ان نتعامل قبل الأزمة وهي:

اولا: تحديد فريق الأزمة: وهو مجموعة من الادارة المسؤولة عن الاتصالات بال جماهير الداخلية والخارجية، لهذا يعد فريق الأزمة الأهم من اجل الترتيب وينقسم الى فريقين:

- "الفريق الأساسي: ويضم قائد الفريق، المتحدثون الرسميون، مراقب المعلومات، منسق وسائل الإعلام مسؤول تنفيذي، وفي بعض الأزمات الدولية، قد تحتاج المنظمة غلى الاستعانة بشركة متخصصة في العلاقات العامة.
- الفريق المعاون: ممثل الشؤون القانونية، ممثل الأمن، ومستشار نفسي واجتماعي للتعامل مع الضحايا".¹

ثانيا: الاجراءات والتدابير في مرحلة ما قبل الأزمة: 1- رصيد بيئة عمل المنظمة: يستهدف هذا الاجراء الى دراسة تاريخ المنظمة في شتى المجالات وموقعها، طبيعة نشاط المنظمة وخلفيتها التاريخية ونوعية الخدمات والمنتجات التي تقدمها، مراجعة النشرات والتقارير التي تصدر عن المنظمة، والعمل على دعمها بالمعلومات الموثوقة، مراجعة النشرات والتقارير التي تصدر عن المنظمة، دراسة جوانب دعم العلاقات مع الحلفاء، وايضا دراسة علاقات المنظمة مع وسائل الاعلام

ثالثا: "تحديد الجماهير المستهدفة: وتعد الاساس في هذه المرحلة وهي كالتالي: الجمهور الذي تؤثر فيه الأزمة الذي يؤثر في المنظمة و المتورط في الأزمة.

رابعا: بناء الرسائل الاتصالية واختيار طرق الاتصال: تعتمد صياغة الرسائل الاتصالية على طبيعة الأزمة والمرحلة التي تمر بها والجمهور المستهدف ومن المهم التفكير في صياغة هذه الرسائل وذلك لأنها تعتمد بالدرجة الأولى على خلفية المنظمة واستراتيجيات عديدة"².

2-1 العلاقات العامة في مرحلة الأزمة: سننتقل الى كيفية تعامل العلاقات العامة مع مرحلة الأزمة:

1-وسائل الإعلام أثناء الأزمة: ان شيوع المنظمة يؤدي الى الحاح وسائل الاعلام للحصول على المعلومات حول تلك المنظمة خاصة في مرحلة الأزمة، وتواجه تلك المنظمات مشكلة الرغبة في تلبية حاجة وسائل الإعلام في تزويدها بسرعة بالمعلومات، والحذر من تقديم معلومات مغلوبة أو غير متكاملة، وتؤكد احد الدراسات الحديثة التي أجريت على عينة من المؤسسات الكبرى في الولايات المتحدة أن وسائل الإعلام تحول المشاكل الإدارية داخل المؤسسة إلى ازمات عندما تتحول إلى حدث إعلامي نتيجة انتشارها على مستوى عامة الناس وهو ما

¹ -Bland, M: **communicating Out of a crisis**, London, Macmillan. Press. 1998.p36.

² -Bland, M: pp 37-3

يعرف "بالكشف العام"، وهذا ما يؤثر فعلا على الصورة الذهنية للمنظمات، ولهذا يجب الحذر من الاعلام.

2-معايير عمل العلاقات العامة أثناء الأزمات: سرعة الاستجابة للحدث، الانفتاح، اظهار الاهتمام، التعاون، المسؤولية، تجنب الحساسية¹

3- إجراءات العلاقات العامة في مرحلة الأزمة تتمثل هذه التدابير للجمهور ان المنظمة لم تستسلم للأزمة وحاول تحسين الصورة الذهنية امامهم :

I. إصدار البيان: "يجب ان تقدم تلك المنظمة معلومات في ظرف دقائق قليلة منها: تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات المرتبطة بالحدث، إظهار تعاطف إنساني، وذلك باستخدام عبارات مثل " نحن نهتم "، " نحن قلقون مما حدث "و" نحن نعتني " "نحن نتعاطف"، "نحن نأسف"، "نحن نندم" ... الخ².

II. اجتماع فريق الأزمة

III. عقد المقابلات الإعلامية: المقابلات الحية، المسجلة، الجماعية، في موقع الحدث، في المؤتمرات الصحفية

1- 3 العلاقات العامة مرحلة ما بعد الأزمة. تتمثل هذه المرحلة في دراسة الأزمة بعد حدوثها لتفاديها مرة اخرى:

أنشطة العلاقات العامة بعد الأزمة: "بيئة عمل المنظمة: يتوقف على فريق العلاقات العامة في هذه المرحلة النظر في إعادة هياكل التنظيم و الإدارة بالمنظمة اعادة تحليل صلات المنظمة مع مكوناتها المختلفة، والعمل على استكشاف مصادر التهديد و استخدام نظام الاتصال الشبكي فيما بين مكونات المنظمة كبديل عن الاتصال الهابط.1- دعم العلاقات بجماهير المنظمة. 2- دعم العلاقات مع وسائل الاعلام. 3- دورها في خدمة المجتمع والجماهير. 4- مواجهة جماعات الضغط³.

¹-Danielle Maisonneuve et Al: **communiquer en temps de crise**, quèlèc, presses de l'université,1999, p227

²-Ibid. p231.

³-Dyer, s :getting, **people-into the crisis communication plan**, pulic relation quarterly, n°40. London, 1995. P117.

المبحث الثاني: ماهية ادارة الأزمة

1-2 مفهوم ادارة الأزمة: تعتبر ادارة الازمة من المصطلحات الأكثر تداولاً نظر لامتيازها وخصوصية نجاحها خاصة عن المؤسسات ولهذا سنقدم باختصار بعض التعريفات.

"علم ادارة الازمات هو احد العلوم الانسانية الحديثة وهو علم ادارة توازنات القوى ،ورصد حركاتها واتجاهاتها، وهو ايضا علم المستقبل، وعلم التكيف مع المتغيرات، وعلم تحريك الثوابت وقوى الفعل في المجالات الانسانية، وكما هي ايضا علم وفن، بمعنى له قواعد ومناهج وممارستها اصبحت تعتمد على المهارات وليس على الابداع".¹

لقد عرف "برهان غليون" إدارة الأزمة بأنها "فحص الاستراتيجيات المختلفة التي كانت متواجدة في الأزمة وبعدها، والاستراتيجيات تنطوي على تعيين الأطراف الأساسية المتصارعة، كما تعني تحديد الأهداف الخاصة بكل طرف وإعداد الإدارة المناسبة لتحقيق هذه الأهداف".²

عبارة عن محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات والقواعد و الأسس المبتكرة التي تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة، وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها، وذلك بهدف السيطرة على الأزمة و التحكم فيها، وتوجيهها وفقاً لمصلحة المنظمة و الدولة.³

2-2 انواع استراتيجيات العلاقات العامة في ادارت الازمات : تعتبر الاستراتيجيات التي يستخدمونها خبراء العلاقات العامة من لمواجهة الأزمات وهي كالاتي:

✚ **استراتيجية العنف في التعامل مع الأزمة:** وتستخدم في التعامل مع الأزمات التي لا تتوفر حولها المعلومات الكافية وأيضاً في حالة انتشار الأزمة في عدة اتجاهات وتستخدم هذه الاستراتيجية تكتيكيين، الأول (هو التدمير الداخلي للأزمة بتحطيم المقومات والعناصر التي أشعلت الأزمة أو خلق صراع داخلي بين القوى الصانعة لها)، والثاني (وهو التدمير الخارجي للأزمة عن طريق حصار العناصر المسببة للأزمة من الخارج).⁴ ولقد حدد "فان وولر" هاتين الاستراتيجيات

✚ **"استراتيجية الاعلام:** ويكون الاتصال في هذه الاستراتيجية وفقاً لاتجاه واحد، حيث يتم في هذه الاستراتيجية تقديم المعلومات الى الجماهير الأساسية او المتضررة وذلك لمساعدتهم في تكوين رأي عام سليم.

✚ **استراتيجية الاقناع:** وهي ايضا تمثل اتصال في اتجاه وتسعى المنظمة في اقناع الأفراد من خلال رهن الاتصال السائر في اتجاه واحد بمعطيات ومتغيرات مادية وتاريخية لإبعاد الشكوك حول امكانية الوقوع في ازمة معينة.

✚ **استراتيجية بناء الاجماع:** تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد والاتصال في اتجاهين وفي هذه المرحلة يعبر رولر عن الجمهور بأنه مشعباً بالرسائل الاتصالية للمنظمات ومنه تسعى الى قياس ردود فعله وهنا يؤكدوا ممارسو العلاقات العامة انهم استطاعوا تغيير رد فعل الجمهور ازاء الازمة .

¹-اديب خصور:الاعلام والأزمات،نفس المصدر،ص9

²-إسماعيل عبد الفتاح، إدارة الصراعات والأزمات الدولية، ط01، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2001م، ص21.

³-عادل صادق محمد، الصحافة وإدارة الأزمات، ط2، القاهرة، دار الفجر، 2007م، ص93.

⁴-صادق محمد عادل، الصحافة وإدارة الأزمات، ط01، القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م

استراتيجية الحوار: تتطلب هذه الاستراتيجية مستوى عال من العلاقة بين المنظمة وجمهورها، وهذا يعود الى خبرة وشفارة فريق العلاقات العامة في المهمات المرتبطة به في الاستراتيجيات السابقة، الى ان المؤسسة تصل الى درجة استشارة جمهوره في الخطوات الاخيرة مرحلة الأزمة"¹

¹مراد كموش:العلاقات العامة وإدارة الأزمة.دراسة تجرية الخطوط الجوية الجزائرية كنموذج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال،جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والاعلام، 200_2008 ص131

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على العلاقات العامة لإدارة الازمات وعملية التخطيط كمطلب اساسي لمعالجة الازمات:

3-1 العوامل المؤثرة على العلاقات العامة لإدارة الازمات:

1- "ثقافة المنظمة الاتصالية في الازمات، والتي تحدد مدى استهداف المنظمة للازمات، ومدى اهتمامها ببرامج التخطيط لها.

2- الوضع التنظيمي للعلاقات العامة بالمؤسسة، حيث ان اجهزة العلاقات العامة تتأثر بما يحدث داخل المنظمة والإدارات المختلفة بها، وما يصدر عنها من قرارات ومسؤوليات.

3- تنوع وتعدد الازمات التي قد تواجه المؤسسات، واختلافها في مستوى شدتها وسبب حدوثها وبالتالي اختلاف طرق الاستجابة لها.

5-- مركزية الادارة والتخطيط واتخاذ القرارات، والتي تعتبر الادارة العليا هي المسؤولة عن كل النواحي الادارية والاتصالية في حالة الأزمات زمن ثم لا يحق للعلاقات العامة التصرف واتخاذ اي اجراءات في ادارة الازمة وقت حدوثها الا بتصريح من الادارة العليا، وهذا يتوقف على نواحي التنسيق والتخطيط والاستعداد قبل موقف الازمة".¹

3-2 التخطيط كمطلب اساسي لمعالجة الازمات في العلاقات العامة: يعتبر التخطيط عملية مهمة جدا في تسيير الازمات يستخدمها خبراء العلاقات العامة لانه الخطة الاساسية والمنقذ الوحيد لأدارت الازمات

2-1 مفهومه: التخطيط للعلاقات العامة بصورة عامة هو عملية ذهنية وقدرات فكرية تستند على الخبرات العملية والعملية وتتعامل مع الحقائق بهدف التنبؤ بالاحتياجات والطلبات وحجم العمليات لفترات زمنية قد تكون طويلة أو قصيرة المدى.²

2-2 مراحل عملية التخطيط للعلاقات العامة لإدارة الازمات:

✚ تحليل المشكلات المحتملة: " عند محاولة وضع خطة لإدارة الأزمة و إعداد الفريق المدرب فإنه من الضروري الأخذ في الاعتبار تقدير المشاكل المشابهة و المحتملة وهو ضروري وهام الإقناع الإدارة بأن هذه التقديرات ضرورية وعقلانية.

✚ إعداد الخطة

✚ اختيار الفريق

✚ تسهيلات الاتصال ينبغي الحذر في التعامل مع المتطلبات العديدا و الظروف الصعبة لعملية الاتصال أثناء الأزمة.

✚ التدريب: إن الفريق الذي يتم اختياره سوف يحتاج لتدريب لكي يتم التأكد من حسن إعداده و بشكل جيد لمواجهة متطلبات الازمة"¹

¹-العماري عباس رشدي: ادارة الازمات في عالم متغيرو مركز الازمات للنشر، القاهرة، ط1، 1993، ص 22
²-محمد فريد الصحن:العلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية. 1985.

3-2 أهمية التخطيط لأنشطة العلاقات العامة.

"تنفيذ برامج متكاملة توجه من خلالها كل الجمهور المتاحة لإنجاز أهداف محددة. -كسب تأييد الإدارة لهذه الأنشطة وزيادة مساهمتها فيها. -حسن اختيار الموضوع والأوقات الملائمة، بالإضافة إلى اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ"²

3-3 شروط التخطيط الجيد للعلاقات العامة: اكد التخطيط في العلاقات العامة يتم بشروط وهي كالآتي:
حيث تضع "سالتى إيفرستون" سبعة قواعد لنجاح التخطيط في العلاقات العامة:

- 1-- أن يستهدف بالدرجة الأولى تقديم المؤسسة ونشاطها وسياستها للجماهير
- 2- أن يقسم الخطة إلى مراحل ترتب حسب أهميتها ويحدد الوقت اللازم لكل مرحلة
- 3- أن يكون معلوما من البداية فئات الجمهور التي سنتوجه إليهم الخطة
- 4- أن يعتمد على الاتصال المباشر بالجماهير
- 6-ن يتم التخطيط في حدود الموارد المالية التي تسمح بها إدارة المؤسسة على أن يكون هناك تصميم دائم من جانب إدارة العلاقات العامة لتدبير تلك الاعتمادات. " ³

¹ قدرى على عبد المجيد: اتصالات الأزمات و إدارة الأزمات، الإسكندرية ، دار الجامعة فالجديدة 2011م، ص 112.

² -محمد منير حجاب:العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع.2007. ص 224 - 225

³ _ المرجع نفسه، ص241-242

المبحث الرابع: دور الدعاية والترويج والإعلام والإعلان في تجاوز مرحلة الازمة وعلاقتهم بالعلاقات العامة

لا شك ان العلاقة العامة تستخدم مفاهيم ووسائل مشابهة لها كثير أي بمعنى هي التي تساعد اغلب المؤسسات في تدارك قيمتها وتجاوز الأزمة وهذا بالاعتماد على هذه الوسائل:

4-1-العلاقات العامة والإعلان في ادارة الأزمة يوظف الإعلان اتصالات غير شخصية مدفوعة الثمن، يقوم بها فرد أو منشأة تجارية بهدف الربح، في حين نجد العلاقات العامة تعمل وفقا لنظام كلا الاتصاليين الشخصي والجماهيري، وتهدف إلى تسويق السمعة والربح المعنوي، ومن ناحية أخرى فإن الإعلان يدفع المستهلكين إلى القيام بسلوك الشراء و بالمقابل تقوم العلاقات العامة بالتعريف بالمؤسسة وتعزيز مكانتها لدى جماهيرها، وبالنسبة لنوعية المعلومات المقدمة فهي في الإعلان تكون مركزة حول المستهلك والسلعة وتتجنب المعلومات غير المرغوبة.¹ وعن طريق الاعلان تتجاوز المؤسسة الازمة .

4-2-العلاقات العامة والدعاية: تعتمد الدعاية على صيغة المبالغة في ذكر الحقائق، تعتمد على أسلوب الإثارة والاستمالة، رغم انه في الكتب والبيانات عكس العلاقات العامة إلا انه في الواقع هذه الأخيرة تستعمل الدعاية من اجل تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، بسياسة *قولبة الرأي العام* التي حددها "ادوارد بيرنيز" فنجد اغلب خبراء العلاقات العامة يستعينون بالدعاية كما اطار أساسي في تجاوز الأزمات

4-3-العلاقات العامة والترويج: نجد أي مؤسسة واقعة في ازمة او تعتمد على سياسة قبل الأزمة تقوم بترويج سلعها وخدماتها وهذا بمساعدة العلاقات العامة، وسنحدد الصلة بينهم، إن الترويج يستهدف كسب الدعم والتأييد لصالح فكرة أو شخص أو مؤسسة، ويستعين في هذا ببعض الوسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة، وقد تستفيد العلاقات العامة من الترويج من خلال توظيفه في حملاتها، ونجد أن الترويج يهدف إلى التقريب بين المنتج و المستهلك وفي هذا قد يعتمد على أساليب الاتصال الشخصي، وهذا الأخير يمثل أحد مميزات العلاقات العامة وطرق التواصل فيه. وهذا مايدفع خبراء العلاقات العامة الى استخدام الترويج كوسيلة اساسيات لحد الازمات.

ونقول في الاخير ان هذه المفاهيم هي التي تعتمد عليه المؤسسة من اجل الخروج من الأزمة .

¹-العماري عباس رشدي: نفس المرجع السابق ص 22.

المبحث الخامس: المهارات والصفات التي يجب ان يتصف بها رجال العلاقات العامة الناجحون في مواجهة الأزمات:

سنبرز الان اهم الصفات والمهارات التي يتوجب على خبراء العلاقات العامة الالتزام به:

"تكوين جداول العمل لفريق ادارة الازمات وتحديد المهام جميعا التركيز

- 1- التركيز على المشكلات الرئيسية دون الفرعية
- 2- تحقيق السيطرة على تدفق العمل"¹
- 3- "رجال العلاقات العامة لديهم حلم ،فالناجحون يتميزون بتحديد اهدافهم وغاياتهم بشكل جيد ودقيق ولا يتأثر بسهولة مما يؤدي الى تحقيق هذه الاهداف والغايات والنتائج."²
- 4- يبحث رجال العلاقات العامة الناجحين على حلول للأزمة فهم يركزون على انتهاز الفرصة عندما تحين لهم.
- 5- تحديد الهدف وترتيب الأولويات
- 6- الحركة السريعة والمبادرة
- 7- تنظيم القوى لمواجهة للأزمة
- 8- المفاجأة
- 9- المشاركة والتعاون
- 10-البيئة السياسية والاجتماعية
- 11-التفاوض مع الأزمة
- 13-الحماية والأمن

¹-رجب عبد الحميد: نفس المرجع السابق ، ص159

²-السعيد عبد الوهاب محمد:استراتيجية ادارة الازمات و الكوارث،دور العلاقات العامة،دار العلوم للنشر والتوزيع،القاهرة،ط1،2006،ص 154

خلاصة الفصل:

نستنتج في الأخير ان العلاقات العامة هي التي تساعد لخروج المؤسسة من الأزمات المتوقعة، لهذا تقوم العلاقات العامة بشتى مجالاتها التي تحاول تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ومساعدتها لتجنب الأزمات المتوقعة او الأنية، لذا فمن الضروري تواجد جهاز العلاقات العامة يتبنى ادارة الازمة وهذا لتحقيق اهداف المؤسسة.

خلاصة الاطار النظري:

لقد استنتجنا في هذا الاطار ان العلاقات العامة هي أساس التي تعتمد عليه أي شركة مهما كان نشاطها لأنها نقطة وصل بين المؤسسة و جماهيرها ،بمعني كل ما تزداد قوة العلاقات العامة تزداد قوة المؤسسة فامتلاك خبراء علاقات عامة ممتازين فأنت بدون شك غير معرض للازمة، ولقد تحدثنا ايضا على الازمة وإدارتها بتدخل العلاقات العامة واستنتجنا ان لكل ازمة حل وهذا بالتخطيط المتواصل.

خاتمة:

خلاصة القول ان العلاقات العامة وتطورها يرتبط ارتباطا وثيقا بظهور الازمة وكيفية علاجها فالإدارة الجيدة للازمة تمكن العلاقات العامة من الازدهار وبالتالي نجاح المؤسسة في التصدي للازمة. نستنتج ان العلاقات العامة موجودة بوجود الازمة فمهارات وخبرات العلاقات العامة تظهر في ظل الازمات.

الاطار التطبيقي للدراسة:

التعريف بالمؤسسة: "جامعة آكلي محند أولحاج"

هي مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي وأنشأت جامعة البويرة بموجب المرسوم التنفيذي 12-242 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق ل4 يونيو سنة 2012 المتضمن انشاء جامعة البويرة.

وهي مؤسسة علمية ذات طابع علمي وثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي

نبذة تاريخية عن تطور الجامعة:

2001-2002: انشاء ملحقة تابعة لجامعة محمد بوقرة بومرداس تتضمن تخصص العلوم القانونية الادارية

2002-2003: فتح تخصص اللغة والادب العربي

2005-2006: ترقية الملحقة الى مركز جامعي ثم استحداث تخصص اخر يتمثل في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العلوم التجارية بالإضافة الى ميدان الحقيق والعلوم السياسية

2006-2007: فتح تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية

2007-2008: فتح ميدان العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير العلوم التجارية

2008-2009: فتح ميدان العلوم التكنولوجية

2001-2012 فتح كلية العلوم الطبيعية والحياة وعلوم الارض

2012/06/04 ترقية المركز الجامعي الى جامعة

ترتب صدر المرسوم التنفيذي المشار اليه اعلاه اعادة هيكلة الجامعة لتصبح مشكلة من 06 كليات مقسمة على التوالي

- ❖ كلية العلوم الطبيعية والحياة
- ❖ كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
- ❖ كلية الاداب واللغات
- ❖ كلية الحقوق والعلوم السياسية
- ❖ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- ❖ معهد التكنولوجيا
- ❖ معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

علاوة على ان هناك اربع نيابات مديرية على مستوى رئاسة الجامعة مكلفة ب:

- التكوين العالي في الطورين الاول والثاني والتكوين المتواصل والشهادات وكذا التكوين العالي في التدرج.
- التكوين العالي في الطور الثالث والتأهيل الجامعي والبحث العلمي وكذا التكوين العالي في مابعد التدرج.
- العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والتظاهرات العلمية
- التنمية والاستشراف والتوجيه.

الاستمارة

هذا الاستبيان يحتوي على مجموعة من الأسئلة و العبارات حول فعاليات ادارة العلاقات العامة و الاعلام في كيفية تسيير جامعة أكلي محند اولحاج بالبويرة, ظل جائحة كورونا.

فالمطلوب سادة المدراء و العمال الاجابة عن الاسئلة المطروحة.

ضع العلامة (+) في المكان المناسب:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

1-الجنس:

ذكر انثي

2-السن: من 25 الى 30 سنة

من 30 الى 35 سنة

من 35 سنة فما فوق

3-التكوين المتحصل عليه:

مهني جامعي

4-الوظيفة:

اداري اطار مسؤول مراقب عمل عامل

المحور الثاني: مكانة العلاقات والإعلام في جامعة اكلي محند اولحاج "البويرة"

هل لكم وسائل واليات للتعامل مع الأزمات؟

نعم

لا

1-هل هناك جهاز مختص بالعلاقات العامة و الاعلام العامة؟

نعم لا

اذا كان نعم لماذا؟.....

.....

إذا كان لا لماذا؟.....

.....

2- هل للعلاقات العامة والإعلام دور في تحسين صورة مؤسساتكم لدى الطلبة والمؤسسات اللاتي تتعاملن معهم؟

نعم لا

إذا كان نعم لماذا؟.....

.....

إذا كان لماذا؟.....

.....

3- حسب وضعكم الحالي هل تجدون ضرورة لوجود جهاز العلاقات العامة والإعلام في مؤسساتكم؟

نعم لا

-إذا كانت اجابتك بنعم

لماذا؟.....

.....

-إذا كانت اجابتك ب لا

لماذا؟.....

.....

المحور الثالث:اهمية اللجوء الى العلاقات العامة في ازمة كورونا

كيف تعمل دائرة العلاقات العامة في مؤسساتكم في تشكيل فريق خاص ليكافح ازمة كورونا؟

نعم لا

-إذا كانت اجابتك بنعم كيف

ذلك؟.....

.....

-إذا كانت الاجابة لا

لماذا؟.....

.....

-في رأيك هل استطاعت مؤسساتكم التصدي لازمة كورونا؟

نعم لا

-اذا كانت اجابتك بنعم

لماذا؟

.....
.....

-اذا كانت اجابتك ب لا

لماذا؟

.....
.....

-من بين الخطط التي اعتمدت عليها وزارة التعليم العالي من اجل استكمال السنة الدراسية، هي التعليم عن بعد، هل قمتم بتطبيقه؟

نعم لا

-اذا كانت اجابتك بنعم كيف ذلك؟

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

-ماهي العراقيل الي واجهت نشاطات العلاقات العامة اثناء ازمة كورونا؟

عدم تجاوب الإدارة العليا مع العلاقات العامة

نقص الاجهزة والتقنيات الحديثة

صعوبة الالتقاء نظرا لوضع الصحي

نقص كفاءة العاملين في العلاقات العامة

عراقيل اخرى اذكرها.....
.....

4- هل ساهم فريق الخاص بالأزمة بتوفير الامكانيات المناسبة التي تلائم جميع الطلبة؟

علل ذلك؟

.....
.....

المحور الرابع:

1- ماهي الأضرار التي انجمت جراء حدوث ازمة كورونا على مستوى الجمهور الخارجي والداخلي للمؤسسة؟

سلبية

سلبية و ايجابية في نفس الوقت

ايجابية

-اذا كانت سلبية لماذا؟.....

.....

-اذا كانت ايجابية لماذا؟.....

.....

-اذا كانت سلبية و ايجابية في نفس الوقت كيف ذلك؟.....

.....

.....

2-هل ترى بأن الادارة الجامعية نجحت في تطبيق التعليم الوزارية التي تتمثل في التعليم عن بعد؟

لا

نعم

-اذا كانت اجابتك بنعم لماذا؟.....

.....

-اذا كانت اجابتك ب لا لماذا؟.....

.....

3-ماهي الاجراءات التي تراها في نظرك انت كموظف(ة) مناسبة لنجاح ادارة العلاقات العامة لتصدي لازمة كورونا؟.....

.....

4-ماهي الأساليب الوقائية التي قمتم بها من أجل العودة السليمة للطلبة وتفادي التجمعات؟

.....

.....

المحور الخامس: الأنشطة الاتصالية وعلاقتها بالعلاقات العامة والإعلام

1-ماهي الأشكال الاتصالية التي تم الاعتماد عليها من اجل الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي

-الاعلانات

-الملصقات

-التعليمات الجدارية

-الانترنت (الايمل،الصفحة الرسمية للجامعة)

انشطة اخري اذكرها.....

.....

2- هل قام فريق العلاقات العامة والاعلام الخاص بكم بتجهيز مخطط مسبق لمكافحة جائحة كورونا؟

لا

نعم

..... اذا كانت اجابتك بنعم كيف ذلك؟

.....

..... اذا كانت اجابتك بلا لماذا؟

.....

هل تم تحقيق النشاط الاتصالي بين الجمهور الداخلي والخارجي؟

لا

نعم

..... اذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك؟

..... اذا كانت الاجابة بلا لماذا؟

3- هل حقق فريق العلاقات العامة والإعلام الهدف الذي يتضمن التخلص من ازمة كورونا؟

لا

نعم

..... اذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك؟

.....

..... اذا كانت الاجابة بلا كيف ذلك؟

..... اذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك؟

قائمة المراجع و المصادر:

قائمة الكتب:

- 01 إدوارد بيرنيز واخرون:العلاقات العامة فن،ترجمة وديع فلسطين واخرون،دار المعارف،القاهرة،1968
- 02 اسامة كامل،محمد الصيرفي،ادارة العلاقات العامة
- 03 العماري عباس رشدي،ادارة الازمات في عالم متغير،مركز الازمات للترجمة والنشر،ط1،القاهرة،1993
- 04 الخضيرى محسن،ادارة الازمات علم امتلاك القوة في اشد لحظات الضعف،مجموعة النيل العربية،القاهرة،2003
- 05 الحملاوي محمد رشاد،ادارة الازمات تجارب محلية وعالمية،مكتبة عين الشمس،ط2،القاهرة،1992
- 06 أديب خضور:الاعلام والازمات
- 07 اسماعيل عبد الفتاح:ادارة الصراعات والازمات الدولية
- 08 السعيد عبد الوهاب محمد:استراتيجية الازمات والكوارث دور العلاقات العامة،دار العلوم للنشر والتوزيع،ط1،2006
- 09 إياد نصر:سيكولوجية ادارة الازمات،دار الخليج،ط1،2012
- 10 الصيرفي محمد،ادارة الازمات،مؤسسة حورس الدولية،الاسكندرية،2008
- بلال خلف السكارنة: ادارة الازمات، دار المسيرة، ط1،الاردن 2012
- 12 جيف جراوت،ليز فيشر: كل ما يحتاج معرفته عن القيادة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1،القاهرة، 2013
- 13 رجب عبد الحميد:استراتيجية التعامل مع الازمات والكوارث، دار الجلد للطباعة، 2008
- 14 سمير حسين منصور: منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار العرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005
- 15 سعاد راغب الخطيب: مدخل الى العلاقات العامة، دار المسيرة، عمان
- 16 صالح ابوصبع: تيسير ابو عرجة: الاتصالات والعلاقات العامة، الشركة العربية للتسويق والتوريدات،دار الفجر، الاسكندرية 2009
- 17 صالح خليل ابو اصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني، دار الشروق، ط1،عمان، 2008

- 18 صادق محمد عادل: الصحافة وادارة الازمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007
- 19 طارق شريف يونس: ادارة العلاقات العامة مفاهيم والمبادئ والاساسيات، كلية الادارة والاقتصاد. جامعة الموصل، اثناء للنشر والتوزيع، ط1، 2008
- 20 عاصم الاحرجي: ادارة الازمات واتخاذ القرارات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2003
- 21 عبد المجيد محمود صالح واخرون: العلاقات العامة والاعلام، ط1
- 22 عبد المحيي محمود صالح واخرون: العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004
- 23 عبد الرزاق محمد الديلمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2011
- 24 عليوة السيد، ادارة الوقت والازمات والادارة بالازمات، دار الامين، القاهرة، 2003
- 25 غريب عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع لا المعاصرة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2006
- 26 قدري علي عبد المجيد، اتصالات الازمة وادارة الازمات، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية 2011
- 27 محمد عبد الوهاب حسن عشاوى، دور الصحافة في ادارة الازمات، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2012
- 28 محمد منير حجاب: معجم الاعلام، دار الفجر، ط1، القاهرة، 2004
- 29 محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال الإنساني، عمان، 2013
- 30 محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والازمات ادارة العولمة اتخاذ القرارات، ط1، بيروت 201
- 31 مصطفى يوسف كوفي، العلاقات العامة، دار الحامد، ط1، عمان، 2015
- 32 مهدي حسن زوايف، العلاقات العامة نظريات وأساليب، مكتبة المجتمع العربي، ط1، عمان، 2004
- 33 محمد عبده حافظ: العلاقات العامة، دار الفجر، ط1، الاسكندرية، 2009
- 34 منال طلعت محمد، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2001
- 35 ماجد عبد الهادي: المساعدة لادارة الازمات المدخل، العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان
- 36 محمد الجمال: خيرات معروف عياد، ادارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، ط1
- 37 محمد فريد الصحن: العلاقات العامة، الدار الجامعية للنشر والطباع والتوزيع، الاسكندرية، 1985

38 هاشم حمدي رضا: ادارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراهة للنشر والتوزيع، عمان، 2010

39 يوسف احمد ابو فارة: ادارة الازمات، المدخل، المفاهيم، العمليات، دار اثراء للنشر والتوزيع، ط1،
2009

المذكرات:

1 سبتي عزيز: ادارة الازمات في منظمات القطاع الصناعي الأردني، ودراسة ميدانية من منظور المديرين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن، 2002

02 مرد كموش: العلاقات العامة وادارة الازمة، دراسة تجربة الخطوط الجوية الجزائرية كنموذج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2008

المعاجم:

01 المنجد في اللغة العربية والاعلام: ط4، بيروت، دار المشرق

المواقع الالكترونية:

01 منتدى المعرفة

<http://www.Forumsarabook.com>

في مارس 2015 على 18:15 مساء

مراجع أجنبية:

01 Bland, M: communication out of crisis, London, Macmillan press-1998

02 Danielle Maisonneuve et Al: communiqué en temps de crisis, québec, presses de l'université, 1999

03 Lbild

04 Dyer, s: getting, people-into the crisis communication plan, public relation quartely, n°40, London, 1995

المجلات:

01 الباز عفاف، دور القيادة الابداعية في ادارة الازمات، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد 11، 2002

المجلدات:

01 محمود السباعي: ادارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشرطة العربية للطباعة والنشر، القاهرة
المجلد 196، 02