

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Mubend Ulhag - Tibirett -



Faculté des Sciences Sociales et Humaines

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: التاريخ .

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور العلاقات العامة

في تفسير الأزمة

مشروع مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في تخصص اتصال وعلاقات عامة

تمت إشرافه الدكتور:

- بن عمرة أمين

من إعداد الطالبة:

- قادري وسام

الموسم الجامعي: 2020-2019

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي اَمْرِي * وَاخْلُلْ عُقْدَةً
مِّن لِّسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي * ()
صدق الله العظيم

سورة طه

من الآية 25 الي الآية 28

شكر وعرفان

كل الشكر و التقدير الى الاستاذ بن عمرة أمين الذي تفضل بالإشراف على
توجيهنا ونصحنا لانجاز هذا المجهود العلمي
كما لا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر الى كافة الطاقم الاداري والبيداغوجي بكلية على
كل كبيرة وصغيرة افادونا بها طيلة مشوارنا الجامعي

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
	دعاء
	شكر و عرفان
	فهرس المحتويات
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة و الأزمة	
16	تعريف العلاقات العامة
20	نظرة تاريخية لنشأة وتطور العلاقات العامة
21	العلاقات العامة القديمة
25	مفهوم الأزمة
26	التطور التاريخي للأزمة
الفصل الثاني: دور العلاقات العامة في تسيير الأزمة	
30	استراتيجية العلاقات العامة عبر مراحل الأزمة
30	العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة
32	العلاقات العامة في مرحلة الأزمة
35	العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة
36	العوامل المؤثرة في العلاقات العامة في إدارة الأزمة
41	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة من أهم الآليات الاتصالية في تنظيم وإدارة المنظمات الحديثة وقد برزت بشكل واضح بعد الحرب العالمية الثانية ، واقترن تطورها بتسارع الابحاث و الدراسات الاعلامية التي قامت بها المنظمات والمؤسسات التي تهتم بالجمهور الذي اصبح يشكل مرتكزا اساسيا لبقاء المنظمات .

والمتتبع لتاريخ العلاقات العامة يرى انها جاءت نتيجة لظروف استثنائية ، فلقد كانت المؤسسات تحاول حل مشكلاتها بطرق اجتهادية ذاتية بسيطة الى أن بلغت العلاقات العامة درجة كبيرة من النضج والتطور، فالمهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التنسيق بين اقسام المؤسسات والهيئات والاستعداد لحل الازمات في حال نشوبها، كما يمكن تصنيف العلاقات العامة بأنها علم يتصل اتصالا مباشرا بالظروف والأوضاع غير العادية ، كالمشكلات، والأزمات ، والظروف الاستثنائية ، وعدم الاستقرار ، كالكوارث وغيرها من الأسباب المباشرة لتطور وازدهار العلاقات العامة كعلم ومهنة ، وهي الأداة أو الوسيلة التي تستخدمها المؤسسات على اختلاف نشاطاتها من أجل التعامل مع ما يطرأ على المؤسسة من أوضاع لا تندرج ضمن مهام الوحدات الإدارية التقليدية في المؤسسة ومن هنا اخذت العلاقات العامة مكانها في المؤسسة ، أو بتعبير أدق فرضت نفسها على الهيكل الإداري في المؤسسة ، وأصبحت تضطلع بعدد من المهمات التي اتضح فيما بعد أنها من اهم المهام في المؤسسة على الإطلاق فعندما تتعرض صورة المؤسسة للاهتزاز او التشويه تتضح وقتها اهمية العلاقات العامة في تجميع جهود جميع الافراد والوحدات في المنظمة وتركيزها من أجل تصحيح هذه الصورة وغالبا ما يكون للأزمات أثر على المؤسسة يتعلق بالصورة الذهنية ، مما يقحم العلاقات العامة في الأزمة بشكل أو بآخر، ومن هنا تبرز أهمية التخطيط في العلاقات العامة، والتخطيط يعرف بأنه استثمار الموارد المتاحة كما يشير معنى التخطيط على أنه التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل، والأزمة هي موقف مستقبلي محتمل ، لذلك فمن المنطقي أن يتضمن تخطيط العلاقات العامة التخطيط للأزمة ، وهذا التخطيط يطلق عليه خبراء الأزمة سيناريو الأزمة ، وأيا ما كان المسمى ، فإن الاحتراز والاستعداد لما هو قادم بالتأكيد أفضل من انتظاره .

من هنا اتخذت العلاقات العامة مكانها الرفيع داخل المؤسسة ، وأخذت على عاتقها مواجهة ما تتعرض له المؤسسة من قضايا و مشكلات وكوارث و أزمات ، أي أنها أصبحت هي الجهة التي تدير الأزمة في حالة نشوبها .

انطلاقا مما ذكر ولأهمية الموضوع وندرة الدراسات التي تناولته جاءت دراستنا هاته لتعالج مشكلة دور العلاقات العامة في إدارة الازمة .

وحتى نتمكن من الاحاطة بكل جوانب الدراسة بما يخدم أغراض البحث اتبعنا تسلسل منطقي تجسد في اطار منهجي للدراسة , واطار نظري, يحتوي على فصلين .

الاطار المنهجي

للدراسة

1 - الإشكالية:

لقد شهد العالم خلال القرن العشرين وبداية القرن الحالي تطورات سريعة ومتنوعة في مختلف

المجالات والميادين الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية خاصة ما تشهده تكنولوجيا الاعلام والاتصال من تطور , حيث اصبح الاتصال يلعب دورا كبيرا في حياة المجتمعات الحديثة في واقع يتميز بالتعقيد والتسارع .

وتعتبر العلاقات العامة من الادوات الحديثة التي اهتمت بتطوير اساليب الاتصال للتعامل الجيد مع الجمهور وقد برزت بشكل لافت في خمسينيات وستينيات القرن الماضي وتهدف بالدرجة الاولى الى تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجمهورها .

وقد اخذ نشاطها عدة اشكال حسب نشأة وتطور كل مؤسسة اجتماعيا و اقتصاديا و ثقافيا وتختلف اهمية العلاقات العامة من مجتمع الى آخر ومن نظام سياسي الى آخر لكن اهدافها تبقى دائما ثابتة وهي تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور وكذا وضع خطط واستراتيجيات لمجابهة أي أزمة قد تنشأ في المؤسسة .

وفي هذا الإطار يجب على المنظمة أن تفتح خطوطا مباشرة مع جماهيرها الأساسية فتبنى سياسة الاتصال المفتوح في اتجاهين بين المنظمة وجماهيرها التي تمكنها من التغلب على صعوبات كثيرة فالمعلومات تصبح ذات أهمية قصوى للجماهير أثناء الأزمة، وهذه المعلومات لا تتعلق فقط بالأزمة ولكن بكيفية التعامل معها .

ولأن الادارة الجيدة للأزمة أمر لا بد منه فيجب على كل مؤسسة مهما كان نشاطها أن تهتم بانشاء اقسام للعلاقات العامة حتى تضمن لنفسها البقاء والتنافس ضمن الوسط الذي تنشط فيه

والمؤسسات الاعلامية بدورها كذلك تعتمد على للعلاقات العامة للتواصل مع جمهورها والتأثير عليه حيث تولي اهمية كبيرة لها في سبيل التعريف بالمؤسسة وبنشاطها وفي حل الازمات التي قد تظهر والتصدي لها , وحيث يقر العديد من الباحثين المختصين في العلاقات العامة والاتصال على أن خوض مجال الأزمات ليس بالرهان السهل، فهم يرون ضرورة التعمق أكثر في فهم اهتمامات وأهداف المنظمات انطلاقا من فهم عمليات بناء

العلاقات العامة للمؤسسة داخل المجتمع، وهذا ما يخلص في النهاية إلى تغليب كفة الاهتمام بمصالح الجمهور أثناء الأزمات على مصالح المنظمات، مع محاولة الحفاظ على تاريخ و فلسفة المنظمة قدر الإمكان في ظل هذه التغييرات.

في هذا السياق وبناء على ما تقدم ستمحور إشكالية هذا البحث حول السؤال الجوهري التالي :

ما هو دور العلاقات العامة في تسيير الأزمة ؟

وتحت هاته الاشكالية تدرج الاسئلة التالية ؟

*ما هي اهمية العلاقات العامة ؟

*كيف تساهم العلاقات العامة في تسيير الازمة ؟

2- أسباب اختيار الموضوع

أ- الأسباب الذاتية :

*اثراء المكتبة

*الفضول العلمي لارتباط الدراسة بتخصص اتصال وعلاقات عامة

ب - الأسباب الموضوعية :

*ندرة الدراسات الاكاديمية والرسائل العلمية حول الموضوع

*الاهمية البالغة لموضوع الدراسة والذي يتطلب دراسة علمية جادة

3- أهداف الدراسة :

*التعرف على قسم العلاقات العامة وكيفية ادارته للازمة

*معرفة كيف تساهم العلاقات العامة في تسيير الازمة.

4- أهمية الدراسة :

ان كل دراسة علمية تتبع المنهج العلمي تعالج مشكلات محددة تصب في نفس

الموضوع يجب ان تكون مهمة خاصة ان كانت تعالج مواضيع وقضايا حديثة مثل كيفية ادارة

الازمة في المؤسسة الاعلامية كما تبرز اهمية هاته الدراسة في الوصول الى نتائج علمية

يستفاد منها في تقديم الاقتراحات والتوصيات التي تساهم في تحقيق وتوظيف العلاقات العامة

للتعامل مع الازمات .

5- منهج الدراسة :

اقتضى القيام بهذه الدراسة الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي ، لشدة ارتباطه بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية ، ولأننا سنهتم بدراسة جميع الجوانب المتعلقة بالموضوع من خلال وصف دقيق لكل ابعاد الظاهرة وهذا يتطلب منهج يعتمد على الدقة في تحري المعلومات وفق تنظيم وتسلسل ووضوح .

ويمكن تعريف هذا المنهج بأنه عبارة عن طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة¹

6- الدراسات السابقة :

- الدراسة الاولى: للطالب توفيق عمري بعنوان الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في ادارة الازمات ، وهي مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال قدمها الباحث عام 2011 بجامعة الجزائر .

اهداف الدراسة هدف هذه الدراسة هو الكشف على الدور الاستراتيجي الذي تلعبه العلاقات العامة في ادارة وتسيير الازمات بمديرية الأرصاد الجوية - قسنطينة - كنموذج .

اشكالية الدراسة تمحورت إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي : ما هو الدور الاستراتيجي الذي تلعبه العلاقات العامة في ادارة الازمات ؟

المنهج المتبع : تعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي .

كما استخدم الباحث الاستبيان والمقابلة .

نتائج الدراسة :

اسفرت هاته الدراسة على عدة نتائج اهمها :

*العلاقات العامة ضرورية اثناء الازمة.

*ان المؤسسة تعتمد بشكل تام على اطاراتها لممارسة العلاقات العامة والاتصال اثناء

الازمة

¹ - صلاح الدين شروخ , منهجية البحث العلمي , دط, عنابة, : دار العلوم للنشر والتوزيع , د س ط ص, 150

التعليق على الدراسة :

تكمن أوجه التشابه بين هاتاه الدراسة ودراستنا هو أن كلاهما من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي .

الدراسة الثانية: لسحمي محمد القحطاني بعنوان دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث (دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في الدفاع المدني) مذكرة شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

الهدف من الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للدفاع الوطني بمنطقة الرياض، ومامدى قدرة هذا الجهاز على التنبؤ بالأزمات والتخطيط لها .

إشكالية الدراسة: تمحورت إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي : ما هو دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث؟

المنهج المتبع: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

بأسلوب دراسة الحالة واستخدام الاستبيان كأداة لجميع البيانات.

- نتائج الدراسة: أسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها:

*نقص وجود الأنظمة والقواعد الرسمية التي تحدد دور إدارة العلاقات العامة في حالة وقوع الأزمات والكوارث.

*قلة الإمكانيات الفنية والتنظيمية والمادية في إدارة العلاقات العامة في عملية إدارة الأزمات.

*وجود بعض المعوقات التي تحد من كفاءة الإدارة في مجابهة الأزمات والكوارث.

التعليق على الدراسة

أوجه التشابه بين دراستنا وهاتاه الدراسة أن كلاهما تدخلان ضمن البحوث الوصفية. الدراسة الثالثة: لعلى برغوث بعنوان "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الجامعية (دراسة حالة معهد البحوث والدراسات العربية) قسم الهجرة السرية ودراسات اللاجئين، جامعة عين شمس القاهرة.

الهدف من الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة أثناء الأزمات، وطبيعة الوظيفة التصحيحية أو العلاجية للعلاقات العامة داخل الجامعات وقت الأزمات .

إشكالية الدراسة: تمركزت إشكالية هذه الدراسة في تحديات دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة في الجامعة ,اما في حالة وجود فريق إدارة الأزمة، أو في حالة عدم وجود هذا الفريق .

المنهج المتبع: هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص مشكلة أو موقف معين، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي ومنهج دراسة الحالة . أما أدوات جمع البيانات كانت عبارة عن صفحة استبيان جمهور مديري العلاقات العامة بالجامعات العربية تمت صياغتها عن طريق البريد الالكتروني .

نتائج الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تذكر منها:
إدارة الأزمة لا تعتبر وظيفة من وظائف العلاقات العامة، إنما هي موقف طارئ يصيب المؤسسة، ويهدد نظامها الأساسي.

* التنبؤ بالأزمة من الأنشطة الملتصقة بالعلاقات العامة .

* وجود انسجام بين المراحل وإدارة الأزمات ووظائف العلاقات العامة .

التعليق على الدراسة: تكمن أوجه التشابه بين دراستنا وهاته الدراسة أن كلاهما من الدراسات الوصفية حيث اعتمدنا نحن كذلك على المنهج الوصفي .

الدراسة الرابعة: العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية¹، دراسة حالة لوزارة السياحة من إعداد الطالب كرمية براهيم، وهي مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قدمتها الباحثة عام 2005 بجامعة الجزائر.

اشكالية الدراسة : تمحورت إشكالية هذه الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: "ما مكانة العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية، وما مدى مساهمتها في صناعة الثقة مع جماهيرها؟

¹ إبراهيم كرمية، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004، 2005-

وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة تساؤلات فرعية هي كالاتي:

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسات السياحية؟

- ما هي مهام ووظائف العلاقات العامة في المؤسسة السياحية؟

منهج الدراسة وأدوات البحث: اعتمد الباحث في دراسته على منهج دراسة الحالة ومنهج المسح، أما عن أدوات البحث فتمثلت في: الاستمارة، المقابلة، الملاحظة، الوثائق والسجلات الإدارية والإحصائية الرسمية والتقارير

عينة الدراسة فيما يخص عينة الدراسة فقد اختار الباحث العينة القصدية والمتمثلة في 30 فردا من القائمين بالعلاقات العامة بوزارة السياحة، وكذلك اختار الباحث 100 من الجمهور الداخلي لوزارة السياحة .

نتائج الدراسة: لقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج لدرسته تمثلت في

- موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة دون المكانة اللائقة بها.

- محدودية عدد موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة السياحة.

- عدم كفاية عدد الموظفين للقيام بالمهام المستندة للعلاقات العامة.

- كما أكدت هذه الدراسة أيضا كفاية الأجهزة المتوفرة لممارسة المهام المنوطة

لجهاز العلاقات العامة .

التعليق على الدراسة: لقد استفدنا من هذه الدراسة كونها عالجت متغيرا واحدا من متغيرات الدراسة التي نحن بصدد تحضيرها، حيث أفادنا أسلوب الباحث في كيفية تناوله لهذا المتغير (العلاقات العامة) وكذا توضيح دوره في المؤسسة كما استفدنا من المراجع التي استند إليها في جمعه للمعلومات حول هذا المتغير.

الدراسة الخامسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم التنمية و تسيير الموارد البشرية من إعداد الباحثة هامل مهنية بعنوان اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية دراسة حالات لوحدات من المؤسسات الصناعية و الخدمية جامعة قسنطينة.

إشكالية هذه الدراسة: و تمثلت في كيف يسير اتصال الأزمة في المؤسسات الجزائرية الصناعية والخدمية .

أهداف الدراسة: هدف هذه الدراسة هو الوصول الى تحديد مسار الاتصال وقت الأزمات في المؤسسات الجزائرية الصناعية والخدمية و ذلك بتحديد أهم خطوات الاتصال المتبعة قبل وأثناء و بعد الأزمة و تواصلها مع الجمهور الداخلي
المنهج المتبع :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الحصول على معلومات كافية و دقيقة و استخدام في ذلك المنهج المسحي و المنهج المقارن.

أداة الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على أكثر من أداة بهدف الحصول على المعلومات من الميدان حيث تم الاعتماد على أداة المقابلة وتمتلت أنواعها في هذه الدراسة على المقابلة الحرة و المقابلة الموجهة أما بالنسبة للأداة الثانية المعتمد عليها فكانت الاستمارة .

عينة الدراسة: اما العينة فكانت العينة العرضية .

نتائج هذه الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تذكر من بينها:

*الاتصال يساعد على الوقاية من الأزمات قبل حدوثها في المؤسسات الجزائرية و ذلك من خلال الاستعداد الفني قبل حدوث الأزمة و الاستعداد المادي والبشري.

*يدخل الاتصال في المؤسسات الجزائرية لمعالجة الأزمات اثناء وقوعها فيأخذ المسار الاتصالي شكلا آخر ولا سيما أمام ندرة المعلومات لهذا يتم تفعيل القنوات الاتصالية المتوفرة في حدود الشبكة الاتصالية الداخلية.

التعليق على الدراسة: تكمن اوجه تشابه هذه الدراسة مع دراستنا حيث أنها تناولت موضوع الأزمات في المؤسسات الجزائرية إضافة في اعتمادها على المنهج الوصفي الذي اعتمدها أيضا .

الدراسة السادسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم التنمية و تسيير الموارد البشرية من إعداد الباحثة هامل مهديّة بعنوان اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية¹ دراسة حالات لوحدات من المؤسسات الصناعية و الخدمية جامعة قسنطينة.

إشكالية هذه الدراسة: و تمثلت في كيف يسير اتصال الأزمة في المؤسسات الجزائرية الصناعية والخدمية.

أهداف الدراسة: هدف هذه الدراسة هو الوصول الى تحديد مسار الاتصال وقت الأزمات في المؤسسات الجزائرية الصناعية والخدمية و ذلك بتحديد أهم خطوات الاتصال المتبعة قبل وأثناء و بعد الأزمة و تواصلها مع الجمهور الداخلي المنهج المتبع :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الحصول على معلومات كافية و دقيقة و استخدام في ذلك المنهج المسحي و المنهج المقارن.

أداة الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على أكثر من أداة بهدف الحصول على المعلومات من الميدان حيث تم الاعتماد على أداة المقابلة وتمتلك أنواعها في هذه الدراسة على المقابلة الحرة و المقابلة الموجهة أما بالنسبة للأداة الثانية المعتمد عليها فكانت الاستمارة .

عينة الدراسة: اما العينة فكانت العينة العرضية .

نتائج هذه الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تذكر من بينها:

*الاتصال يساعد على الوقاية من الأزمات قبل حدوثها في المؤسسات الجزائرية و ذلك من خلال الاستعداد الفني قبل حدوث الأزمة و الاستعداد المادي والبشري.

¹ مهديّة، هامل .اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة لوحدات من المؤسسات الصناعة- والخدمية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2009 / 2008

*يدخل الاتصال في المؤسسات الجزائرية لمعالجة الأزمات اثناء وقوعها فيأخذ المسار الاتصالي شكلا آخر ولا سيما أمام ندرة المعلومات لهذا يتم تفعيل القنوات الاتصالية المتوفرة في حدود الشبكة الاتصالية الداخلية.

التعليق على الدراسة: تكمن اوجه تشابه هذه الدراسة مع دراستنا حيث أنها تناولت موضوع الأزمات في المؤسسات الجزائرية إضافة في اعتمادها على المنهج الوصفي الذي اعتمدها أيضا .

الدراسة السابعة : بعنوان واقع الأزمات في مستشفيات القطاع العام في الضفة الغربية و استراتيجيات التعامل معها من وجهة نظر العاملين¹. قدمت هذه الدراسة استكمالا لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال تم إعدادها من طرف الباحث زينات موسي مسك .

إشكالية الدراسة: تمثلت في شكل سؤال عام عن واقع إدارة الأزمات في مستشفيات القطاع العام في الضفة الغربية و عن واقع استراتيجيات المتبعة في التعامل معها و مدى توافر العناصر الأساسية لإدارة الأزمات و ذلك من خلال وجهة نظر العاملين

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لجمع المعلومات اللازمة من أفراد العينة باستخدام أسلوب المسح .

العينة: تم الاعتماد على العينة الطبقية ، ذلك وفقا للمتغير المسمى الوظيفي

الأداة : تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستمارة في جمع كافة المعطيات و المعلومات المطلوبة.

نتائج الدراسة:

* توجد خطط لإدارة الأزمات في هذه المستشفيات لكنها غير كافية لسد حاجات المستشفيات لمواجهة الأزمات التي تعترضها .

* من الضروري أن يتوفر نظام الإدارة الأزمات بكافة مراحلها بدرجة أعلى و ذلك

لتحقيق التوازن بين هذه الفقرات التي تمثل المنظور المتكامل لإدارة الأزمات

¹ زينات موسي مسك ، واقع إدارة الأزمات في مستشفيات القطاع العام العاملة في الضفة الغربية واستراتيجيات التعامل معها من وجهة نظر العاملينK كلية الدراسات العليا - جامعة الخليل، 2011.

التعليق على هذه الدراسة: تمثلت هذه الدراسة في إدارة الأزمات الذي هو نفس موضوعنا الذي نسعى إلى دراسته و كما أنها اعتمدت على نفس المنهج الذي اتبعناه في دراستنا ألا وهو المنهج الوصفي يمكننا القول أن أوجه التشابه بين هذه الدراسة و دراستنا هي التي دفعتنا بأن نعتمد عليها، كدراسة سابقة .

10- تحديد مصطلحات الدراسة :

العلاقات:

وتعني حصيلة الاتصالات التي تتوافر بين هيئة الجماهير والمنظمة، والتي يهدف من ورائها تحقيق أهداف ومصالح معينة¹

أما إجرائيا فيقصد بالعلاقات تلك الجهود التي تبذلها منظمة ما من أجل التحكم في الواقع والمتغيرات وخاصة في حالات الأزمة وذلك من خلال جملة الاتصالات التي تقيمها المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية².

الأزمة :

يعرف قاموس (أمير كان هيرتيج) الأزمة بأنها "وقت أو قرار حاسم أو حالة غير مستقرة تشمل تغيرا حاسما متوقعا كما في الشؤون السياسية، وذلك تقريبا ما ذهب إليه قاموس أكسفورد فيقول أن الأزمة هي نقطة تحول أو لحظة حاسمة في مجرى حياة الناس كالأزمة المالية والسياسية³.

أما إجرائيا فيقصد بالأزمة انها كل حدث أو موقف غالبا ما يتم بصورة مفاجئة وغير متوقعة أو يكون التنبؤ به قد تم بوقت قصير قبل وقوعه بحيث لا يتيح الوقت المناسب لاتخاذ الإجراءات لمواجهته ، وهو ما يضع المنظمات في حالة ارتباك وتدهور في العلاقات مع زبائنها و جماهيرها .

1 - ناصر المعيرفي ، العلاقات العامة ، القاهرة ، دار المعارف ، 1989 ، ص. 47

2 - مرجع نفسه ، ص. 50

3 - عثمان محمد العربي، اتصالات الازمة مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، (جانفي

- افريل 1999) ، ص. 98

4. الإستراتيجية :

الإستراتيجية لدى مدرسة (هرفارد) هي مجموعة القرارات المهمة للاختبارات الكبرى للمنظمة المتعلقة بالمؤسسة في مجموعها والرامية اساسا إلى تكييف المؤسسة مع التغيير، و كذا تحديد الغايات الأساسية والحركات من أجل الوصول إلى القرارات الأساسية لاختيار هيكل التنظيم والأخذ بعين الاعتبار تطبيق الإستراتيجية تعتبر جزءا منها¹.
أما إجرائيا فيقصد بالإستراتيجية وضع الخطط العامة المدروسة بعناية، باستعمال موارد الاتصال والعلاقات العامة من أجل إدارة وتسير الأزمة.

¹ - نفس المرجع , ص, 264

الفصل الأول

ماهية العلاقات

العامة و الأزمات

1 - تعريف العلاقات العامة :

يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة من واقع التعريفات الكثيرة التي ذكرها الباحثون المتخصصون في مجال العلاقات العامة و كذلك الجهات و المنظمات المعنية بذلك. فقد جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني أن العلاقات العامة هي : الجهود الإدارية المخططة و المستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها.

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء و تعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعلاء و الموظفين و المساهمين و الجمهور العام .

فالعلاقات العامة من وجهة نظر جمعية العلاقات العامة الأمريكية لا تقتصر فقط على علاقات المنظمة مع جماهيرها الخارجية كالعلاء و الجمهور العام بل تمتد لتشمل علاقاتها مع جماهيرها الداخلية أيضا .

وفي رأي Edward J. Robinson ، فإن العلاقات العامة كعمل سلوكي و اجتماعي تطبيقي تتضمن الوظائف الآتية :

✓ قياس و تقييم و تفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها علاقات بالمنظمة.

✓ مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف المتعلقة بزيادة تفهم الجماهير للمنظمة و تقبلها لمنتجات المنظمة و خططها و سياستها و موظفيها .

✓ تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة و بين مصالح و حاجات و أهداف الجماهير المختلفة.

✓ تصميم و تنفيذ و تقييم البرامج بهدف اكتساب تفهم الجماهير وقبولها.

ويشير Cutlip , Center and Broon إلى أن العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية التي تقوم بإنشاء و الاحتفاظ بعلاقات متبادلة مفيدة بين المنظمة و الجمهور الذي يعتمد عليه مدى نجاح المنظمة أو فشلها.¹

و عرفها قاموس " ويبستر " Webster ' s new collegiate dictionry بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومية أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات طيبة و جيدة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين و المستخدمين و جملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام ، و ذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه .

و أهم ما أشار إليه هذا التعريف هو أنه لم يقتصر العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات أو الأجهزة أو على نوع معين من الأجهزة ، بل أنه أوضح أن العلاقات العامة تمارس في كافة المؤسسات و الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية ، صناعية أو غيرها .

كما أن هذا التعريف اهتم بتوضيح الهدف من العلاقات العامة و هو تكوين علاقات طيبة بين تلك المؤسسات و بين الجماهير التي تتعامل معها ، أو تتصل بها حتى تكتسب هذه المؤسسات في النهاية رضا المجتمع الذي تعيش منه ، كما أن هذا التعريف لم يغفل النوعين من الجماهير سواء كانت الجماهير الخارجية من ممولين أو مساهمين أو جماهير داخلية من عمال و غيرها.

و يؤخذ على التعريف أنه اعتبر العلاقات العامة نشاط من جانب المؤسسات و استخدام كلمة نشاط فيه خلط بين مفهوم العلاقات العامة أو باستخدامها كمرادف لبعض وظائفها مثل الدعاية و الإعلام و الإشهار عن المنظمة .

و لكن مفهوم العلاقات العامة أوسع و أشمل من مفهوم هذه المصطلحات ، كذلك فإن هذا التعريف اعتبر العلاقات العامة نوعاً من النشاط الإنساني دون أن يضيف عليها طابع الفن أو العلم ، فهو لم يحدد الأسس العلمية التي تقوم عليها العلاقات العامة باعتبار

¹ محفوظ أحمد، جودة ، إدارة العلاقات العامة : مفاهيم و ممارسات، مؤسسة زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 1997، ص 15.

أن العلاقات العامة لا تقوم على الارتجال ، بل إنها تقيس و تحلل و تخطط و تنفذ و تتابع و تقيم ، و يتطلب القيام بها أخصائيين مدربين على عملياتها¹.

كما عرفها كريستيان Christian . B بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة ، فيساندونها في أزماتها و يعضدوها في أهدافها و يشجعوها في نشاطها ، فهذا التعريف يعتبر العلاقات العامة جهودا تبذل مثله مثل معهد العلاقات العامة البريطاني .

و تعرف جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها " هي وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة و التي تسعى بها المنظمات لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها و الحفاظ على استمرار هذا التفاهم و التعاطف و التأييد و ذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها و أنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الأخلاقي و الأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط .

أما دائرة المعارف البريطانية فتعرف العلاقات العامة بأنها "مظاهر النشاط التي

تتصل بتفسير و تحسين العلاقات بين المنظمة و جمهورها " .

أما التعريفات العربية التي تحاول تحديد مفهوم العلاقات العامة هي :

عرف الدكتور " محمود الجوهري " العلاقات العامة بأنها فن معاملة الجمهور و كسب رضائه أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجمهور و تحقيق المصلحة العامة".

و يعرف "أحمد كمال أحمد " العلاقات العامة بأنها " عملية مستمرة تستخدم أدوات الإعلام و الاتصال بعد قياس اتجاهات الرأي العام و تفسير نفسية الجماهير المعنية المتصلة بالهيئات الاجتماعية بصفة مباشرة أو غير مباشرة ، و كذلك العاملين بالتنظيمات الاجتماعية طبقا لمنهاج علمي يمكن عن طريقه توصيل رأي المسؤولين في هذه التنظيمات

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة من منظور علم الاجتهاد، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،

إلى جميع الفئات المذكورة من الجماهير بهدف إيجاد التفاهم و الاتفاق و التكيف بين المؤسسات و جماهيرها المختلفة و بذلك تحقيق الفائدة للجميع".

و يعرف " محمد فريد الصحن " العلاقات العامة بأنها " النشاط المخطط الذي

يهدف

إلى تحقيق الرضا و التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات و برامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية ¹.

و قد عرف الدكتور " جابر إبراهيم إمام " العلاقات العامة بأنها " فن الحصول على

رضا الجمهور و ثقته و تأييده و الوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال و التفسير الكافيين". عرف الدكتور " حامد زهران " العلاقات العامة بأنها " الجهود المقصودة المستمرة و المخططة ، التي تقوم بها إدارة المؤسسة و التي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل و ثقة متبادلة ، و منفعة متبادلة و تأييد متبادل و تعاون متبادل وعلاقات سليمة بين المؤسسة و بين الجماهير التي تتعامل معها في داخلها وخارجها عن طريق النشر و الإعلام و الاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة و الجماهير".

و يتضح من كافة التعريفات السابقة أن العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة و بطريقة مخططة وهدفها إنشاء تفاهم مشترك بين المنظمة و جماهيرها ، فتحسين الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجمهور هي غاية العلاقات العامة الأساسية و تبنى هذه الصورة الذهنية الجيدة على أساس تنفيذ برامج جيدة للعلاقات العامة تقوم على الأمانة و الصدق من خلال التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها فقد نستطيع أن نخدع بعض الجماهير لفترة محددة من الوقت لكنك لن تستطيع أن تواصل خداعه لفترات طويلة.

2- نظرة تاريخية لنشأة وتطور العلاقات العامة:

¹ محمد فريد الصحن ، العلاقات العامة : المبادئ و التطبيق، بيروت، الدار الجامعية، 1988.

يقول أحد الخبراء الأمريكيين أن الإطار التاريخي للعلاقات العامة هام جدا لممارستها في الوقت الحاضر، ويقال أيضا أن من لا يتذكر الوقائع التاريخية أو لم يطلع عليها سيكرر أخطاءها ...

بالرغم من العلاقات العامة الحديثة بوصفها نشاطا اتصاليا مقصود به المواءمة بين مصلحة المؤسسة و جماهيرها المؤثرة فيها قد ولدت في مطلع القرن العشرين فإنها كنشاط إعلامي وجهود اتصالية تبذل للإقناع وحث الجماهير لاعتناق أفكار معينة أو القيام بتصرفات محددة وجدت حتى في المجتمعات البدائية. ومع أن مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة جدا التي لم يتفق لتحديد وقت معين لاستعمالها على مستوى العالم ، إلا أن الاعتراف بقوة الرأي العام ومحاولة تطويعه للمصلحة يمتد إلى عصور ما قبل التاريخ فالمحاولة للتفاهم مع الآخرين والتأثير في آرائهم قديمة قدم البشرية نفسها ، ولكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة وسعة النشاط في الزمن الحاضر عنه في الأزمنة القديمة .

ويمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى :

● العلاقات العامة القديمة:

- العلاقات العامة في العصور البدائية:

لقد ظهرت العلاقات العامة في المجتمعات البدائية حيث كان رؤساء القبائل يستخدمون نشاط يشابه العلاقات العامة وقد استعانوا بالأطباء والسحرة أو من يملكون القدرة على طلاقة الحديث والشرح والتفسير لإقامة العلاقات والاتصالات بالقبائل الأخرى لإقامة علاقات الصلح والتراضي في حالات المنازعات والحروب وفي الاحتكام إلى طرف ثالث لتحقيق الاتفاق بين الطرفين.¹

¹ محمد عبد الفتاح محمد : العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ،

وكان رئيس القبيلة يتولى عمليات الإعلام بين أعضاء قبيلته، فيدعو إلى الخروج لعمليات الصيد والقتل والدفاع والقتال ، أو حفلات الزواج ، وحفلات تكريس المراهقين .

ويحرص رئيس القبيلة في كافة المناسبات على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ، وقد يستعان برجل قوي الحجة أو إلى الأطباء ومن يجيدون فنون التعبير، وقد كان الشاعر يقوم بدور الإعلام بمفاخر القبيلة وأثارها وأحداثها ، ويقوم بعمليات الإعلام والشرح والتفسير .

وكان رئيس القبيلة يجتمع بأفراد قبيلته للتداول في الشؤون التي تخص القبيلة وكان يتولى مسؤولية التوجيه الإعلامي في القبيلة، ومن الواضح أن الاختلاف الأساسي لتلك النشاطات التي يمكن اعتبارها النواة الأولى للعلاقات العامة عن ممارسة النشاط اليوم هو اتجاهها آنذاك إلى غرائز الفرد وإثارة انفعالاتها كأسلوب للتأثير عليه بينما تخاطب العلاقات العامة الحديثة عقل الفرد ووعيه. ¹

-العلاقات العامة في الحضارات القديمة:

لقد تقدمت أساليب ممارسة النشاط تقدما كبيرا لدى القدماء في كل من حضارة وادي الرافدين ووادي النيل في الشرق والحضارتين اليونانية والرومانية في الغرب ففي مصر القديمة نجد أن الملوك والحكام 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 استخدمت مصر الفرعونية أوراق البردي في النشرات التي كانت يصدرها فرعون مصر، وأما المماراة أشياء ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى ، وأن واجهات المعابد والنقوش الموجودة على الأحجار والتماثيل والشعارات المجسمة كانت لإثارة المشاعر ورفع الروح المعنوية بين الشعوب بجانب الأغراض الدينية والسياسية ومن أمثلة ذلك لوحة نارمر .

¹ زياد محمد الشمران ، عبد الغفور عبد السلام : مبادئ العلاقات العامة ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ،

وفي سنة 1886 استطاع العلماء أن يعثروا في بلدة تل العمارنة على كثير من الرسائل التي تتضمن أنباء انتصارات ومواقع وحروب وتعليمات الأهالي وهي بذلك تشبه النشرات التي تصدرها مكاتب العلاقات العامة في الوزارات المختلفة كبلاغات وزارة الحربية أو تعليمات وزارة الزراعة مثلا.

عموما فإن المصريين القدماء أتقنوا ما يسمى بخطة التوقيت أي اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية في العلاقات العامة فكانت مواسم الري من خير المناسبات لنشر الأنباء والتعليمات الشفوية على الناس حيث كان الأفراد بمثابة أعمدة التلغراف أو التلغراف الحديثة إذ تسري الأخبار خلال رؤوسهم جميعا إلى أن تصل من أقصى البلاد إلى أقصاها¹

وقد كانت تسجيلات اليونان القدامى توضح اهتمامهم الكبير لنفوذ الرأي العام وكانت أعمال العلاقات العامة جزءا متكاملًا من أعمال الحكومة ، وأكثر اتصالًا بالجماهير من العلاقات العامة في الحضارات المصرية ، كانت الأضواء تسلط على أعمال الملوك و الأفراد و الكهنة و الحكام ، كما كانت الدعاية توجه الى الطبقات الأرستقراطية ، أما عند اليونان فقد بدأت الأضواء تسلط على بعض القادة وأعضاء مجالس الشيوخ والشعراء ، والفنانين وغيرهم .

وقد عرف اليونان أهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير، فكان يجمع في ركابه طائفة الخطباء والشعراء والمفكرين، وكان اليونان يسمحون للشعب بأن يوضح آراءه وأفكاره للمسؤولين وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم.²

واهتمت الحضارة الرومانية بما يعرف اليوم بتعبير الرأي العام ورفعت شعار "صوت الشعب من صوت الله" ليؤكدوا أهميته للرأي العام ، وقاموا بحفره على معابدهم وتمثاليلهم ، كما كتبوا عبارة "مجلس الشيوخ والشعب الروماني" على واجهة البرلمان وقد نشط في هذا المجال كل من الشعراء والأدباء الذين كانوا يتولون توجيه الجماهير إلى أعمالهم ، وأصدر يوليوس قيصر صحيفة لنشر نشاط مجلس الشيوخ والترويج للمبادئ والقيم التي كانت تسود تلك الحضارة.

¹ سمير حسن منصور : مرجع سابق ، ص 33.

² حسين عبد الحميد أحمد رشوان : مرجع سابق ، ص 174 .

-العلاقات العامة في العصور الوسطى:

وفي العصور الوسطى نجد أن العلاقات العامة كانت تلعب دورا أساسيا وخاصة في شؤون الدعوة الدينية ، فعندما ظهر المذهب البروتستانتي وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها في مأزق حرج وراحت تنشد الخلاص من هذا المذهب الجديد الذي اعتبرته خروجا على الكنيسة وعلى المسيحية ، واهتم الكرادلة تحت رعاية البابا بمسائل الإعلام والنشر وإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية، ونشأت في ظل هذه الظروف الكنيسة البروتستانتية على يد "مارتن لوثر " الذي أفلح في إقناع العديد من الجماهير بمظاهر الظلم الذي كانت تمارسه الكنيسة الكاثوليكية ، وقد اعتمد في دعوته على مجموعة دعاة لديهم القدرة على إقناع الناس بدعوته الجديدة.

أما بالنسبة للحضارة الإسلامية فقد استطاعت أن تطور مفهوم العلاقات العامة بفضل اعتمادها على البرهان والإقناع والحجة في نشر الدعوة الإسلامية ، وكذلك حرصها على الشورى في الحكم والإنسانية في معاملة الناس، وعرف المسلمون وسائل الإعلام ، وطرق التأثير في النفوس، وكانت تلاوة القرآن الكريم ما تزال أسمى الطرق لرفع الروح المعنوية بين الناس في أيام السلم و الحرب على السواء.

ولقد لعب الشعراء دورا هاما في التوجيه والإرشاد والتأثير، وكانت القصائد الشعرية تحث على الجهاد والإنفاق في سبيل الله ، أو تعلن تأييدها لأحد المذاهب أو الفرق الإسلامية في تلك العهود كالخوارج والشيعة والحزمية وأهل السنة ، وتدعوا الناس إلى اقتداء مذهب من تلك المذاهب التي يؤيدها الشاعر.

وقد لعبت الخطب الدينية دورا خطيرا في العلاقات العامة ، فقد كان الخطباء يقومون إلى جانب الإرشاد الديني ، بالتوجيه الاجتماعي والسياسي.¹

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان : مرجع سابق ، ص 177 178.

ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية ، وكان الأزهر خير مكان ظهرت فيه العلاقات والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة للشريعة وللخليفة ، فقد حوله العزيز الفاطمي من مسجد تقوم فيه الشعائر الدينية إلى جامعة للشريعة تدرس فيها العلوم ويروج فيها للمذهب الفاطمي ، كذلك العمل على تخريج متخصصين في الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك ومن هنا أخذ الاهتمام يتجه نحو العلاقات العامة ويتسع وأمكن استخدامها في المجالات الدينية بجانب المجالات الاقتصادية والسياسية وذلك عن طريق الكتاب والمؤلفين والصحفيين وغيره ممن ساهموا في النشر والإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم وتعزيدهم.

• العلاقات العامة في العصور الحديثة:

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطا مستقلا مع بداية الثورة الصناعية ، وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة ، ففي القرن الثامن عشر ظهر في إنجلترا جوناثان سويفت Jonathan swift و دانيال ديفوي Daniel defee ، استخدما طرقا تماثل تلك التي تستخدمها العلاقات العامة في أيامنا هذه في نشر أفكارهم ، وينطبق نفس الحال على أعمال هكسلي Huxley بنشره للأفكار الثورية للنظرية الدارونية ، أما كتابات تشارلس ديكنز charles dickens فقد عرض فيها للشورور الاجتماعية التي ظهرت في عصره.

ولم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين.¹ فبالرغم من أن جذور العلاقات العامة تمتد بعيدا في الماضي إلا أنه من الممكن القول أن العلاقات العامة الحديثة نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين ولكن هذا لا يعني أنها ولدت بين عشية وضحاها وإنما كان هناك أنواع أخرى من النشاطات سبقتها ومهدت لها ، أهمها وكالات المؤسسة لشؤون الصحافة والنشاط الاتصالي المرافق للحملات الانتخابية وحملات جمع التبرعات وغيرها.²

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان : مرجع سابق ، ص 179 .

² ² زياد محمد الشerman ، عبد الغفور عبد السلام : مرجع سابق ، ص 24 .

ويرجع الفضل في تحديد معالم العلاقات العامة الحديثة إلى الرجل الأمريكي "إيفي لي" Ivy Lee حيث يعتبر أبو العلاقات العامة بعد أن وضح كثيرا من مبادئها خلال رحلته مع المهنة ، ولم يقتصر "إيفي لي" نشاطه على المجالات الداخلية فقط بل كان رائدا في العلاقات العامة الدولية.

ومما ساعد على تطوير العلاقات العامة اهتمام علماء الاجتماع المتزايد بتكوين الرأي العام وتأثيره، فقد قام هؤلاء العلماء بدراسة الرأي العام وتحليل الدعاية وملاحظة نشاط الجماعات المختلفة التي يتكون منها المجتمع، وقد أدت هذه الدراسات والأبحاث خدمات جليلة للمشتغلين في تبسيط العلاقات العامة إذ كشفت عن الدور الذي يلعبه الرأي العام وطريقة تكوينه.

ومن مجتمعنا العربي أصبح للعلاقات العامة أهمية خاصة عندما أنشأت كثير من الهيئات والمؤسسات الصناعية والتجارية أقساما قوية للعلاقات العامة ، مما دعى الكليات والمعاهد القيام بتدريسها كمادة وتخصص مستقل .

والعلاقات العامة بصفة عامة تخاطب الجماهير لجمع كلمتهم على أمر من الأمور، ولقد بلغ الأمر حدا كبيرا من التقديم وليس من التعقيد بحيث أصبح من واجب رجال السياسة ورجال الأعمال ورجال الدين والعلماء ضرورة استشارة خبراء العلاقات العامة في الطرق السلمية للاتصال بالجماهير وكيفية معاملتها لتصحيح الأوضاع الخاطئة اتصالاتهم الحالية .

ثانيا - مفهوم الأزمة :

ترجع أصول كلمة "أزمة" crisis إلى الكلمة اللاتينية linei ، ومعناها " أوان اتخاذ القرار"، وأي وقت صعوبة وشدة يهدد تاريخ شخص أو منظمة معينة.

ويختلف تعريف الأزمة باختلاف التوجهات الفكرية والتخصصات العلمية ، ففي القاموس البريطاني ويبستر تعني : " الوقت الحاسم أو الخطير الذي تعتمد نتائجه على قدر كبير من العواقب السلبية"، ويعرفها قاموس لونغمان بأنها: " زمن يتسم بوجود خطر

كبير أو صعوبة شديدة أو عدم اليقين سواء في السياسة أو الاقتصاد"، ويعرفها قاموس هيرتيج بأنها :

- حالة خطيرة وحاسمة أو نقطة تحول .

- أوضاع غير مستقرة في الشؤون السياسية أو الاقتصادية أو العالمية ، والتي يوشك أن يحدث فيها تغيير حاسم .

و في المنظور الإداري ، نجد أن الأزمة هي " لحظة حرجة و حاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها ، مشكلة بذلك صعوبة حادة أمام متخذ القرار ، تجعله في حيرة بالغة أي قرار يتخذ في ظل دائرة خالية من عدم التأكد ، وقصور المعرفة ، وقلة البيانات والمعلومات و اختلاط الأسباب بالنتائج ، و تداعي كل منهما بشكل متلاحق ، ليزيد من درجة المجهول عن تطورات الأزمة في ظل مجهول متصاعدة عن احتمالات ما قد يحدث مستقبلا من الأزمة، وفي الأزمة ذاتهما"¹، ويرى محمد رشاد الحملوي بأن الأزمة "عبارة عن خلل يؤثر تأثيرا شديدا على المؤسسة ، كما أنها تمدد الافتراضات والمسلمات الرئيسية التي تقوم عليها المؤسسة "

أما من منظور الاتصال، فالأزمة تمثل "موقفا يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية ، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والقانونيين " ، ومن هذا المنظور كذلك يرى خبراء الاتصال أن نطاق الأزمة يزداد اتساعا كلما حجت المنظمة المعلومات عن الجماهير ذات الصلة.

1- التطور التاريخي للأزمة :

في الحقيقة ترجع كلمة أزمة إلى الطب الإغريقي القديم ، حيث كانت تستخدم للدلالة على وجود نقطة تحول هامة ، أو لحظة مصيرية في تطور المرض ، إن المؤشرات المعتادة للأزمة في المرض هي تلك الأعراض المتمثلة في اضطرابات ضربات القلب ، وضغط الدم والتنفس ودرجة الحرارة .

¹ عبد السلام أبو قحف: إدارة الأزمات، القاهرة، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر و التوزيع، 1999، ص.54

والأزمة في معناها المجرد : " هي تلك النقطة الحرجة والخطة الحاسمة التي يتجند عندها مصير تطور ماي، إما إلى الأفضل أو إلى الأسوأ ، حيث الحياة أو الموت أو الحرب، أو السلم ،حيث إيجاد حل المشكلة أو تركها للتفجير .

أما في القرن السابع عشر 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 ، وفي بداية القرن التاسع عشر استخدم مصطلح الأزمة للدلالة على ظهور مشاكل خطيرة ، أو لحظات تحول حاسمة و فاصلة في العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، حيث استخدم "كارل ماركس" مصطلح الأزمة للتعبير عن فشل الأفراد في الإنتاج وتفاقم كل من هذه الأزمات عن سابقتها .

أما في القرن العشرين والواحد والعشرين ، استخدم المصطلح بسبب أزمة الكساد العظيم الذي أصاب المجتمع الإنساني كله وبشلل وخراب اقتصادي ، ما نتج عنه من دمار اقتصادي تبعته صراعات سياسية و دولية ، كانت بوادر ومقدمات الحرب لحرب عالمية طاحنة ، كما أن الأزمة الاقتصادية التي تعبر عن الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية ، مما يهدد سيولة الأداء المعتاد عليها والهادف إلي تحقيق غايتها قاد إلى أزمة اجتماعية وإنسانية دفعت بالسياسيين إلى الأزمة الدولية السياسية التي انتهت بأزمة بيئية نووية .

ففي القرن الواحد والعشرين وبالضبط في منتصفه ومع حدوث انهيار في قيم المجتمع والتفسخ المجتمعي خاصة المجتمعات الصناعية ، بعد الحرب العالمية الثانية دخل المصطلح حيز الاستخدام حيث استخدمه علماء النفس للتعبير عن أزمة الهوية ومع مطلع السبعينات وارتفاع الأنماط الاستهلاكية والزيادة السكانية في دول العالم الثالث وما نجم عنه من أزمات وكوارث إنسانية خاصة في إفريقيا استعار الديمغرافيين استخدام مصطلح أزمة الانفجار السكاني

وفي الثمانينات استخدم مصطلح أزمة من طرف علماء الاجتماع وذلك للوصول إلى الوصف الدقيق والتفصيلي للأزمات الاجتماعية التي تهدد المجتمع بصفة عامة ، نتيجة

لزيادة الشعور بالإحباط إزاء انهيار آليات تسوية النزاعات والصراعات الاجتماعية و تحقيق التوازن الاجتماعي، في ظل تنامي مجتمع الرأسمالية مما أدى إلى شعور طبقات أو فئات اجتماعية معينة داخل المجتمع بما يسمى بالاعتراب "خاصة في الأوضاع الراهنة في مجتمعاتنا وعند خوضنا البحث عن التطور التاريخي لمصطلح الأزمة وجدنا أنه هناك تداخلا وخطا بين مجموعة من المفاهيم المختلفة مثل: الأزمة ، المشكلة و الكارثة... إلخ.¹

¹ محمد عبد الغني حسن هلال ، مهارة إدارة الأزمات ، مركز تطوير الأداء و التنمية للنشر و التوزيع ، مصر ط1، 1996، ص 14 .

الفصل الثاني

دور العلاقات العامة

في تسير الازمة

1 - إستراتيجية العلاقات العامة عبر مراحل الأزمة

1-1 العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة

أحيانا يصبح الإعداد لمواجهة الأزمة أكثر صعوبة من مواجهها فعليا، وتشير نور إلى أن إدارة الأزمة تعني توقع حلوتها، والعمل على منع تشوبا، ومنه ترى أنه يجب الخروج بإدارة ناجحة اللازمة من خلال:

- خلق استجابات إستراتيجية لمواقع الأزمات.
- تأهيل وتدريب كوادر بشرية قادرة على مواجهة الأزمات - استخدام الأسلوب العلمي عند اتخاذ القرارات .

ويطرح رجستر ولار كن¹ اربع خطوات لمنع حدوث الأزمة

- وضع دليل إرشادي للأزمات المتوقعة
- وضع حيا عمامته تستهدف تجنب وقوع الأزمات
- تحديد الجماهير القابلة للتأثر بالأزمة ووسائل الاتصال بما بالسرعة اللازمة.
- تدريب متحدثين رسميين على التعامل مع وسائل الإعلام
- ومن العوامل الإجرائية التي يجب إعدادها في هذه الرحلة
- فريق الأزمة:

ومعناه مجموعة الإدارة المسؤولة عن الاتصال بالجماهير الداخلية والعالم الخارجي، وينبغي أن يتضمن فريق الأزمة تمني لأعلى سلطة في المنظمة، لأن الأزمة تتطلب ردود أفعال غير عادية، ولذلك يجب تشكيل الفريق بقيه رئيس مجلس الإدارة المنظمة، ومسئولين تدفق الأسال والعلاقات العامة والشؤون القانونية ، والأمن، وأخصائي النفس والاجتماع ومستشار من خارج المنظمة ، بينما يضم اعضاء اساسيين وأعضاء معاونين على النحو التالي:

- الفريق الأساسي: ويضم قائد الفريق، المتحدثون الرسميون، مراقب المعلومات،

منسق وسائل

¹ أ. محمود، يوسف؛ تخطيط برامج الازمات ، مجلة كلية الدراسات العليا، فنقرة، كلية الدراسات العليا باكاديمية مبارك

الإعلام، مسؤول تنفيذي. وفي بعض الأزمات الدولية، قد تحتاج المنظمة إلى الاستعانة بشركة

متخصصة في العلاقات العامة¹

- الفريق المعاون: ممثل الشؤون القانونية، ممثل الأمن، ومستشار نفسي واجتماعي للتعامل مع الضحايا .

- إجراءات وتدابير مرحلة ما قبل الأزمة:

أ: رصد بيئة عمل المنظمة

يستهدف رصد بيئة عمل المنظمة وضع تصور شامل عن تاريخ المنظمة، ونشاطها، ومركزها المالي والقانون، والمشكلات التي تعرضت لها في السابق، والمشكلات المتوقعة، وعلاقات العلي الداخل والخارج، وعلى الأخص الجوانب التالية:

- طبيعة نشاط المنظمة و خلفيتها التاريخية، وتوعية الخدمات والمنتجات التي تقدمها. - علاقة المنظمة مع مندوبي وسائل الإعلام في جوانبها الإيجابية والمعلبية. - مراجعة النشرات و التقارير التي تصدر حمن المنظمة، والعمل على دعمها بالمعلومات الموثوقة. - الاستيعابه الكامل للقوانين واللوائح المنظمة للعمل، أو المؤثرة عليه. - رصد جوانبه قوة المنظمة ودرما في المجتمع، و كيفية توظيف هذه الجوانب ي حلة التعرض - دراسة جوانب دعم العلاقات مع الحلقاء، و كسب العديد من المؤيدين للمنظمة وياستها،

ومحاولة التعرف على الخصوم و كيفية التصادي هم - مراجعة السجلات التي تحتوي على كافة الإحصاءاته، لتستخدم في مواجهة ما قد يقار من تساؤلاته و انتقاداته أثناء الأزمة

ب: تحديد الجماهير المستهدفة

الهدف من تحديد الجمهور هو سرعة التعامل مع قطاعات المجتمع ذات الصلة بالأسسة، وهم عادة :

- الجمهور الذي تؤثر فيه الأزمة

1 Bland, M: Communicating Out of a Crisis, London, Macmillan Press, 1998, p. 36

- الذي يؤثر في المنظمة.

- المتورط في الأزمة.

ج: بناء الرسائل الاتصالية واختيار طرق الاتصال

تعتمد صياغة الرسائل الاتصالية على طبيعة الأزمة، والمرحلة التي تمر بها، والجمهور المستهدف ومن الهم التفكير في صياغة هذه الرسائل، وذلك لأنها تعتمد بالدرجة الأولى على خلفية المنظمة واستراتيجيات عديدة¹.

1-2 العلاقات العامة في مرحلة الأزمة

تؤكد العديد من الدراسات والأبحاث أن الأمر الذي يكون قيد الاهتمام أثناء الأزمة بتعتلي المعلومات، حيث أن قلبها تؤثر سلبا على مختلف الأطراف، وبالتالي فإن قدرة أخصائي العلاقات العامة في المنظمة على إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات الدقيقة والقورية وقت الأزمة تعطي مؤشرا مهما على فعالية المنظمة في إدارة الأزمة وخلق آثار إيجابية عن المنظمة لدى الجماهير ذات الصلة. ولذلك حاول تحليل الأدوار الإستراتيجية للعلاقات العامة مع الأطراف التي تتعامل معها بالدرجة الأولى وفي وسائل الإعلام، كما حاول إدراك كيفية استخدام العلاقات العامة أثناء الأزمة إجرائيا.

- معايير عمل العلاقات العامة أثناء الأزمات²: و يمكن حصرها في

- سرعة الاستجابة للحدث: حين تقع الأزمة لا بد أن تكون المنظمة مستعدة للاستجابة لها عمليا من خلال السبق في طرح المعلومات، وتلبية اهتمام المتعاملين مع المنظمة، وسرعة التوجه إليهم بحقائق الحدث .

- الانفتاح: إذا كان لا بد أن يعرف الناس عن المشكلة التي تؤثر فيهم، أو تؤثر على مصداقية المنظمة، فلا بد من تقديم معلوماته مكتملة، ويتضمن عنصر الانفتاح: سرعة الوصول للجماهير، وإتاحة المعلومات دون حجب أو تضارب، والرغبة في الاستجابة لمتطلبات الجمهور .

¹ Bland, M, op.cit. pp 37 38

communiquer en Temp de Crise, Québec, Press de L'université ,1999,p.227: 1 MDanielle
Maisonneuve et Al

- الصدق: إذ هو السياسة الوحيدة التي تكسب المنظمة ثقة كافة الأطراف والمتعاملين معها إظهار الاهتمام: حين تقع المشكلات لا بد من إظهار الاهتمام بالمتأثرين بها من الداخل والخارج حتى يتم شرح جوانب الأزمة .

- التعاون: وذلك مع وسائل الإعلام من خلال مندوبيها، وإمدادهم بكافة البيانات والإحصاءات .

- المسؤولية من خل التصدي للمشكلات و تحمل مسؤوليات كافة التصريحات والبيانات، بما فيها الاعتراف بالأخطاء.

- تجنب الحساسية: من خلال إعادة النظر في أسباب الأخطاء وتقبل النقد دون حساسية مسبقة.

ج- إجراءات العلاقات العامة في مرحلة الأزمة:

يطرح العديد من المختصين في هذه الرحلة العديد من الإجراءات الهامة، على النحو التالي أولاً: الاستحواذ على الأحداث

أحيانا تتخذ المنظمة بعض الإجراءات المفتعلة ليس لسحب سوى الإيحاء للجماهير بأنفاليده مستسلمة لهزيمة وإنما تقوم بعمل هم حيالها فمت حين بجثه تلوته في الهواء، قد تقوم المنظمة بايقاف التشغيل أحد المصانع حين تبدي للجماهير أنا مهمة بمم و حريصة على صحتهم، وبذلك تكون المنظمة قد أدت بالأحدا منه، وخاصة عندما تقوم وسائل الإعلام بإبداع أفعالها

- إصدار البيان

يجب أن تكون المنظمة متحمسة لإصدار بيان بالحدث خلال دقائق معدودة، ويتم تمرير هذا البيان عبر قنواته وسائل الإعلام التي يتم اختيارها مسبقا، وينطوي البيان على بعض العناصر المهمة .

- تقليل أكبر قدر ممكن من المعلومات المرتبطة بالحدث.

- إظهار تعاطف إنساني، وذلك باستخدام عبارات مثل: "نحن نهتم"، "نحن قلقون عن ما حدث"، "نحن نعنتي"، "نحن نتعاطف"، "نحن نأسف"، "نحن نندم" .

- الكشف عما تقوم به المنظمة لمواجهة الخلف، مثل: اتخاذ إجراءات وقائية، إيقاف

التشغيل

إغاثة المتضررين، إجراء تحقيقات خاصة من قبل جهات مستقلة¹

- اجتماع فريق الأزمة

ليس من الواجب أو المتوقع إلزاما تواجد جميع أعضاء الفريق و استعدادهم النفسي لمواجهة الحدث، ومهما كان هيكل الفريق فلا بد أن يجتمع بالسرعة اللازمة، ويكون هذا الاجتماع بعيدا عن بؤرة الحدث بقدر الإمكان، حتى يلقي الفريق نظرة فاحصة من بعيد لا يحدث، قصد تطوير إستراتيجية المواجهة .

- إقرار إستراتيجية التعامل مع الأزمة

يظهر على واجهة المؤسسة أشخاص من كل مكان يطلبون الحصول على رسائل عاجلة و معلومات، وتتلقى المنظمة اتصالات عديدة من مندوبي وسائل الإعلام الذين يرغبون في الحوار مع المتحدث الرسمي، وعندما لا تستطيع المنظمة تلبية كل هذه المطالب تكون قد ارتكبت خطأ ، وهنا يجب على أعضاء فريق الأزمة تطبيق إستراتيجيات الإقناع الاتصالي المذكورة سابقا². كما يجب على فريق الأزمة الاتفاق على الإجابة على أسئلة إستراتيجية تتعلق بالأزمة، وهي :

- ما هي أسوأ حالة محتملة للحدث؟ ما الرهان الفعلي أو المخاطرة؟ ما الذي تعكسه

مدركات

الجماهير من الأزمة؟: وهنا قد يكون السؤال الأكثر أهمية وهو: "الأزمة ليست قي ما حدث ولكن فيما يعتقد الناس أنه حدث"، إن سمعة المنظمة تظل تحت التهديد، ليس بسبب ماتم بشأن الأزمة، ولكن بسبب أفكار واتجاهات الناس حول المنظمة، ومن المهم أن يدرك أعضاء فريق الأزمة هل حدث تغيير في أفكار الناس بشأن المنظمة. وللتأثير على ردود أفعال الجمهور

يمكن الاستعانة بكبار الإعلاميين في وسائل الإعلام .

Ibid,p.231

1- Bland, M, op.cit. pp 73

2- Dys: Getting Foople Into the Crisis Communication Plan Public Relations Quarterly, no 40,London,1995,p.111

3-1 العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة

بما أن الأزمة تحمل معها إرهاصات عميقة التأثير فيجب على المنظمات الاستمرار في جذب الجماهير نحو أنشطة المنظمة، وعدم إهمال المعالجات السلبية لما تنشره وسائل الإعلام والاهتمام بالرد القوي على كافة المستويات، كما يجب الاستمرار في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات من إصلاح هياكل المنظمة و كسب ثقتها، ومن ثمة بذل الجهود لإعادة بناء سمعة جيدة للمنظمة .

* أنشطة العلاقات العامة بعد الأزمة

- بيئة عمل المنظمة :يتوقع على فريق العلاقات العامة في هذه المرحلة النظر في إعادة هياكل التنظيم والإدارة بالمنظمة، وإعادة تحليل علاقة المنظمة مع مكوناتها المختلفة، والعمل على استكشاف مصادر التهديد ، واستخدام نظام الاتصال الشبكي فيما بين مكونات المنظمة كبديل من الاتصال النازل، كما يعني ممارسو العلاقات العامة برصد الأفكار السائدة والاتجاهات المرتبطة بأنشطة المنظمة، والحد من تأثير القضايا السلبية على سمعة المنظمة .

ب- دعم العلاقات بجماهير المنظمة: وبالأخص التعامل مع شكاوي الجماهير بجدية، والتفهم الكامل لمدرجات الجمهور وتبني قضاياهم لأكسابه المصداقية، وذلك من خلال وضع خطط الاتصال الكفيلة بتلبية احتياجاته .

ج- دعم العلاقات مع وسائل الإعلام : ولا من خلال إقامة روابط اجتماعية و صلات قوية مع الإعلاميين تستند إلى تبادل المصالح واقتناص فرص التعاون، وإقناعهم بتبني مواقف المنظمة د- دورها في خدمة المجتمع والجماهير وإبراز الجانب الإنساني في نشاط المنظمة، والالتزام بالوضوح والصراحة ودقة المعلومات عند التعامل مع مندوبي و وسائل الإعلام .

و- مواجهة جماعات الضغط : ترصد العلاقات العامة في هذا المستوى الفئات التي تحتفظ بمشاعر عدائية تجاه المنظمة ومراقبة تصرفاتهم، ومن ذلك السعي إلى كسب حلفاء إستراتيجيين من الممولين والمنافسين .

2 - دور العلاقات العامة في ادارة الازمات

ان مواجهة اي أزمة أو طارئ قد تتعرض له المنظمة او المؤسسة يتطلب علاقات عامة قوية قادرة على احتواء اي أزمة قد تنشأ ويبرز دور العلاقات العامة في مثل هذه الظروف من خلال عمليات التخطيط والتنظيم والمتابعة والتحليل المستمر لاتجاهات الرأي العام ومن ثم معرفة تطور أي أزمة وحجمها ومعرفة البدائل المختلفة لحلها وعرضها على إدارة المنشأة وإقناعها بالمعلومات الواردة لها عن الرأي العام.

وبما ان الأزمة عبارة عن مجموعة من المشاكل تفاقمت وتعاظمت وتأزمت مما كون شكلا جديدا يسمى بالأزمة والتي في بدايتها تبدو وكأنها مشكلة صغيرة لكنها ستتفاقم إذا لم نواجهها بالحل السريع والفوري ببنها من جذورها والإستتبت من جديد.

وهناك عدة اجراءات يجب اتباعها عند حدوث أي أزمة ابرزها :¹

- 1- الاتصال بمدير المنظمة .
- 2- استدعاء رؤساء اقسام العلاقات العامة داخل المنظمة .
- 3- اتخاذ الاجراءات اللازمة اولا بأول .
- 4- عقد اجتماع فوري للجنة الطوارئ لبحث الازمة .
- 5- قيام مدير العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الاعلام حتى يبلغهم بتفاصيل الحادث.

3-4 العوامل المؤثرة على العلاقات العامة في إدارة الأزمة

هناك مجموعة من العوامل التي تعيق الاكتشاف المبكر للأزمة وتحول بين اصدار انذارات مبكرة تنبئ بقرب وقوع أزمة ما، ومن اهمها:²

*حجب البيانات والمعلومات والمعرفة المهمة المتعلقة بالأزمة المحتملة عن الاطراف والأفراد الذين يحتاجون اليها وتلزمهم بصورة كبيرة لاتخاذ القرارات المناسبة ولدراسة نقاط الضعف والتغلب عليها، وبذلك فان اشارات الانذار المبكر لا تصل الى هذه الاطراف والى هؤلاء الافراد.

¹ زيد منير عبوي ، ادارة الازمات . دار كنوز للنشر والتوزيع ط1 عمان 2006 ، ص26

² السعيد عبد الوهاب محمد . استراتيجية ادارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة - دار العلوم للنشر والتوزيع ،

القاهرة ط 2006 ، ص154

* عدم قدرة المنظمة على الاستجابة المناسبة والفاعلة وفي الوقت المناسب للأخطار المحيطة والمحتملة ومنها الازمات .

* وجود صورة خاطئة وقناعة غير سليمة لدى افراد المنظمة بخصوص قدرات هذه المنظمة ومناعتها ضد الازمات.

وتم تحديد اربعة عوامل رئيسة تؤثر على العلاقات العامة في إدارة الأزمة وهي :

- 1- حجم الاخطار الخسائر والأضرار الناجمة عن الخطر والخطر هو الحدث الذي يقع او لا يقع وقد يكون الهي بقوة قاهرة.
 - 2- مدى السيطرة على البيئة من خلال الاشخاص وتدريبهم وتوفير الاجهزة المطلوبة والسرعة في المواجهة.
 - 3- الزمن المتوفر للتصرف واتخاذ اللازم .
 - 4- عدد الخيارات المتاحة .
- 4-4 التدريب على خطط العلاقات العامة وإدارة الازمات:

تعد استراتيجية التدريب من الاستراتيجيات الفعالية عند التخطيط للأزمات، بل أنها تعد من اكثرها تأثيرا وقياسا لكفاءة ادارة الأزمة، وتلك الاستراتيجية تتضمن كافة التخصصات في ادارة الأزمة ومن بينها مسؤولي العلاقات العامة وبالتالي تختلف صور وأنماط التدريب حسب كل تخصص واهتمام المؤسسة ببرامج التدريب واجراء التجارب راجع الى عدة اهداف و فوائد منها¹:

- أن التدريب على خطوط ادارة الازمات يعد فرصة الاختيار امكانيات وقدرات المؤسسة المالية والبشرية ومدى قدرتها على الاستعداد لمواجهة الازمات.
- يساهم في مراجعة وتحديث المعلومات والبيانات الخاصة بالازمات المتوقعة الحدوث، والتي تمثل السيناريوهات المحتملة.
- مراجعة مدى فعالية الأدوار والمسؤوليات الكلى عضو بفريق الادارة الازمة ومدى السرعة في تحقيقها .

¹ السعيد عبد الوهاب محمد ، نفس المرجع السابق، ص13

- التدريب فرصة لإدخال التحسينات والتعديلات على خطة ادارة الأزمات ومعرفة أوجه القصور بها . والتدريب على ادارة الأزمات واجراء التجارب يساهم في تذ تعليم ثقافية المنظمة في ادارة الأزمات ويجعل هناك نوعا من الترويج و الانتشار الثقافية الأزمة بين العاملين بالمنظمة والمنظمات الأخرى، وهذا أن يوجد كل فرد بالعالمية شعورا بالمسؤولية تجاه منظمته .

الى جانب هذا فان التدريب يساعد في دعم الثقة وضبط النفس والقدرة على المواجهة لدى فريق ادارة الأزمة، نتيجة تكرار برامج التدريب على سيناريوهات لازمات متوقعة الحدوث تاخذ شكلا من الواقعية في تنفيذ الإجراءات، لرغبة كل عضو في اثبات كفاءته وفي نفس الوقت قدرته على التنسيق مع زملائه هذا فضلا عن دوره في اكتساب مهارات وخبرات ادارية واتصالية وفنية جديدة وظهور حلول غير نمطية تكون فعالية عند ادخال التحسينات والتعديلات على الخطة، وعند مواجهة اي ازمة تحتاج الى مهارات فنية في التعامل معها ليست مدرجة ضمن خطة ادارة الأزمة .

4-5 مهارات مستشار العلاقات العامة في ادارة الأزمات

* رجال العلاقات العامة الناجحون يتميزون بتحديد أهدافهم وغاياتهم بشكل جيد ودقيق ولا يتأثر

بسهولة مما يؤدي الى تحقيق هذه الأهداف والغايات والنتائج¹

* كما يطمح رجال العلاقات العامة الى تحقيق شيء ما ومن ثم يتوافر لديهم الكبرياء والأنضباط الذاتي وهم على استعداد للعمل بجد ولا يقومون بكل ما يتطلبه العمل من جهد .
* أن يكونوا على تركيز على أهدافهم وغاياتهم الرئيسية .

* و يتحملوا مسؤولية افعالهم، فلا يقدمون الأعذار ولا يلومون الاخرين.

* يبحث وجمال العلاقات العامة الناجحون على حلول للأزمة فهم يركزون على انتهاز الفرص التي تتاح لهم .

* لديهم الشجاعة للاعتراف بأخطائهم عندما ترتكب .

* اعتمادهم على انفسهم وهم يملكون المهارات والمواهب.

¹ السعيد عبد الوهاب محمد ، نفس المرجع السابق ، ص ، 14

4-6 مشكلات الأزمات التي تواجه العلاقات العامة بالمؤسسات:

إن العصر الحالي هو عصر المعلومات وعصر الكمبيوتر والانترنت، فكيف يمكن لموظف العلاقات العامة الإبداع في عمله، إذا لم يكن يتمتع بالعلم والخبرة والكفاءة والمهارة الكافية، فقبل كل شيء لا بد من أن يكون موظف العلاقات العامة خريج جامعي - إن أمكن - ويتمتع بشخصية جيدة ومقبولة.

والمشكلة التي تواجهها دائرة العلاقات العامة هنا في امكانية اجتذاب مثل هذه الكفاءات للعمل مع المؤسسة، ومن ناحية ثانية هل مثل هذه النوعيات المثقفة من الموظفين موجودة بالسوق، فلا يكفي ان تحصل على شهادة من جامعة معينة، بل المهم أن تعرف كيف توظف ما تعلمته في محيط عملك. ومن هذه المشكلات ¹:

1- ترك العمل:

من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة هي ترك الموظفين للمؤسسة والبحث عن عمل جديد، لأسباب متعددة، قد تكون بعضها مادية، فقد يستقيل موظف العلاقات العامة من أجل العمل لدى مؤسسة منافسة أو للسفر للخارج، أو حتى يمكن لموظف العلاقات العامة أن يترك الشركة بسبب ظروف العمل والبيئة التي تسود المؤسسة، حيث أحيانا النواحي المادية لا تكون هي العامل الرئيسي التي تجعل الموظف يترك العمل، فأحيانا كلمة تشجيع، وتوجيه الشكر للموظف يكون لها فعل السحر.

2- تعامل الأقسام بين بعضها البعض:

إن مهمة العلاقات العامة صعبة لأن نجاح الشركة لا يعتمد على جهد فردي فقط، وإنما يعتمد على جهود جميع الموظفين، كل في موقعه وبالتالي فإن نجاح الشركة يعتمد على عمل الفريق. ومن هذا المنطلق، يجب على العلاقات العامة ادراك موقعها المهم بالمؤسسة، وعدم استفزاز الآخرين، لذلك لا تتعرض لمشاكل هي في غنى عنها، بل على العكس عليها أن تتواصل مع الدوائر والأقسام وتشعرها أن جهودها ما هي إلا مكملة لجهود هذه الأقسام.

¹ د غسان قاسم داود اللامي، ادارة الازمات ، الاسسو والتطبيقات ، جامعة الفلوجة / كلية الإدارة والاقتصاد.

خاتمة

خاتمة

من خلال ما تم التطرق اليه نستخلص أن الهدف الأساسي الذي تدور حوله كافة أنشطة العلاقات العامة هو تكوين صورة طيبة ومحبية للمؤسسة لدى الجمهور، وإن أهمية العلاقات تبرز أكثر خلال نشوب الأزمة، لذا فمن الضروري أن تتدعم كل مؤسسة بجهاز للعلاقات العامة حتى يقوم بإدارة وتسيير الأزمة قبل واثناء وبعد حدوثها، كما أن التعامل العلمي الحكيم مع الأزمات من شأنه أن يحد من حجم المخاطر والآثار الناجمة عنها لذلك أصبح الاعتماد على النماذج العلمية في مواجهة الأزمات من قبل المنظمات ضرورة حتمية ليس بهدف تحقيق نتائج ايجابية فقط وإنما لتجنب الآثار السلبية ومحاولة السيطرة عليها في وقتها.

إن العلاقات العامة في أي مؤسسة تعد جزءاً هاماً فهي صوتها الذي يستمع إليه الجمهور المتلقي ويعرف إنجازاتها من خلاله، كما أنه يمثل وحدة قياس نشاط المؤسسة ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها، ومن ثم فقد أدركت المؤسسات أهمية إنشاء جهاز العلاقات العامة الذي يقوم بمهام جبارة لمواجهة الصعوبات والتحديات الكبيرة التي تواجه المنظمة من خلال تفعيل دور العلاقات العامة للحد من الصراعات التنظيمية التي استفحلت في كافة المؤسسات الحديثة، والتي تستوجب استخدام أساليب فعالة لمعالجتها واستراتيجيات محكمة لإدارتها خاصة إذا كانت هذه الصراعات بين أفراد القوى العاملة في المؤسسة.

قائمة

المصادر والمراجع

باللغة العربية

الكتب

- صلاح الدين شروخ , منهجية البحث العلمي , دط, عنابة, : دار العلوم للنشر والتوزيع , د س ط
- ناصر المعيرفي , العلاقات العامة , القاهرة , دار المعارف , 1989
- عثمان محمد العربي, اتصالات الازمة مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها , المجلة المصرية لبحوث الاعلام , (جانفي - افريل 1999)
- محفوظ أحمد، جودة ، إدارة العلاقات العامة : مفاهيم و ممارسات، مؤسسة زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 1997 .
- حسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة من منظور علم الاجتهاد، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1993 .
- محمد فريد الصحن ، العلاقات العامة : المبادئ و التطبيق، بيروت، الدار الجامعية، 1988
- محمد عبد الفتاح محمد : العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 2006 .
- زياد محمد الشرمان ، عبد الغفور عبد السلام : مبادئ العلاقات العامة ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2001
- عبد السلام أبو قحف: إدارة الأزمات، القاهرة، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر و التوزيع، 1999
- محمد عبد الغني حسن هلال ، مهارة إدارة الأزمات ، مركز تطوير الأداء و التنمية للنشر و التوزيع ، مصر ط1، 1996.
- أ. محمود، يوسف؛ تخطيط برامج الازمات ، مجلة كلية الدراسات العليا، فتقرة، كلية الدراسات العليا باكاديمية مبارك للأمن العدد التاسع، يوليو 2003

- زيد منير عبوي , ادارة الازمات . دار كنوز للنشر والتوزيع ط1 عمان 2006 , ص26
- السعيد عبد الوهاب محمد . استراتيجية ادارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة -دار العلوم للنشر والتوزيع , القاهرة ط 2006
- د غسان قاسم داود اللامي,ادارة الازمات , الاسس و التطبيقات , جامعة الفلوجة / كلية الإدارة والاقتصاد, 2015

Références en français:

- Bland, M: Communicating Out of a Crisis, London, Macmillan Press, 1998
- communiquer en Temp de Crise,Québec,Press de L'université ,1999
- Dys: Getting Foople Into the Crisis Communication Plan Public Relations Quarterly, no 40,London,1995

Sites web:

<https://www.almanhal.com/ar>