



كلية العلوم  
الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

# دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات

دراسة ميدانية في مديرية الصحة والسكان

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بوبكر بوعزيز.

إعداد الطالبتين:

قعودي حياة.

جغلولي آمنة.

السنة الجامعية: 2022 / 2021

# دعاء

اللهم لا تجعلني أصاب بالغرور إذا نجحت  
ولا باليأس إذا أخفقت و ذكرني أن الإخفاق  
هو التجربة التي تسبق النجاح اللهم إذا أعطيتني  
نجاحا فلا تأخذ تواضعي وإذا أعطيتني  
تواضعا فلا تأخذ اعتزازي بكرامتي

## شكر وتقدير

يقول الله عز وجل أعوذ بالله من الشيطان الرجيم ﴿..لئن شكرتم لأزيدنكم..﴾  
اننا لنشكر الله تعالى على تزويدنا بالصبر والأناة لتحمل مشقة هذا البحث وتوفيقنا لإتمامه  
ونطمح أن يزيدنا من فضله ويتم علينا نعمته بأجرنا المجتهد  
ونرفع شكرنا إلى الأستاذ المشرف المحترم بوعزيز بوبكر على عملنا هذا طيلة فترة انجازه وعلى  
توجيهاته القيمة، وعلى صبره معنا املا في ان نقدم عملا مميزا يكون معين  
دون ان ننسى كل من ساعدنا في انجاز هذا البحث العلمي من قريب او من بعيد  
الى ان خرج من حيز التصور الى الواقع الملموس.  
أما الشكر الذي من النوع الخاص فنحن 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..

قعودي حياة

جغلولي أمانة

# الإهداء

نهدي عملنا هذا لعائلاتنا كونهم مصدر الهام طوال فترتنا الدراسية

إلى الأباء والأمهات

إلى الإخوة والأخوات

إلى كل من ساهم معنا في هذا البحث

إلى كل أساتذتنا عبر كل الأطوار

وإلى لمن سيقبل بعدنا من الطلبة على غمار البحث في مواضيع مماثلة

إلى كل الأصدقاء والصدقات

إلى كل الزملاء والزميلات

إلى كل من ساهم ولو بكلمة طيبة



## قائمة المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

أ	مقدمة:.....
2	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....
3	1-تحديد الإشكالية:.....
4	2-أسباب اختيار موضوع.....
4	3-أهمية الدراسة:.....
4	4-أهداف الدراسة:.....
5	5-منهج الدراسة:.....
6	6-نوع الدراسة:.....
6	7-عينة البحث:.....
6	8-أدوات جمع البيانات:.....
7	9-مجتمع الدراسة:.....
7	10-عينة الدراسة:.....
7	11-مجالات الدراسة.....
7	12-تحديد المفاهيم والمصطلحات.....
10	13-الدراسات السابقة:.....
14	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.....
15	أولا: العلاقات العامة.....
15	1-ماهية العلاقات العامة.....
16	2-وظائف العلاقات العامة.....
17	3-مبادئ العلاقات العامة:.....
18	4-أهمية العلاقات العامة:.....
20	5-أهداف العلاقات العامة:.....
22	6-وسائل وتقنيات العلاقات العامة:.....
25	ثانيا: إدارة أزمة كورونا.....
25	1-التطور التاريخي لعلم إدارة الأزمات:.....

27	.....	2-أهداف إدارة الأزمات:
29	.....	3-خطة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات:
37	.....	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
38	.....	أولاً: التعريف بمؤسسة الدراسة:
41	.....	ثانياً: التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة:
41	.....	عرض نتائج المحور الأول:
48	.....	تحليل نتائج المحور الثاني: وسائل العلاقات العامة في مديرية الصحة:
51	.....	تحليل نتائج المحور الثالث: العراقيل والصعوبات جهاز العلاقات العامة في مديرية الصحة:
55	.....	ثالثاً: النتائج العامة للدراسة:
57	.....	خاتمة:
59	.....	قائمة المراجع:
62	.....	الملحق

## قائمة الجداول

- جدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ..... 41
- جدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي ..... 42
- جدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي ..... 43
- جدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير معنى العلاقات العامة لأفراد العينة ..... 44
- جدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير وجود جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة ..... 45
- جدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظائف التي يقوم بها المكتب العلاقات العامة .. 46
- جدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير اهداف إدارة العلاقات العامة ..... 47
- جدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة ..... 48
- جدول رقم (09) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة ..... 49
- جدول رقم (10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة ..... 50
- جدول رقم (11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجهة التي يلجئون اليها لتقديم الشكوى ..... 51
- جدول رقم (12) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة ..... 52
- جدول رقم (13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نسبة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة ..... 53
- جدول رقم (14) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة ..... 54

## مقدمة:

إن التقدم الذي عرفته جميع نواحي المجالات، وخاصة في هذا العصر الذي أصبح يطلق عليه بالعصر الحديث، حتم توفير القدرات الإدارية الضرورية لتحقيق حاجات ورغبات المواطنين في كافة المجالات الاجتماعية والخدمية والتجارية والصناعية... الخ، فالإدارة مهنة لها مسئولية اجتماعية وعليها واجبات تجاه العاملين والمواطنين وتجاه كافة الأطراف المشاركة في نشاط المؤسسة في مجالات العمل المختلفة.

وقد أفضت هذه المصالح المشتركة إلى تنمية فلسفة أو نشاط حديث للإدارة يطلق عليه العلاقات العامة وقد ازداد الاهتمام بالعلاقات العامة مع اتساع حجم المنظمات وتزايد المنافسة وكذلك التقدم الذي طرأ على وسائل الإعلام، حيث بدأت الإدارة تعي جيداً أن إيجاد وإقامة أساس سليم للفهم المتبادل أمر ضرورياً مع العاملين وكافة الجماهير الأخرى للمنشأة، فقد صار المستهلكون والمالكون والعاملون والمنافسون وغيرهم جميعاً لهم مصلحة مشتركة في رخاء وتقدم المجتمعات على حد سواء ومن ثم يتحقق مبدأ الجدار الشفاف، كل هذه المعايير تحقق فعالية العلاقات العامة في المؤسسة وحول هذه الفكرة يتمحور بحثنا، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع دور العلاقات العامة من زواياها المختلفة، وإلى تسليط الضوء على أبعاده الكثيرة، ذلك أن وظيفة العلاقات العامة في المنظمات متعددة الأدوار وقادرة على أن تصنع الفرق خاصة بالنسبة لمؤسسة من النوع الذي نحن بصدد دراسته، وهي المؤسسة خدمتية وقد تم اختيارنا لمديرية الصحة بالمسيلة.

وفي هذه الدراسة تناولنا دور العلاقات العامة في مديريةية الصحة بولاية المسيلة. ومن أجل ذلك قمنا بتقسيم دراستنا إلى الفصول التالية:

**الفصل الأول ويسمى بالإطار المنهجي :** وتطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلات البحث وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها وكذا تحديد المفاهيم ونوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات وكما تطرقنا إلى تحديد مجتمع البحث والدراسات السابقة.

**الفصل الثاني ويسمى بالإطار النظري :** وتطرقنا فيه إلى التعريف بكل ما يتعلق بمتغيرات الدراسة.

**الفصل الثالث ويسمى بالجانب التطبيقي:** تناولنا فيه التعريف بمؤسسة مديريةية الصحة والهيكل التنظيمي لها وعرض وتحليل البيانات الخاصة دور العلاقات العامة بالمؤسسة من خلال استمارة استبيان التي أجريناها مع موظفي المؤسسة لنخرج بالأخير بمجموعة من النتائج العامة للدراسة.

**الخاتمة، قائمة المراجع، والملاحق.**

الفصل الأول  
الإطار المنهجي للدراسة

## 1-تحديد 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 اتصال مباشر للظروف الغير عادية فالمشكلات والأزمات وغيرها كلها من الأسباب المباشرة لنمو وازدهار العلاقات العامة فالمهنة الإستراتيجية لها عندما تواجه الحكومة أو المؤسسات أزمة ما قد تهدد وضعها ومقدرتها على العمل أو المنافسة أو تهدد وجودها في حد ذاته حيث تصح المؤسسة عرضة للجمهور الخارجي والمراقبة من طرف وسائل الإعلام فهنا تبرز خبرة العلاقات العامة في حياة المؤسسات وأصبح أهميتها كنشاط إداري يسهم في نجاح المؤسسة.

يتعرض العالم اليوم إلى أزمة تهدد جميع بقاعه وتهدد كافة المؤسسات وتعرض الاقتصاد العالمي إلى تهديد الإفلاس إلا وهي جائحة كورونا وان لم تتعامل المؤسسة من الحديث بطريقة احترافية قد تهدد كيانها وسعتها ومن بين أهم النقاط التي يركز عليها إدارة الأزمة تسمح بنشاطها وصناعة أزمات أخرى كما انه في مثل هذه الأزمات جدر بإدارة فريق العلاقات العامة ابرز قيادتهم كخبراء من خلال تواجدهم إعلاميا حيث ما نركز عليه في اشكالياتنا هامته تأثير أزمة كورونا على مديرية الصحة ولاية المسيلة وذلك بمعرفة مساهمة فريق العلاقات العامة في مواجهة وكيفية استغلال وظائفها لحل الأزمة بأقل الإضرار هذا فيما يخص جائحة **covid 19** دراسة حالة بمديرية الصحة بولاية المسيلة.

أما موضوع دراستنا والذي على أساسه بنيت إشكالية دراستنا هو دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات وهنا نطرح الإشكال الرئيسي كيف ساهمة العلاقات العامة لمديرية الصحة بولاية المسيلة في تسيير إدارة أزمة كورونا.

## التساؤلات:

- ما مكانة جهاز العلاقات العامة في مديرية الصحة بولاية المسيلة ؟
- ما هي الوسائل التي تستخدمها جهاز العلاقات العامة في مديرية الصحة خلال أزمة كورونا؟
- ما هي العراقيل والصعوبات التي تواجه جهاز العلاقات العامة بمديرية الصحة خلال الأزمة بولاية المسيلة؟

**2-أسباب اختيار موضوع****2-1- الأسباب الذاتية:**

الاهتمام الشخصي بالموضوع الرغبة في معرفة المؤسسة والمتواجدين بها وكذلك كيف كانت طريقتها في تحدي الأزمة.

يمكن اعتبار هذا الموضوع على درجة ما من حادثة لحادثة وباء كورونا والعلاقات العامة كوظيفة ادارية وعليه كان دافعا للدراسة.

**2-2- الأسباب الموضوعية:**

● قلة الدراسات السابقة في هذا المجال كونه جديد لذا وجل تسليط الضوء عليه.

● كثرة الأزمة في مديرية الصحة في ظل جائحة كورونا.

**3-أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية دراستنا في توضيح دور العلاقات العامة في مديرية الصحة والزامية الاستعانة بفريق العلاقات العامة في المؤسسات عامة وفي مديرية الصحة خاصة في الأزمة وأيضا الاستفادة من الأبحاث السابقة في هذا المجال وإضافة الجديد لها خصوصا أزمة Covid19 المستجد.

ويعد موضوع هذه الدراسة من الموضوعات الهامة في نطاق العلاقات حيث تعتبر هذه الرسالة إضافة علمية لمات يجب أن تقوم به إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمديرية الصحة العمومية لولاية المسيلة من جهود في مواجهة الأزمات مثل أزمة كورونا تفيدينا الدراسة في معرفة تقييم الجمهور لأدوار المهتمات والوظائف التي يتضح أفراد الجمهور لان تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات العمومية مثل إدارة مديرية الصحة العمومية بالمسيلة بالإضافة إلى أنها تساهم في توضيح جمهور إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمديرية الصحة العمومية بالمسيلة في التعامل مع الجمهور وتحديد المهام التي تقوم بها في إدارة الأزمات بالإضافة إلى توضيح الجهود التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لكسب رضا المواطن والتعامل مع وسائل الإعلام لتزويد المواطن بالمعلومات الضرورية عن الأزمات والخدمات التي تقدمها لمنع وقوع الأزمة مثل أزمة كورونا وتقديم حلول للازمات التي تواجه المواطنين وتأثر على صحة الدولة.

**4-أهداف الدراسة:**

هدفنا الأساسي من هذه الدراسة هو معرفة دور جهاز العلاقات العامة في مؤسسة مديرية الصحة ودورها أثناء الأزمة وتمثل الأهداف في ما يلي:

- ❖ جمع المعلومات حول دور العلاقات العامة معرفة مساهمة العلاقات العامة في تسيير المؤسسة.
- ❖ التعرف على الأدوار الفعلية التي تقوم بها وزارة الصحة والعلاقات العامة لإدارة الأزمات.
- ❖ رصد مدى رضا جمهور الإدارة العامة لمديرية الصحة العمومية بالمسيلة عن جهود العلاقات العامة في مواجهة أزمة كورونا.
- ❖ إبراز وسائل الاستراتيجيات التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لمديرية الصحة بالمسيلة في توعية الجمهور الخارجي تحت ضل أزمة كورونا.
- ❖ معرفة التحديات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة بإدارة مديرية الصحة العمومية بالمسيلة في مواجهة الأزمة.
- ❖ التعرف على المقترحات التي قد تسهوا في تحسين جهود إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمديرية الصحة بالمسيلة مع انتشار فيروس كورونا.

### 5- منهج الدراسة:

إن تحديد منهج الدراسة يتوقف على الهدف الذي نسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها. ولذلك يعرف المنهج على أنه "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة معينة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، ولقد استخدمنا المنهج المسحي في هذه الدراسة فهو يعد من أكثر طرق البحث التربوي استعمالًا لأنه يمكننا من جمع وقائع ومعلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات (صحية وتربوية واجتماعية) لذا فقد اعتمدنا فيه على تحليل واقع الحال في مديرية الصحة بولاية المسيلة في ظل انتشار فيروس كورونا وذلك بتطبيق دراستنا بها تحت عنوان "دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا. فيمكن تعريف "المنهج المسحي" فهو البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة أو التعريف على ما يحمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.

فاعتمدنا على منهج المسح بالعينة كونه يساعد على وصف دور العلاقات العامة إثناء الأزمة في مديرية الصحة بولاية المسيلة وكذلك الوقوف على أهمية العلاقات العامة في المؤسسة مجال البحث أثناء وقوع أزمات كما يسمح بتحليل وتفسير البيانات عن طريق الاعتماد على الأسلوب الإحصائي الكمي الذي يساعد على تحويل المعطيات الكيفية إلى معطيات رقمية قابلة للقياس ميدانياً.

## 6- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية حول الموضوع " العلاقات العامة وأزمة كورونا والبحث على مستويين (نظري وذلك بمحاولة مسح كل الأدبيات المتعلقة بالموضوع) (تطبيقي وذلك بوصف مفردات الدراسة بمديرية الصحة لولاية المسيلة ومن ثم تحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج الدراسة).

## 7- عينة البحث: تمثلت عينة البحث في مدراء وموظفي مديرية الصحة بولاية المسيلة.

## 8- أدوات جمع البيانات:

## ● الملاحظة:

لقد كان استخدامنا للملاحظة في بحثنا هذا لان دراستنا هي دراسة وصفية والدراسة الوصفية تركز أساسا على الملاحظة.

## ✓ الملاحظة بدون المشاركة:

وتسمى كذلك بالملاحظة البسيطة فيها يقوم الباحث بدراسة الظاهرة عن كثب دون ان يشترك في النشاط تقوم به الظاهرة وهنا يقوم الباحث بأخذ مكان أو موقف معين ويراقب الظاهرة. وهي لتتضمن أكثر من النظر والاستماع ومتابعة الظاهرة موضع البحث دون مشاركة فعلية، ومن أمثلة الموقف التي يستخدم فيها الملاحظة بدون مشاركة مراقبة العمال في مكان العمل عن بعد، وملاحظة سلوك مجموعة من الأطفال ثم يسجل الباحث ما يراه ويسمعه دون علم بالظاهرة ومن أهم مميزات هذه المقابلة أنها تهيئاً للباحث ملاحظة سلوك الظاهرة الفعلي كما يحد في الظروف الطبيعية دون تصنع. ونحن كباحثين استخدمنا الملاحظة بدون المشاركة لأنها تركز على عدم المشاركة الفعلية في نشاط الظاهرة ولان موضوعنا يركز على إدارة الأزمة في مديرية الصحة لذلك ففي هذه الدراسة يجب ملاحظة إدارة هذه المؤسسة كيف تتعامل مع الأزمة (فيروس كورونا) هذا النشاط لا يلزم على المشاركة فيه لذلك في هذه الحالة يكفي إن يلاحظ عن بعد كيفية إدارة المؤسسة اللازمة 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 أحدا الملاحظة، حيث يشارك الباحث الظاهرة موضع البحث مشاركة فعلية يسايرهم ويتجاوب معهم ويمر بنفس الظروف التي يمرون بها يتعايش مع الباحثين بشكل طبيعي كأنه واحد منهم بحيث لا يظهر نفسه انه شخ غريب مثال: عند رغبة الباحث في دراسة حياة المسجونين فانه يدخل

السجن ويعيش معهم كمسجون إلا أنه من الأفضل أن لا يكشف عن هويته كباحث وذلك حتى لا يتصنع الباحثين السلوك إلا أن هذه الطريقة قد تعرض الباحث للخطر فقد يهتم بالتجسس عليهم ومثال آخر هو الانخراط في الأحزاب السياسية وحضور اجتماعاتهم والتعاش معهم بهدف معرفة أهدافهم وطريقة تفكيرهم ونشاطهم. وكوننا على اطلاع على وسائل الإعلام وبصفة خاصة جهاز التلفاز فإننا نشاهد كيفية تطبيق المؤسسات والإدارات للبروتوكولات الصحية والإرشادات التوعوية من أجل الحد من انتشار هذا الفيروس الخطير وأيضاً هناك مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أساسيات كل فرد لذلك فالمؤسسة تركز عليها أيضاً وتحت فيها على الالتزام بالبروتوكولات الصحية بطريقة تجعل الفرد يلتزم بها التزاماً دائماً وتكمن هنا الملاحظة بالمشاركة.

### ● الاستبيان :

ونحن كباحثين في كلية علوم الإعلام والاتصال تطرقت دراستنا في شكل استبيان إلى مجموعة من النقاط التي تلخص دور العلاقات العامة كوظيفة إدارية داخل الإدارة لتسيير أزمة كورونا وذلك لمعرفة الإجراءات التي عملت بها مديرية الصحة بالمسيلة لمواجهة الظرف الوبائي من الناحية الوقائية والعلاجية أي كيف سيتم تفادي أكثر عدد من الإصابات ووقاية الباقي منها:

### 9-مجتمع الدراسة: تمثل في مديرية الصحة بولاية المسيلة

### 10-عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة مدراء وموظفي مديرية الصحة بولاية المسيلة

### 11-مجالات الدراسة

#### 11-1 المجال البشري العمال المدير أعضاء المؤسسة

#### 11-2- المجال الزماني: أجريت الدراسة في الموسم الجامعي 2022/2021

#### 11-3- المجال المكاني مديرية الصحة بولاية المسيلة

### 12-تحديد المفاهيم والمصطلحات

#### 12-1- مفهوم الدور:

لغة: فعل نفوذ يمارس مهمة يقوم بها المرء (مدور، 2003، صفحة 376)

اصطلاحاً:

يعرف الدور على أنه عنصر في التفاعل الاجتماعي وهنا يشير إلى النمط المتكرر من الأفعال المكتسبة التي يؤديها شخص معين من موقف التفاعل. (مراد، صفحة 1245)

كما يعرفه احمد زكي بدوي على انه "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة او من الهيئة او المؤسسة التي تستمد دورها من الأدوار التي يقوم بها أفرادها والدور يطلق على الجانب الديناميكي لمركز القائم بالدور الذي يشير إلى المكانة "الفرد والجماعة" المؤسسة والمجتمع" أو يشير كذلك إلى سلوك الفرد أو الجماعة في ضوء توقعات الآخرين منه (بدوي، 1987، صفحة 395)

التعريف الإجرائي : "هو توجيه أو تفهيم بجماعة بجزئه الذي ينبغي أن يلعبه في التنظيم".

## 12-2- مفهوم العلاقات العامة:

دار جدل كبير وسط الباحثين والدارسين حول طبيعة العلاقات العامة كعلم له قواعده ومبادئه العلمية التي يفترض إن تدرس في الجامعات والمعاهد. أو كفن يعتمد على الممارسات والخبرات والمواهب وهذا ما نستعرض له بالتعريف:

فكلمة علاقات عامة تعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تقوم بين المؤسسة والزبائن المتعاملين معها باعتبارها هكذا. فهي ذات اتجاهين ولها طرفان يتحكما في هذه الصفات بحيث يتوقف قيامها على وجودها. وكلمة عامة يقصد بها العموم وكافة الزبائن الذين يتصل عملهم أو ترتبط مصالحهم وأنشطتهم بالمؤسسة. (الحري، صفحة 34)

العلاقات العامة فن ترقية التفاهم مما يؤدي إلى مزيد من الثقة بين الزبائن والمؤسسة.

العلاقات العامة فن متطور من فنون الاتصال بالزبائن والتأثير فيهم. بهدف كسب مؤيدين لقضية او هدف معين وتحريكهم في اتجاه مرسوم في ضوء الدراسة العلمية فالعلاقات العامة من هذا المنظور تعبر عن كل المهارات التي يتصف بهام مسؤول العلاقات العامة من جذب وإقناع الزبائن للتعامل مع المؤسسة مع ملاحظة عدم إعطاء أهمية للدراسة العلمية والتخطيط طويل الأجل لبرامج العلاقات العامة.

والعلاقات العامة تعني أيضا ذلك العلم الذي يدرس سلوك الزبائن دراسة علمية موضوعية من اجل تنظيم العلاقات الإنسانية السلمية في المجتمع. وكسب ود الزبائن وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة. وبين كافة الزبائن من جهة أخرى لتهيئة جو ملائم.

## 11-4- العلاقات العامة:

لغة: هي مفهوم مركب من العلاقات العامة وحسب ما ورد في المنجد الأبيدي فالعلاقات العامة هي مصدر علائق وتعني الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة او مؤسسة ما والجماهير التي تتعامل معها ولفظ عامة هي مؤنث فكرها عام وجمعه عوام والعامة هي ما خالف الخاصة.

## اصطلاحا:

رغم الامتداد التاريخي للعلاقات كمنشآت أنساني ورغم البحوث والمساعي الرامية إلى رسم جذور لمفهوم العلاقات العامة إلا انه لم يتوصل إلى إيجاد تعريف جامع مانع لهذا المفهوم ولعل ما يفسر تلك الاختلافات الكبيرة بين التعريفات التي قدمت من طرف العلماء والباحثين والدارسين وقد تم الاعتماد في هذا البحث على ترتيب التعاريف بالشكل التالي:

**تعريف أيفي لي:** "يعرفها بأنها مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة للثقة المتبادلة عن طريق الجهود المستمرة التي تسير وفق خطة مدروسة".

العلاقات العامة علم يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد في إقامة روابط ودية سليمة بين فئات الزبائن من الناحية الاقتصادية والاجتماعية. (عرجة، صفحة 175)

العلاقات العامة ذلك العلم الذي يستخدم وسائل مختلفة لنشر جو من الثقة بين العمال في المؤسسة وفي المحيط مع الذين تربطهم علاقة بهذه المؤسسة. وهي بذلك تدعم نشاطات المؤسسة وتطورها.

ويعرف مُجدّ الجوهري العلاقات العامة بأنها مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة للحصول على ثقة الجماهير وتأييدها وذلك بالإخبار الصادق والأداء النافع الناجح وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح علمها مرشدا وهادفا.

كل هذه التعاريف أقرت أن العلاقات العامة طريقة علمية في التعامل مع الزبائن عن طريق قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الزبائن ومحاولة دراستها دراسة علمية موضوعية للإطلاع عن كذب بكل ما له علاقة بالمصالح المشتركة بين المؤسسة وزبائنها.

ومن خلال استعراضنا لأهم هذه التعاريف المختلفة نستطيع استخلاص بعض الملاحظات:

- العلاقات العامة أساسها الود والثقة تربط بين المؤسسة وزبائنها.
- العلاقات العامة تؤدي بصفة دائمة وبطريقة مخططة. فهي ليست عملا عشوائيا لفترة معينة. ثم ينتهي بل جهود متصلة ومستمرة هدفها إقامة تفاهم متبادل بين المؤسسة وزبائنها.

- تقوم العلاقات العامة على برنامج مخطط وقائم على أساس فهم سلوك الزبائن ودراسة اتجاهاتهم دراسة واعية .
- يعتبر الاتصال أهم عنصر من عناصر العلاقات العامة.

### التعريف الإجرائي للعلاقات العامة:

العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح والاتصال الفعال الذي يقوم على أسس علمية مع أفراد المنظمة على المستوى الداخلي والخارجي لها بطريقة واعية تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

فالعلاقات العامة هي الجهاز الذي يتواجد بمؤسسة مجال بحثنا والذي يقوم بمجموعة من الوظائف المرتبطة بجهاز العلاقات العامة كما هو منطبق عليه أكاديميا وعلميا إلا أن التسمية بالمؤسسة مجال بحثنا تسمى بخلية الاتصال والإعلام بالإضافة إلى تواجد مختلف مهامه عبر مكاتب ومصالح المديرية تحت تسميات مختلفة.

### 11-5- مفهوم الأزمة:

**لغة:** عرفت على أنها الشدة والقحط أزم عن الشيء امسك عنه والمأزم هو المضيق وكل طريق بين جبلين موزم وموضع الحرب أيضا مأزم ومنه الموضع الذي بين المشعر وبين عرفة مأزمين" (المساعدة، 2012، صفحة 22)

**اصطلاحا:** هي موقف عصيب يمكن أن تؤدي الى نتائج سيئة.

- كما تعتبر ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول تتحدد في ضوئها إحداث المستقبل التي تؤدي الى تغيير كبير . (الاحرجي، 2013، صفحة 07)

- وتعرف الأزمة بأنها عبارة عن مجموعة من المشاكل تفاقمت وتعاظمت وتكاثفت وتأزمه مما كون شكلا جديدا يسمى بالأزمة. (رضا، 2010، صفحة 72).

### التعريف الإجرائي للأزمة:

هي حدث أو موقف غالبا ما يتم بصورة مفاجئة وغير متوقعة او يكون التنبؤ به قد تم بوقت قصير قبل وقوعه بحيث لا يتيح الوقت المناسب للاتخاذ الإجراءات لمواجهةته مما يهدد حياة الفرد والمجتمع.

### مديرية الصحة:

تعتبر حلقة وصل بين المؤسسات العمومية للصحة تحت الوصاية خاصة في مجال جمع وترتيب المعلومات والإحصائيات وتقييم النشاطات التي تقوم بها هذه المؤسسات.

### 13-الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى بعنوان: "العلاقات العامة وإدارة الأزمات" من إعداد الطالب مراد كموش وهي مذكرة مكتملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قدمها الباحث عام 2008م -بجامعة الجزائر- حيث يدور

موضوع هذه الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة وتسيير أزمات المؤسسات الجزائرية وكانت الدراسة الميدانية مطبقة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية باعتبارها أكبر شبكة طيران في إفريقيا ونظرا لأهمية الموضوع ودوره في تطوير المؤسسة خصوصا أن هذه المؤسسة ليست بمنأى عن الأخطار والحوادث فالعلاقات العامة لها دور في تحسين سمعتها ومعالجة أزماتها والحد من حدوثها فقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة تساؤلات حيث تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في: ما هو دور العلاقات العامة في إدارة وتسيير الأزمات بشركة الخطوط الجوية الجزائرية؟ والتساؤلات الفرعية تمثلت فيما يلي:

- ما هي المقاربات المختلفة للعلاقات العامة في إدارة الأزمة؟
- ما هو التصوير السائد لدى الشركات الجزائرية حول العلاقات العامة؟
- ما هي المرتبة التي تحتلها العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية؟
- إلى أي مدى يتطابق التصور المحلي للعلاقات العامة في إدارة الأزمة مع النماذج النمطية السائدة؟
- المنهج وأدوات جمع البيانات:

يعتبر هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على المعلومات دقيقة وكافية حول العلاقات العامة والأزمات كما استخدم أيضا المنهج المسحي في هذه الدراسة كما انه استعان بالأدوات العلمية في جمع المعلومات والمتمثلة في: المقابلة واستمارة الاستبيان.

- عينة الدراسة :

العينة التي أجريت عليها هذه الدراسة هي العينة القصدية حيث تتواجد مفردات المجتمع المدروس بكل من المديرية العامة للمؤسسة ومختلف وكالاتها التجارية المنتشرة بالعاصمة وقد قام الباحث فيس اختيار المفردات المستخدمة في قطاعات الاتصال والعلاقات العامة والبالغ عددها 46 مفردة.

#### ابرز النتائج في الدراسة:

- لقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج المتمثلة في ما يلي:
- احتلال العلاقات العامة مكانة مهمة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
  - إن نماذج الاتصال المؤسسي هي النماذج الأكثر ممارسة في المؤسسة.
  - إن العلاقات العامة ضرورية بالمؤسسة اثناء الازمة.
  - إن المؤسسة تعتمد بشكل مهم على إطاراتها أثناء ممارسة الاتصال عند وقوع الأزمة.

الدراسة الثانية بعنوان: "العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية دراسة حالة لوزارة السياحة" من إعداد الطالب كرمية إبراهيم وهي مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قدمتها الباحثة عام 2005 بجامعة الجزائر.

يدور موضوع هذه الدراسة حول المؤسسات السياحية بالجزائر وأجهزتها ومكانة وجود العلاقات العامة بها نظرا للتطور الكبير الذي يشهده هذا القطاع حيث تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في: "ما مكانة العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية وما مدى مساهمتها في صناعة الثقة مع جماهيرها"؟

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة تساؤلات فرعية هي كالأتي :

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسات السياحية ؟
- ما هي مهام ووظائف العلاقات العامة في المؤسسة السياحية ؟
- كما وضع الباحث عدد من الفروض لبحثه تمثلت في ما يلي :
- موقع العلاقات العامة بالمؤسسة السياحية مازال لم يرقى إلى الموقع الاستراتيجي
- دور العلاقات العامة بالمؤسسة السياحية محدود
- مساهمة العلاقات العامة في إدارة الأزمة بالمؤسسة السياحية يكاد يكون معدوما

الدراسة الثالثة بعنوان: "الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات". من إعداد الطالب توفيق عمري وهي مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قدمها الباحث عام 2011 بجامعة الجزائر موضوع هذه الدراسة هو الكشف على الدور الاستراتيجي الذي تلعبه العلاقات العامة في إدارة وتسيير الأزمات بمديرية الارصاد الجوية -قسنطينة- كنموذج ومحاوله التحري في الوضع بالجزائر من خلال مراجعة تطبيق العلاقات العامة في إدارة الأزمة أو في غيابها ثم الحكم على مدى تطابق تصور أهمية العلاقات العامة ودورها في تسيير إدارة الأزمة لدى مديرية الأرصاد الجوية.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي أوجه الاختلاف والتشابه في تفسير العلاقات العامة ؟
- ما هي ابرز النماذج النمطية لدور العلاقات العامة في المؤسسة ؟
- كيف يمكن توظيف العلاقات العامة إجرائيا في إدارة الأزمة ؟
- ما هي الرؤية السائدة لدى المؤسسات الجزائرية حول العلاقات العامة ؟

### - المنهج وأدوات جمع البيانات :

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية حول العلاقات العامة والأزمات وأكد الباحث على مستويين :

● نظري : وذلك بمسح الأدبيات المتعلقة بالموضوع

● تطبيقي : بوصف كل مفردات الدراسة بمديرية الأرصاد الجوية بقسنطينة

كما المنهج المسحي في هذه الدراسة وقد قام الباحث بالاستعانة بالأدوات العلمية التالية :

● المقابلة .

● استمارة الاستبيان.

● إضافة إلى الوثائق والسجلات والتقارير الرسمية للمؤسسة الصادرة .

### - عينة الدراسة :

العينة التي أجريت عليها هذه الدراسة هي العينة القصدية حيث تتواجد مفردات المجتمع المدروس بكل من مديرية الأرصاد الجوية ومختلف فروعها المنتشرة بقسنطينة وقد قام الباحث في اختيار المفردات المستخدمة في قطاعات الاتصال والعلاقات العامة والبالغ عددها 48 مفردة .

### - نتائج الدراسة :

- العلاقات العامة ضرورية أثناء الأزمة .

- إن المؤسسة تعتمد بشكل مهم على إطاراتها الممارسة للعلاقات العامة والاتصال أثناء الأزمة .

- إن تصورات مستخدمي المؤسسة لدور العلاقات العامة أثناء الأزمة لا تتطابق إلى حد ما مع النماذج التي تطرقنا إليها في الجانب النظري .

### - الاستفادة من الدراسة :

ولقد استفدنا من هذه الدراسة من طريقة استخدامها للمنهج الذي اعتمدنا في دراستنا وهو منهج المسح بالعينة وكونها عاجت نفس المتغير ينفي الدراسة التي نحن بصدد تحضيرها حيث أفادنا أسلوب الباحث في كيفية تناوله لهذان المتغيرين (العلاقات العامة وإدارة الأزمات) وكذا توضيح دورها في المؤسسة كما استفدنا من المراجع التي استند إليها في جمعه للمعلومات حول هذا المتغير .

الفصل الثاني  
الإطار النظري للدراسة

## أولاً: العلاقات العامة

## 1- ماهية العلاقات العامة

هناك العديد من التعريفات المقدمة للعلاقات العامة نذكر أهمها:

- تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها: "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أية منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينهما وبين فئة من الجمهور كالعاملين أو الموظفون أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام، والعمل على تكيف المؤسسة حسب الظروف البيئية المحيطة وشرح المؤسسة للمجتمع" (خضر، 1998، صفحة 23)

- تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني: عرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها: "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المنشأة وجمهورها" (الجوهري، 1971، صفحة 18)

عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها: "تلك الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد، وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط" (الجوهري، 1971، صفحة 18)

عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها: "تلك الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط" (الخلي، 1980، صفحة 11)

تعريف الشرعية المهنية لمستشاري العلاقات العامة: العلاقات العامة هي: "الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه وبينه وبين مختلف قطاعات الرأي العام". (البادي، 1975، صفحة 39)

في التعريف العام لمفهوم العلاقات العامة يقال بأنها: "الترويج لإيجاد نوع من الصلات القوية بين الشخص والشركة أو المؤسسة والأشخاص الآخرين أو المجتمع بصفة عامة من خلال الاتصالات المستمرة وتغيير الأحداث والتفاعل بين الأفراد والجماعات، ثم تقييم ردود الفعل الناتجة عن هذا الاتصال والتفاعل" (المصري، 2000، صفحة 20)

## 2-وظائف العلاقات العامة

حدد إيفي لي أهم وظائف العلاقات العامة في الآتي:

- مساعدة الجمهور على التكيف، حيث يقصد بالتكيف التقبل عن طريق الإقناع والمشورة الموجهة إليه
  - استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية ونؤكد هنا ضرورة دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الرأي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر
  - الإقناع أي خدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات
- أما عصام المصري فإنه قام بتحديد وظائف ومسؤوليات تنظيم العلاقات العامة في الآتي: (غريب، 2004، صفحة 63)

تعتبر العلاقات العامة هي المصدر الرئيسي للمعلومات عن الوحدة والمنفذ الرئيسي للاتصال بين المنشأة والجمهور، ولذلك يجب على هذه الإدارة الهامة أن تقوم باستطلاع اتجاهات الجماهير وتنسيق الأنشطة التي تؤثر في تحسين العلاقات بينهما وبين المؤسسات ثم تجميع وتحليل المعلومات المرتبطة باتجاهات الجماهير نحو المؤسسة والتخطيط لبرامج المعلومات التي تفي بمسؤولياتها التي تلخص في الآتي:

- وضع برامج العلاقات العامة وإدارتها في مجال علاقة الوحدة بجماهيرها الداخلية والخارجية.
  - مراجعة كل ما ينشر عن الوحدة.
  - إعداد جميع الأخبار والمقالات والصور وجميع وسائل التعبير التي تنقل عن الوحدة.
  - إعداد التوصيات والنماذج عن البيانات أو خطب كبار المسؤولين عندما يطلب منها ذلك.
  - نصح الإدارة فيما يتعلق بعلاقات العاملين على نحو يكفل شرح السياسة وإيضاح المشكلات.
- هذا ولقد اجمع عديد من الكُتّاب المهتمين بالعلاقات العامة على أن وظائف العلاقات العامة لن تتعدى ما سوف نذكره في النقاط التالية:

1- بحث وقياس الاتجاهات والرأي العام واستجابات الجماهير ودراسة التغيير الاجتماعي ومد المؤسسة أولاً بأول بكافة التطورات التي تحدث في ذلك.

- 2- تخطيط ورسم سياسة العلاقات العامة في المؤسسة وتخطيط وإنشاء العلاقات السليمة والتفاهم بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى وبينها وبين وسائل الإعلام وبين الهيئات الحكومية.
  - 3- التنسيق بين المؤسسات والهيئات والمصالح المختلفة في المجتمع تحقيقا للتوافق في التفاعل الاجتماعي في المجتمع، والتنسيق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة لتحقيق التوافق بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
  - 4- مد مجلس الإدارة بالآراء الفنية والاشترك في وضع التخطيط العام لسياسة المؤسسة وإطلاع إدارة المؤسسة على رد فعل سياستها بالنسبة لجمهورها الداخلي والخارجي.
  - 5- إعلام الجمهور بالمؤسسة وشرح خدماتها والدور الذي تقوم به في المجتمع في أسلوب سهل صادق ودقيق وإعلام الجمهور الخارجي بسياسة المؤسسة وتعريفه بأي تعديل أو تغيير أو إضافة إلى نشاطها وتزويد الجمهور بكافة المعلومات لمساعدته وتكوين رأي عام مبني على أساس من الحقائق.
  - 6- إنتاج الوسائل الإعلامية ونشر أخبار المؤسسة وتحليل ما ينشر بوسائل الإعلام المختلفة من أخبار ومعلومات عن المؤسسة والإجابة عن استفسارات الجماهير من خلال مكاتب الاستعلامات وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية وحماية المؤسسة من نشر أية معلومة كاذبة عنها أو ترويج معلومات غير صحيحة. (بلقي وسيفون، 2020، صفحة 81)
  - 7- مساعدة وتشجيع التفاعل الاجتماعي والاتصال بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى والسعي إلى إقامة علاقات ودية قوية قائمة على الفهم المتبادل بين المؤسسة والأفراد، وبين الأفراد بعضهم وبعض.
  - 8- خدمة العاملين وراعتهم في شتى المجالات نفسية وصحية واجتماعية (بلقي وسيفون، 2020، صفحة 82)
- 3- مبادئ العلاقات العامة:**

تستند العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ التي تعد بمثابة الضوابط التي تنظم أنشطتها وهي:

#### أولاً: المسؤولية الاجتماعية

إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به، ولذلك فإن هناك مسؤولية اجتماعية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه (كامل و الصيرفي، 2006، الصفحات 67-68) والتي تتمثل فيما تقدمه المنظمة من مساهمات في دعم النشاطات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية في المجتمع، بحيث تؤدي هذه المساهمات الإيجابية إلى تعزيز نظرة المجتمع للمنظمة وتقديرها وهذا بدوره ينعكس على نجاحها الاقتصادي (غوشة، 1984، الصفحات 16-17)

**ثانيا: عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور**

إن إخفاء المعلومات يثير الشك ويفسح المجال أمام الشائعات الكاذبة والمعرضة ويؤدي إلى وجود شرح في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، وبالتالي فإن على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور وتحمه مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام منافسيها.

**ثالثا: الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة**

تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة، وهكذا فهي لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط، على اعتبار أن العلاقات العامة هي إعلام وسلوك فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية، بينما يقوم الجانب الإعلامي على استخدام كافة وسائل الإعلام والاتصال لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها. (كامل و الصيرفي، 2006، صفحة 18)

**رابعا: إتباع الأساليب العلمية في البحوث**

إن من أهم مبادئ العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجمهور المنظمة وفي هذا المجال لا بد لموظفي العلاقات العامة من إتباع الطريقة العلمية في البحث والابتعاد عن التحيز الشخصي والتحلي بالموضوعية في عملية إجراء البحث للوصول إلى نتائج دقيقة وذات مصداقية.

**خامسا: العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية**

إن تحقيق المنظمة لأهدافها بكفاءة يقوم أساسا على معرفة موظفيها بهذه الأهداف وبالذور المطلوب منهم في هذا المجال، فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل إذا كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث فيها من إنجازات وتغييرات ومشاكل، وهنا يبرز دور العلاقات العامة في توثيق الصلة مع الجمهور الداخلي من الموظفين وإعلامهم بالمستجدات والتطورات وأهداف المنظمة وآفاقها المستقبلية وهذا حتى يتم الحصول على دعمهم وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياساتها وترسيخ الانتماء. (كامل والصيرفي، 2006، صفحة 19)

**4- أهمية العلاقات العامة:**

إن نمو المجتمع الإنساني جاوز كل التوقع، فهو لا يزال يتقدم في النمو والاتساع على درجة متفاوتة من مكان إلى مكان، وكان من نتيجة ذلك النمو أن تشابكت مصالح الناس وتعقدت صلاتهم واختلقت ميولهم وتنوعت اهتماماتهم حتى أصبح كل راغب في التأثير في الناس سواء لغرض تجاري أو لجانب ثقافي أو لواجب

إنساني أو لغير ذلك أن يتوصل إلى مقصده بخطة محكمة مدروسة من شأنها أن تبلغه الرسالة الموجودة وتؤديه الثمرة المنشودة.

أصبحت العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة التي كانت فيما مضى تقتصر على التنظيم وتحديد المسؤولية والإشراف، ولما كانت العلاقات العامة وظيفية إدارية جديدة ومهمة، فإنها تشمل جميع مسؤوليات المؤسسة، وهي بالإضافة إلى ذلك وظيفة تنظيم تستطيع الإدارة بواسطتها أن تحدد المسؤولية لأوجه النشاط وتحافظ على التعاون بين الجمهور الذي له علاقة مباشرة بالمؤسسة. (جرادات، 2009، صفحة 46)

وهكذا فإن الاتجاه السائد حالياً يؤمن بأن العلاقات العامة لها دور مهم وفعال في الإدارة لا يمكن إغفاله وإهماله أو اعتباره نشاطاً ثانوياً لها، وبذلك يتضح مدى أهمية دور العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات عامة وبالنسبة للدولة بصفة خاصة فبدون العلاقات العامة يظل نشاط الإدارة العامة في جهة والرأي العام في جهة آخر. والدولة المعاصرة هي دولة خدمات وحتى تستطيع القيام بنشاطها فلا بد أن تسند وتعتمد على تعاون الجمهور فكيف سيتحقق ذلك إذا كان الجمهور مفتقد أساساً إلى العلم بتلك الأنشطة وحتى تستطيع الإدارات العامة للدولة ولأي مؤسسة أن تعمل على هذا التعاون فينبغي لها أن تتعرف باستمرار على آراء الجمهور بالنسبة لنشاطها حتى يمكنها ذلك من التعديل والتطوير في أساليبها لكي تستمر تأييد الرأي العام لها. (الدليمي، 2009، صفحة 38)

مما أصبح من واجب المسؤولين الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياساتهم ويدرسوا ميول واتجاهات الرأي العام قبل إقرار سياساتهم، وأن يعملوا على إقناع الجماهير بوجهة نظر مؤسساتهم، فالحكومات الديمقراطية تعتمد في إدارتها للسلطة والقيام بواجباتها وبمهامها واستمرارها على مدى رضى الجماهير وتعاونها وتجاوبها معها، وتلبية رغبات الجمهور وسيادة القيم والعدالة والمساواة يعطي مردوداً سياسياً وهو شعور الفرد بالمسؤولية والإخلاص والتضحية في العمل انطلاقاً من إيمانه بوجود جهاز حكومي يراعى مصالحه بشكل موضوعي هادف وهذا يؤدي إلى تقوية كيان الوطن كوحدة متلاحمة. (جرادات، 2009، صفحة 47)

وبهذا يمكن أن نوضح أهمية العلاقات العامة، فهي تعمل على دعم ثقة الجمهور بالمنظمة وبناء سمعة طيبة لها عن طريق زيادة فهم وتقدير الجمهور لرسالة المنظمة وإنجازاتها وخدماتها، كما أنها تساهم في توجيه وإرشاد الإدارة إلى تطلعات الجمهور واتجاهاته التي تخدم المنظمة وبالتالي تكون هذه الاتجاهات وتلك التطلعات تحت نظر المنظمة عند وضع الخطوط والسياسات والبرامج، تساهم العلاقات العامة الجيدة في تحسين وتقدير وتفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين الذين يكونون على دراية بحقيقة الموقف أو أحوال المنظمة، أو من قبل

الجمهور الذي يتعامل مع المنظمة حيث يكون على دراية بالحقائق الخاصة بإمكانات المنظمة وإنجازاتها ومشكلاتها أو من قبل المجتمع المحلي بصفة عامة حيث يكون على بيئة من الدور الذي تقوم به المنظمة في الاقتصاد المحلي بصفة عامة، حيث يكون على بيئة من الدور الذي تقوم به المنظمة في الاقتصاد القومي وفي رفع مستوى هذا المجتمع، وبالتالي تحقق العلاقات العامة الترابط بين المنظمة وجمهورها من مختلف الفئات بما يكفل تحقيق الأهداف الاجتماعية للعلاقات العامة تسهم العلاقات العامة في تهيئة الرأي العام لنقل أفكار وآراء جديدة وإيجاد الجمهور هذه الهيئات والجمهور ويوفر تعاوناً بينها ويساعد على تماسك المجتمع، كما توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجمهور، وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهو ما يساعد على أحداث التعديلات المناسبة في السياسات والخطط، كما تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجمهور، وهو ما يؤدي إلى معاونة المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها. (كريم، 2012، صفحة 38)

## 5- أهداف العلاقات العامة:

تهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو منظمة خاصة أو عامة في تحقيق مجموعة من الأهداف، حيث تعتبر هذه الأخيرة أول المتغيرات والمدخلات في عمل العلاقات العامة مما يتطلب اشراكاً واسعاً للقيادات الإدارية والمهنية المختلفة لتساهم في إعداد الأهداف ضمن الإطار العام لسياسة الدولة والمؤسسة، وأن تتميز هذه الأهداف بالمرونة تعبر على ضوئها طبيعة المؤسسة وعملها. (جرادات، 2009، صفحة 40)

يحدد أحد الباحثين بأن هناك مجموعة من عوامل لا بد من مراعاتها عند وضع أهداف إدارة العلاقات العامة بأنها:

- التمييز بين الأهداف الطويلة والقصيرة مما يتيح المدة الزمنية المحددة لها.
  - تحديد الأهداف مما يتيح إمكانية قياس النتائج.
  - ضرورة أن تكون الأهداف واقعية وعملية.
  - ارتباط أهداف إدارة العلاقات العامة بأهداف المنظمة. (الحري، 2013، صفحة 55)
- واستناداً إلى ما تقدم يمكن تحديد أهداف نشاط العلاقات العامة وهي كما يلي:
- زيادة شهرة المؤسسة، عن طريق إعلام الجمهور بسياسة تلك المؤسسة، ما تقدمه من خدمات ونشاطات.
  - توطيد العلاقة الجيدة مع الموردين، وكسب ثقة الوكلاء وتحقيق علاقات طيبة مع العملاء والمستهلكين.

- معرفة متطلبات واحتياجات العاملين داخل المؤسسة، والمحاولة على حل مشاكلهم وإزالة أي سوء فهم يحد بين العاملين وبين الإدارة العليا، وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية.
- الترويج للأفكار أو الأشخاص أو السلعة أو الخدمات بهدف تكميل الجهد الترويجي لباقي وسائل الترويج الأخرى كالإعلان والبيع الشخصي وغيرها.
- بناء علاقة إيجابية مع الجماهير المستهدفة من قبل هذه المؤسسة وبما يخدم منتجاتها ويؤدي إلى بناء ولاء وانتماء عالية لها.
- حماية المؤسسة من أي هجوم أو أزمة يقع عليها.
- تحقيق سمعة طيبة عن المنظمة بدعم صورتها الذهنية لدى فئات المجتمع، وتزويدهم بكافة المعلومات عن المؤسسة وشرح الجهود المبذولة لدى المؤسسة من أجل خلق صورة ممتازة للمؤسسة في أذهان الجمهور. (العاصمي، 2006، صفحة 330)
- استخدام كافة السبل والوسائل المتقدمة في تحسين علاقة المنظمة بالمجتمع.
- تزويد العاملين بجميع البيانات التي ترى الإدارة العليا أنها ضرورية لهم.
- إيصال قرارات الإدارة العليا الخاصة بالعمل إلى العاملين.
- يعمل جهاز العلاقات العامة كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.
- الإعلام من أهداف المؤسسة وأوجه نشاطها، ومحاربة الشائعات الضارة بهذا النشاط.
- العمل على كسب تأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق التي تعكس واقع عمل المؤسسة وتنمية أساليب التفاهم المتبادل مع جمهور المؤسسة.
- تقديم الخدمات في مجال الاجتماعي والثقافي والصحي والرياضي للعاملين في المؤسسة ومنشأتها.
- إعلان عن منتجات و سلع المؤسسة بهدف زيادة مبيعاتها. (الحربي، 2013، صفحة 56)
- رفع المستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي للعاملين بالمؤسسة ومنشأتها والعمل على تدعيم التعاون المثمر فيها بين المؤسسة والعاملين فيها وتبصيرهم بأفضل الوسائل لزيادة الإنتاج ورفع كفاءة الخدمات.
- تدعيم التعاون المستمر بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى المرتبطة معها بصلات العمل.
- متابعة ما ينشر من شكاوى وانتقادات واقتراحات حوول المنظمات والشركات والعمل على دراستها وتحليلها وإزالة أسبابها وتجاوزها بالتعاون والتنسيق مع الجهات الأخرى وتنشر الإجابة عنها إعلاميا بأمانة وصدق.

- تبصير الجماهير بخطط وأهداف التنمية القومية، ومسؤوليتها في تحقيقها وتحديد مدى مساهمة التي يمكن أن تقدمها الجماهير للارتفاع بمستوى الخدمات العامة ومستوى تنفيذها من خلال عملها الجاد وتعاونها ومشاركتها بالمسؤولية في تحقيق تقدم وتطور الوطن وإسعاد المجتمع وضمان مستقبله. (حجاب، 2011، صفحة 52)

## 6- وسائل وتقنيات العلاقات العامة:

### 1- وسائل مكتوبة

أ- **البيانات الصحفية:** هي وثيقة إعلامية معدة للنشر، تتضمن معلومات تمم الجمهور في الوقت من الأوقات لا يدفع مقابل نشرها أو إذاعتها أي مقابل مادي وبذلك فإن التحكم في نشرها أو إذاعتها لا يكون تحت سيطرة مرسلها سواء كان شخصاً أو منظمة، كما لا يمكن التحكم بموقع أو مكان النشر، وينبغي أن تتوفر في محتويات البيانات الصحفية بأن تكون المعلومات التي تتضمنها دقيقة وصادقة وصحيحة وأن تكون عبارة عن حقائق تكتب بشكل مختصر لا إطالة منها وأن تكون هذه المعلومات مما يهم الجمهور أو شريحة واسعة منه، وأن يتم الأخذ بعين الاعتبار التوقيت الملائم لوصول هذه المعلومات إلى الجمهور المعني بها (درة و اخرون، 2010، صفحة 325)

ب- **الكتيبات:** تعد وسيلة أخرى من وسائل المكتوبة التي تستخدم في العلاقات العامة، تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من الجماهير بأفكار ومعلومات عن المنظمة وسياساتها وانجازاتها، بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم، ويتضمن الكتيب بيانات تمم جمهور المنظمة، وهناك عدة أنواع من الكتيبات، فمنها خاصة بالعاملين وأخرى خاصة بزوار المنظمة توضح لهم أهداف المنظمة وسياساتها، وهناك نوع من الكتيبات يوزع على رجال الصناعة والتجارة وغيرهم (جرادات، 2009، صفحة 118)

ج- **النشرات الإعلامية:** أداة أخرى من أدوات التي تستخدمها العلاقات العامة، فهي عبارة عن مواد إخبارية تعدها إدارة العلاقات العامة بالمنظمة أو الشركة وتتمثل في قصة خبرية تمم الجمهور وتقوم العلاقات العامة بعد إعدادها وتجهيزها بإرسالها إلى وسائل الإعلام كي تقوم بنشرها، ومهما كانت الظروف فإن على العلاقات العامة التقييد بمواعيد إرسال هذه النشرات إلى وسائل الإعلام حسب التوقيعات المتفق عليها (عبوري، 2007، صفحة 130)

د- **الدورية أو المجلة المنظمة:** هي عبارة عن مطبوعة معدة بشكل جذاب تقوم على إصدارها العلاقات العامة في المنظمات وتوزيع مجانا على الجمهور مختار بعناية وعادة ما يضم هذا الجمهور العاملين في المنظمة والجمهور الأساسي لها والزبائن الخاصين بالمنظمة.

وتهدف المجلة إلى أداة الاتصال بين المنظمة وجمهورها المستهدف.

## 2- الوسائل المحكية والمسموعة

- تتضمن الوسائل المحكية والمسموعة التي تستخدمها العلاقات العامة كالأتي:

- الإذاعة، الخطب، الاجتماعات الدورية، المؤتمرات الصحفية، المقابلات

1- الإذاعة: تقوم معظم المنظمات تزويد الجمهور بالأخبار حول نشاطات وبرامج منظماتهم، كما يمكن

استغلال برامج متعددة ومتنوعة لخدمة العلاقات العامة التي ينشدها سواء في الإعلان عن نشاطات

مستقبلية للمنظمة أو العمل على استضافة مسؤولي المنظمة في برامج الحوارات التي تقدم في الإذاعة

(صالح، 2012، صفحة 183)

ب-الخطب: فهي في أغلب الأحيان تعد من قبل أخصائي العلاقات العامة ليتم إلقاءها من قبل المسؤولين الأول

في المنظمة في مناسبات متنوعة، إذ لا بد لأخصائي العلاقات العامة بحيث تكون مهمة مثل هذا المختص كتابة

نصوص للخطب التي تطلب منه في المناسبات المتنوعة ولا بد وأن يأخذ في الاعتبار عند إعداد نصوص الخطب

نوع الجمهور الذي سيستمع إلى الخطب والقيم التي يحملها وأن تركز الخطة على موضوع واحد أو موضوعية

رئيسيين من الموضوعات المطروحة في الخطاب، إضافة إلى التركيز على لغة ومضمون الخطاب ووضوحه بحيث

يكون متسقا مع الحدث أو المناسبة التي تلقى به ومع الجمهور والمستمع ومستواه الثقافي.

ج- الاجتماعات الدورية: هي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي كالاتتماعات بين رئيس الجامعة وأعضاء

الهيئة التدريسية، لغرض بحث مواضيع معينة، أو اجتماعات بين رجال الإدارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي

المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين وغيرهم؛ وتتيح هذه الوسيلة الفرصة للتعرف على مطالب واحتياجات

الجمهور الخاص و إمداده بكافة المعلومات والحقائق التي تنقصه، وإتاحة الفرصة له لكي يعبر عن رأيه ووجهات

نظره بشأن سياسات وبرامج وانجازات المنظمة بما يتيح الفرصة لتعديلها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام لجمهور،

وكذلك توفير مناخ للاستجابة الشخصية الفورية (جرادات، 2009، صفحة 120)

د-المؤتمرات الصحفية: من الوسائل والأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة في أداء مهامها، إذ تمثل المؤتمرات

الصحفية وسيلة اتصالية باتجاهين يقوم بالتحضير لها أخصائيو العلاقات العامة وتهدف إلى تزويد الصحافة ووسائل

الإعلام بمعلومات جديدة تنشر أو تدع لأول مرة أو تتناول مستجدات حول موضوع مثير الاهتمام سواء للمنظمة

أو للجماهير.

و- المقابلات: من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في أدائها لمهامها وهي أما أن تكون مقابلات

صحفية خاصة بالصحف أو مجلات أو مقابلات تلفزيونية أو إذاعية أو أن تكون عبر شبكة الانترنت.

وتعتبر المقابلات الصحفية فرصة للمنظمات للحديث وبشكل موسع حول الموضوعات التي ترغب بإيصالها على جمهور أو على شكل ندوة أو جلسة حوار مفتوح. (البكري، 2006، صفحة 294)

### 3- الوسائل المرئية:

أ- التلفزيون: على رغم من كونها وسيلة أساسية ومهمة ضمن نشاط الإعلان إلا أنه يمكن استخدامها في مجال العلاقات العامة، وذلك من خلال الاشتراك في برامج معينة وحوارات تخص قضية أو هدف محدد، يمكن أن تعبر الشركة من خلاله عن منهجها وتصورها أو اشتراكها في ذلك الهدف أو الموضوع المبحوث، والذي يخص في الغالب شريحة واسعة من المجتمع، أو الأطراف المتفاعلة في العملية التسويقية (درة و اخرون، 2010، صفحة 335)

2- أفلام الصور المتحركة: يمكن لأخصائي العلاقات العامة أن يستخدموها كوسيلة من وسائل أداء مهمتهم عن طريق تقديم الرعاية لفلم أو فلمين من الصور المتحركة إذ يمكن ذلك من نشر اسم المنظمة على مستوى ونطاق كبير لما لأفلام الصور المتحركة من سوق مفتوح عبر العالم المر الذي سينشر اسم المنظمة ويسهم في تجسيد الصورة الذهنية لها لدى جمهور كبير منتشر عبر القارات في العالم.

ج- الانترنت: يطلق اسم شبكة المعلومات الدولية على الشبكة التي تربط بين الملايين أجهزة الكمبيوتر من خلال بروتوكولات تتحكم في عملية تبادل المعلومات والتواصل بين هذه الأجهزة.

حيث تتيح الانترنت لجهاز العلاقات العامة التواصل مع أكبر عدد من الجماهير، كما تساعدها على ترويج خدماتها للجمهور عن طريق إعلانات إلكترونية، كما يمكنها استقبال اقتراحات ورغبات الجمهور بواسطة البريد الإلكتروني، حيث هذا الأخير يسهل عملية التواصل مع المستثمرين والموردين من جهة، وعملية التواصل مع المنظمات الأخرى التي تتعامل معه المنظمة من جهة أخرى (جودة، 2007، صفحة 186)

## ثانيا: إدارة أزمة كورونا

## 1- التطور التاريخي لعلم إدارة الأزمات:

يرى البعض أن اصطلاح إدارة الأزمات في الأصل نشأ كفرع من فروع الإدارة العامة وذلك للإشارة إلى دور الدولة في مواجهة الكوارث العامة المفاجئة وظروف الطوارئ مثل: الزلازل، الفيضانات والحرائق، الغازات الجوية والحروب الشاملة، ولكن ما لبث ما أوضح في مجال العلاقات الدولية للإشارة على أسلوب إدارة السياسة الخارجية في مواجهة الموقف الدولية الساخنة والحادة مثل: أزمة الصواريخ الكوبية وأزمة الشرق الأوسط عام 1947 وأزمة البترول العالمية عام 1973، ثم سرعان ما عاد اصطلاح إدارة الأزمات مرة أخرى ليزدهر كفرع من فروع الإدارة، وكان ذلك حين استخدم للتلويح بأسلوب جديد تبنته الأجهزة الحكومية والمنظمات العامة لإنجاز مهام عاجلة أو لحل مأزق طارئ، وفي سبيل ذلك ظهرت بعض المصطلحات مثل قوة المهام الخاصة أو الإدارة بالاستثناء أو إدارة المشروعات أو فكرة غرفة العمليات لإدارة المشاكل الحادة والمتفجرة وهو بذلك بمثابة أحد فروع أو أدوات الإدارة مثله مثل الإدارة بالأهداف أو الإدارة العمالية، ولما تبلورت معالم هذا أسلوب الإدارة الأزمومية ثار التساؤل حول إمكانية تحويله إلى نمط أو نموذج pattern متكامل يسمى إدارة الأزمات، يعمل كوحدة وظيفية لمعالجة موضوعات محددة هي الأزمات والمشاكل الصعبة، وذلك بوضع القواعد والأسس النظامية له فيصبح نمطا إداريا محدد الخصائص وله آلياته المتميزة في مواجهة الأزمات المتعددة والمتعاقبة والمتزامنة.

وقد لقي هذا الاتجاه اهتماما ملحوظا من جانب علماء الإدارة العامة ذوي الخلفية في العلوم السياسية، فتحدث البعض عن صعوبة إيجاد إدارة أزمات للوقوف في وجه الفوضى المتصاعدة، والمشاكل المتزايدة الناجمة عن المتغيرات المتلاحقة التي كشفت عجز النظام السياسي، بما في ذلك الجهاز الإداري ذاته في الأقطار النامية عن مواجهتها من خلال الأطر والمؤسسات والبنى التنظيمية القائمة. (قديري، 2008، صفحة 128)

وقد اعتمد علم إدارة الأزمات في بدايته بعد أزمة الصواريخ الكوبية على عدة مناهج كان من أهمها منهج القياس التاريخي، حيث تصبح التجربة التاريخية هي المصدر الرئيسي والمعتمد لدراسة إدارة الأزمة، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الراهنة وما يطرأ على الأزمة بتطور النظام الدولي والعلاقات السياسية الدولية، حيث توصلت الدراسات إلى تحديد خصائص المرحلة التي يمكن للدولة أن تعمل فيها على وقف تداعيات الموقف، أو الأزمة قبل أن تصل إلى مرحلة الصدام المسلح وهي المرحلة لها أدواتها وتقنياتها والتي تعرف باسم أدوات وتقنيات إدارة الأزمات، ومن هناك أصبحت إدارة الأزمات أسلوبا مهما في معالجة الصراعات الدولية لها استراتيجية محددة تقوم على مجموعة من المبادئ، كما أنها أصبحت فنا يتطلب تكييف واستثمار كافة الوسائل والأدوات لإدارتها والتعامل

معها، كما أنها أصبحت مجالاً للبحث والدراسة، وقد يرجع ذلك إلى نمو الصراعات الدولية واختلاف التوازن الدولي والإقليمي وانتشار الأسلحة النووية ونمو الأقليات والحركات الانفصالية والعرقية مع عدم استقرار التسويات السياسية.

ويرى البعض الباحثين أن التعامل مع الأزمة كنظام إداري محدد لم يظهر في صورته النهائية حتى الثمانينات، وذلك عندما استشهد أغلب المراقبين بقصة سموم التايلنديون في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1983 كأول مثال حي على هذا النظام الجديد حيث بدأ مصنعو العقاقير المسكنة: جونسون وكأنهم أبطال عقب اتخاذهم للموقف الفوري والسريع بسحب أحد منتجاتهم من السوق في كافة أرجاء البلاد، مع وقف الحملة الإعلانية الخاصة به متحملين بذلك عبء الخسارة كاملة في سبيل درء تهمة حقن مادة السيانيد داخل كبسولات ذلك العقار المسكن.

وترى بعض الدراسات أن أزمة الصواريخ الكوبية عام 1929 كانت بداية لانطلاق الجهد الأكاديمي نحو تأصيل مبادئ إدارة الأزمات وأن انتهاء الحرب الباردة والنظام العالمي أحادي القطبية بداية لتغير وتطور هذه المبادئ وكانت حرب الخليج الثانية 1991 بداية لاستخدام استراتيجية إدارة الأزمات الدولية على نطاق واسع. (قدري، 2008، صفحة 124)

ورغم أن التأصيل النظري لإدارة الأزمات لم يبدأ كما يرى الكثير من الباحثين الأبعد أزمة الصواريخ الكوبية عام 1993، إلا أن الممارسة العملية والفعلية قد سبقت ذلك بكثير، فقد كانت إدارة الأزمات أحد أساليب إدارة العلاقات الإنسانية على مستوياتها المختلفة منذ فجر التاريخ وأن القدرة على النجاح فيها كانت امتيازاً غريزياً من البشر دون الآخر (قدري، 2008، صفحة 128)

والشاهد أن دراسات إدارة الأزمة قد تطورت وأصبحت مجالاً مشتركاً لاهتمام وعمل باحثين وخبراء من تخصصات عملية مختلفة، تجمع كافة فروع العلوم الإنسانية والطبيعية ورغم أن أصحاب كل تخصص وخبراته العملية إلا أن هناك نقاط كثيرة للالتقاء والتعاون المشترك فرضته الطبيعة النوعية المركبة لبعض الأزمات والتي تستدعي عمل فريق من مختلف التخصصات والخبرات. وقد أفضت نقاط الاتفاق والعمل المشترك إلى بلورة العديد من المفاهيم النظرية والمعايير الخاصة بتقسيم الأزمات ومراحل تطورها وأسس تشكيل فريق إدارة الأزمة وأساليب عمله فضلاً في المستقبل إلى ظهور نظريات وأطر مفسرة تحسم إشكالية الوضع المعرفي لإدارة الأزمات خاصة في ظل الاتجاه المتزايد نحو التكامل والاندماج بين العلوم المختلفة.

وتشير كثير من الدراسات إلى أن دراسة الأزمات قبل الحرب العالمية الثانية بأنها كانت دراسات تاريخية وسردية يمكن الخروج منها بالدروس المستفادة، ولكن بعد الحرب العالمية الثانية شهدت دراسة الأزمات ثورة منهجية شأنها شأن أي مجال علمي، ومع دخول العالم مرحلة الحرب الباردة وخروجه من مرحلة المواجهات العسكرية المباشرة إلى مرحلة صناعة الأزمات والصراعات وإدارتها ازدادت دراسة الأزمة وتحديد مفاهيمها وتعريفاتها تعقيدا وتشابكا واختلطت بمفاهيم أخرى وظهرت تفسيرات عملية جديدة للأزمة في المجالات السياسية والاجتماعية والنفسية تحاول أن تبلور خواصها ومبادئها وأسسها ومراحل تطورها.

ولم يعد علم إدارة الأزمات قاصرا الآن على وضع الأساس العلمي لمعالجة آثار الأزمة فقط، بل امتدت أبحاثه ودراساته لتشمل العمل على عدم بروز نتائج الأزمات من البداية سواء من خلال الإلمام بتوازنات القوى المحركة لها ورصد حركتها واتجاهاتها والتنبؤ بخطواتها المستقبلية وتوقعتها والتكيف مع المتغيرات التي تحدثها أو تحريك الثوابت وقوى الفعل ورد الفعل في كافة المجالات الإنسانية، أو سياسية أو الاقتصادية، العسكرية لمنع حدوث الأزمة واتقاء آثارها، وقد شمل تطور هذا العلم ليصبح علما متصلا بكافة العلوم الإنسانية الأخرى ويأخذ منها ويضيف إليها وإذا كانت له ملامحه المستقلة وأصبح يهدف لا لحل الأزمة التي يعرض لها بل عليه أن يتنبأ قبل حدوثها أصلا، ثم يضع نصب عينيه أسس تلافى الأزمات مستقبلا. ومن هنا يمكن القول أن علم إدارة الأزمات هو علم حديث لكن ممارساته قديمة جدا (قدري، 2008، الصفحات 131-135)

## 2- أهداف إدارة الأزمات:

- 1- التنبؤ بالأزمات والإحساس بالمشكلات واكتشاف الأخطاء والسلبيات والكوارث والصدمات قبل وقوعها وقبل حصولها.
- 2- وضع خطة مستقبلية متكاملة للتعامل مع الأزمات.
- 3- رفع التقارير والمعلومات المهمة بشكل مستمر إلى مستويات الإدارة العليا.
- 4- توجيه النصح والإرشاد لمختلف المستويات الإدارية لتوضيح لهم كيفية التعامل مع الأمور وما هو التصرف الحكيم في كل موقف.
- 5- معالجة الأزمات المالية والقضاء على المشكلات الإدارية في حال حدوثها ووقوعها في المؤسسات المالية والمنشآت التجارية.
- 6- تخفيف حالة الخوف كإجراء عملي سريع لمعرفة كيف نواجه الخطر الآن ونشر الأمان وطمأننة الموظفين والعملاء على أنه يمكن لنا السيطرة على الأزمات والقضاء على المشكلات في ظل الساعات القليلة القادمة.

- 7- تتبع ورصد كل التحركات ومعرفة كل المستجدات من الأهداف والأخبار والأمور والمعاملات في كل الاتجاهات الأخرى والمقابلة لنا من المؤسسات الأخرى.
- 8- تشجيع الفكر الإبداعي ودعم الأفكار المبتكرة والجديدة في سبيل الحصول على حلول جيدة وجديدة عن حدود الروتين والجمود القاتل..
- 9- خلق القدرة الحقيقية والقوة الفعلية في مواجهة الأزمات بكل شجاعة وجرأة (سرور، 2012، الصفحات 51-52)
- 10- إيجاد القدرة على تحمل المصاعب والمتاعب والتدرب على مواجهة الكوارث دون ضعف أو خلل.
- 11- خلق الرغبة الحقيقية في صفوف الموظفين والإداريين لكسب ولائهم في التعاون مع المؤسسة أو الشركة لتخطي عقباتها المالية والإدارية.
- 12- جلب مكاسب وتحقيق النجاحات المتواصلة والتصدي لكل المخاطر.
- 13- الحفاظ على الأمن والاستقرار والهدوء وجعل الأمور تسير بشكل جيد دون نقص في الأداء وضعف في العزائم
- 14- تدمير الأطراف الأخرى المتسببة في الأزمات ومواجهتها بكل ثقة.
- 15- تقليل درجة ردة الفعل الانعكاسي بعد حصول الأزمة.
- 16- تخفيف من حدة الأزمات والعمل على تخفيف آثار شدة الأزمات.
- 17- التجهيز الكامل والاستعداد التام لمواجهة كل الأزمات المحتملة الحدوث.
- 18- إخفاء القوة الموجودة لدينا عن أعين الأعداء لعدم استفزازهم وإثارة روح الحسد التنافسي لمؤسستنا.
- 19- نشر فكرة عدم غرور الموظفين بقوتهم وأنفسهم مع زرع الثقة بأنفسهم ودعمهم وتشجيعهم ورفع معنوياتهم والتفاعل مع مشكلاتهم.
- 20- الاجتماع الدوري لكل أعضاء وموظفي ومدراء الإدارات الأخرى لتبنيهم على اتخاذ قوانين معينة وإجراء خطوات محددة للتعامل مع الأزمات (الحريري، 2012، الصفحات 37-38)
- 21- تعيين الأجهزة المعنية بتنظيم وإدارة الأزمة، وتحديد دورها عبر مختلف المراحل.
- 22- توفير الإمكانيات المادية للاستعداد لمواجهة بسرعة إعادة التعمير بأقل تكلفة ممكنة.
- 23- الاستعداد لمواجهة الأزمة من خلال التنبؤ بالمشكلات وتمكين الإدارة من السيطرة على الموقف، والحفاظة على ثقة جميع الأطراف المعنية، وتوفير نظم الاتصال الفعالة.

24- التعامل الفوري مع الأحداث للوقوف تصاعدها وتحجيمها من خلال الموقف، ورسم السيناريوهات، وتحليل نقاط القوة والضعف، والتهديدات الناتجة عن كل حدث، والاستعداد المستمر للتعامل معها (المجد، 2013، صفحة 63)

### 3- خطة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات:

#### أولاً- العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة

وتشمل الإجراءات الوقائية التي تتخذها المؤسسات استعداداً لوقوع الأزمات من حيث إعداد فريق اتصالات الأزمة، وقاعدة المعلومات، ووسائل الاتصال، وتصميم الخطط والتدريب عليها، وهي كالأتي:

1- إعداد فريق اتصالات الأزمة: إن الدعامة الأساسية في الإعداد والتخطيط للأزمات تتمثل في تكوين فريق لإدارة الأزمات، وتقديره على الورق سواء حدثت الأزمة أم لا، مع استمرار المؤسسة في عملها اليومي، حيث أن أبعاد الأزمة المختلفة وتعدد جوانبها عند حدوثها يتطل إعداد فريق مختلف التخصصات يكون قادراً على تغطية جوانب الأزمة بكفاءة وسرعة، وتلك التخصصات تختلف باختلاف المؤسسات ونوعية الأزمات التي تتعرض لها. وفريق الأزمة يتصف بأنه جماعة صغيرة من البشر يجتمعون للمساعدة في التخطيط لإدارة الأزمة، حيث يتعاضد دورهم في حالة التخطيط للأزمات الكامنة، والمحتملة الحدوث والتعامل معها وقت حدوثها، وتلك الجماعة يجب أن تتميز بمجموعة من الخصائص والخبرات التي تؤهل لإدارة الأزمة بدءاً من استشعار الأزمة قبل وقوعها إلى مواجهة أثارها عند الحدوث وتتبعها واستخلاص الدروس المستفادة منها:

- تحديد الأهداف والاستراتيجيات اللازمة لإدارة الأزمات.

- فحص الانتقادات وأوجه الخلل بالمؤسسة ومراعاة الأولويات في ترتيبها.

- صنع القرارات وتحديد المسؤوليات والأدوار.

- مراجعة وإعداد خطة إدارة الأزمة وإدخال التحسينات عليها.

- تقديم المشورة للمسؤولين التنفيذيين بالمؤسسة (السيد، 2006، الصفحات 113-114)

2- عناصر فريق إدارة الأزمة: من المتفق عليه أن نجاح إدارة الأزمة يتوقف على مدى كفاءة وخبرة فريق إدارة

الأزمة، وقدم ريد **Ried** العناصر الأساسية والمساندة لفريق إدارة الأزمة في العناصر التالية:

أ- قائد الفريق الذي يتولى مهام اختيار الأعضاء وتقدير موقف الأزمة ومتابعة إدارتها.

ب- المتحدث الرسمي الذي يتعامل مع جمهور المؤسسة ووسائل الإعلام ويتحدث باسم المنظمة.

ج-الرئيس الذي يتعامل مع قائد الفريق والمستشار القانوني ويتولى مراجعة وتحسين الخطة ومراجعة التصريحات المقدمة لوسائل الإعلام.

د-المستشار القانوني وهو يشارك في إعداد الرسالة لتفادي الخطاء القانونية.

هـ-مدير الفريق حيث يعمل مع مسؤول الاتصالات ويقوم بتصنيف وإعداد المكالمات الواردة من الجمهور وتقديمها للمتحدث الرسمي، وتقدير مدى أهميتها.

و-المستقبل للمكالمات لتلقي المكالمات الواردة وتقديمها لمدير الفريق لتكون جاهزة للمتحدث الرسمي.

ي-مسؤول علاقات عامة لدراسة النواحي الاتصالية مع الجمهور ووسائل الإعلام ومساندة المتحدث الرسمي.

ن-متخصصون في النواحي التأمينية والمالية والعمالية. (السيد، 2006، الصفحات 114-115)

**3-بناء قاعدة معلوماتية عن بنية المنظمة وجمهورها:** إن جمع تلك البيانات يتم عادة من خلال إجراء البحوث والدراسات التي تهتم بتجميع المعلومات الضرورية عن بيئة المنظمة الداخلية والخارجية، وما حدث بها من تغيرات وما طرأ عليها من أحداث، وإجراء تلك البحوث يعتبر من المهام الأساسية للعلاقات العامة وهي وظيفة إستراتيجية تسعى إلى البحث والدراسة والتحليل لبيئة المنظمة الداخلية والخارجية.

وفي هذا الشأن فقد قدم مجموعة من المؤلفين نماذج لنوعية المعلومات والبيانات اللازمة عند إعداد قاعدة

المعلومات منها:

- 1- طبيعة المنظمة وخلفياتها التاريخية، والدور الذي تؤديه في المجتمع ونوعية المنتديات أو الخدمات التي تقدمها.
- 2- جماهير المنظمة وعملاؤها.
- 3- نوعية المنظمة من حيث كونها تهدف إلى الربح أو غير ذلك.
- 4- قسام المنظمة المختلفة
- 5- معرفة الخبراء الذين يعملون بالمنظمة ونواحي تخصصاتهم.
- 6- معرفة أوجه الضعف والخلل بالمؤسسة والتي قد تؤدي لأزمات ومحاوله حلها.
- 7- علاقة المنظمة برسائل الإعلام وكذلك العلاقة بين الجمهور الداخلي (الموظفين).
- 8- الإصدارات والنشرات التي تصدر عن المنظمة سواء بواسطة الإعلام أو من المنظمة نفسها.
- 9- التقارير والقرارات واللوائح والقوانين والنظم التي تعمل في إطارها المؤسسة، والتي قد تؤثر على عملها.
- 10- دراسة توجهات الجمهور واهتماماته والاتصال بقيادة الرأي في المجتمع. (السيد، 2006، صفحة 116)

كما يجب أن يقوم ممارسو العلاقات بدراسة وسائل الاتصال المختلفة وإعداد قائمة بها، والتي تتنوع من صحافة، إذاعة وتلفزيون، ووكالات الإعلان وعلاقات عامة وغيرها من الوسائل الاتصالية المختلفة بما فيها شبكة الانترنت، بحيث تسعى المؤسسة إلى تحديد المؤسسات والمواقع الاتصالية لها التي يسال الاتصال بها عبر تلك المواقع، ومن الضرورة أن تشمل قاعدة البيانات على كتيبات إرشادية ذات موضوعات متنوعة سهلة التداول تكون مرجعية سهلة الاستخدام، كما تشمل كذلك على الأزمات التي تعرض لها المنظمة من قبل، وكذلك الأزمات التي تعرضت لها المنظمات التي تمارس نفس النشاط وتحليلها وإدارتها لتلك الأزمات، وذلك لتخفيف الآثار السلبية وتلافيها عند تكرار حدوث تلك الأزمات.

وعلى هذا فمن الأهمية أن يكون للمنظمة مركز للمعلومات والتوثيق يتولى مهمة تجميع كافة البيانات والمعلومات عن المنظمة وبيئتها الداخلية والخارجية، وأن يتوافر به التقنية الحديثة في حفظ تلك البيانات من خلال أجهزة الحاسب الآلي التي تضمن تسيير إمكانية استرجاع المعلومات المطلوبة بدقة وسرعة، حتى تتلاءم مع موقف الأزمة المفاجئ، وضيق الوقت اللازم لاتخاذ القرارات والبحث عن المعلومات مع الوضع في الحسبان تدوين وتسييل تلك البيانات والمعلومات في سيالات مكتوبة ومحفوظة بالمركز تحسبا لأي طارئ بأجهزة الحاسب الآلي (السيد، 2006، الصفحات 118-120)

يمكن القول أن القاعدة المعلوماتية عن المنظمة تحتوي على:

- (1) المنظمة والعاملون بها وما يتعلق بها من تنظيمات ولوائح وقوانين.
- (2) جمهور المنظمة بشكل عام وفئاته المختلفة مع وسائل الإعلام وقادة الرأي والجمهور الذي تسعى إليه المؤسسة لتحقيق أهدافها.
- (3) النواحي المتعلقة بنشاط المنظمة وطبيعة عملها وما تهدف إليه الأزمات السابقة في تاريخ المنظمة والمنظمات الأخرى التي تمارس نفس النشاط والأساليب المتبعة في إدارتها وأوجه التطور في التخطيط لتلك الأزمات.
- (4) البيانات المتعلقة بالمسؤولين في المنظمة وفريق إدارة الأزمات والجهات الخارجية كالهئات والوزارات والمرافق.
- (5) موقف التغطية الإعلامية والصحفية من المنظمة بصفة يومية من خلال تجميعها وحفظها إلكترونيا يسال استرجاعها.

#### 4-تحديد المخاطر محتملة الحدوث:

هي مرحلة التصور والتوقع للأزمات محتملة الحدوث وتشمل على إدارة القضايا وتوقع الأزمات، فإدارة القضايا تقوم على مبدئين أساسيين هنا:

1- التعرف على القضايا والمشكلات التي تكون مصدر قلق للمؤسسة والممكنة الحدوث في وقت لاحق.

2- العمل على حل تلك القضايا والمشكلات قبل تهديدها لههداف المؤسسة.

وتلك القضايا التي تمثل إشارات الإنذار لوقوع الأزمات تتطلب الدراسة والبحث والتحليل لتلك القضايا، حيث يبرز دور العلاقات العامة في هذا الشأن من خلال دورها في إجراء البحوث والدراسات الميدانية والتحليلية لأوجه الخلل بالمؤسسة والمخاطر الممكنة تطورها وتهديدها لمصالح المؤسسة، وذلك من واقع اتصالها بجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، ووسائل الإعلام، وكذلك دورها في فحص المخاطر من واقع اتصالها بنشاط المؤسسة وطبيعة عملها وعلاقتها بالإدارة العليا.

وهناك عدة إجراءات لدراسة تلك القضايا منها:

أ- التعرف على المصادر والأشياء التي قد تؤدي إلى وجود الأزمة، في أن يقوم القائم بالاتصال بوضع نفسه مرة في وسط أزمة، ومرة كمرشد لوسائل الإعلام أو في موقف مواجهة معها.

ب- استخدام وسائل قياس ومعرفة الجمهور واتجاهاته وردود فعله تجاه المؤسسة.

ج- استخدام طريقة القصص الصحفية الإلكترونية بصفة يومية لمعرفة التغطية الإعلامية لأحداث المنظمة.

د- يجب الإعلان عن القضايا الطارئة بسرعة وحلها.

هـ- استخدام الأسلوب المرن والحر في تحديد القضايا الكامنة والطارئة، وكذلك طريقة التوقعات لتحديد المسؤوليات والأدوار (السيد، 2006، صفحة 120)

ومن المتفق عليه عند الإعداد للأزمات المحتملة الحدوث أن يتم إعداد دراسة تحليلية عن نوعية المخاطر الممكن حدوثها، وحصص مصادرها ونطاق التأثير الذي بصحبها، وكذلك إعداد قائمة بتلك المخاطر تشمل أنواع الأزمات المتوقع حدوثها (السيد، 2006، الصفحات 121-123)

01- وسائل وأدوات الاتصال بالجمهور: لكي يتحقق النجاح في إدارة اتصالات الأزمة والحفاظ على الصورة

الذهنية لدى الجمهور، يجب أولاً تأسيس علاقة قوية مع جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، حتى تكون

جهات مشاركة ومتضامنة في إدارة الأزمة عند حدوثها، وهناك مجموعة من الإجراءات يجب إتباعها عند

تأسيس تلك العلاقة مع الجمهور منها:

- محاولة تدري الجمهور على الطريقة التي يريدها القائم بالاتصال ويهدف إليها.

- استخدام برامج العلاقات العامة في تدعيم العلاقات وتحقيق المصدقية مع الجمهور.

- اتخاذ الطرق التي تجعل الاتصال بالجمهور سهلاً مع إمكانية توجيه أسئلة وعرض مقترحات لصالح المؤسسة.

- تدعيم إشارات الإنذار والإعلان عنها مباشرة وبجدية.

- العمل على قياس وتقييم أنشطة الاتصالات وتجميع الآراء والأحكام لتحسين العلاقات مع الجمهور.

لذا وجب الاتصال بهذا الجمهور في حالة الأزمات، وأن تكون هناك قنوات ووسائل للاتصال به تكون مجهزة ومعدة وقادرة على إدارة الأزمة واتصالاتها وإمداد الجمهور بالمعلومات السريعة والصادقة واختيار تلك الوسائل والطرق المستخدمة في الاتصال يتوقف على مدى ملائمة الوسيلة لنوع الجمهور المستهدف وطبيعته. وتتمثل الوسائل والقنوات الاتصالية في إجراءات عقد المؤتمرات الصحفية، وإعداد النشرات الصحفية وإجراء المقابلات، والإعلانات، والنشرات الإخبارية المرئية ومراسلة الجمهور، الاتصالات التلفزيونية، المذكرات، التقارير، وكذلك وسائل التكنولوجيا الحديثة، إلى جان وسائل العلاقات العامة التي تعتمد على الاتصال المباشر بالجمهور في الميدان في حالة حدوث الأزمة والتي تهدف إلى طمأنة الجمهور وإمداده بالمعلومات الصحيحة التي يلجأ إليها مندوبي وسائل الإعلام في حالة عدم وجود بيانات ومعلومات من الجهات المسؤولة عن إدارة الأزمة (السيد، 2006، الصفحات 123-124)

ولكي يتحقق الاتصال الفعال بهذا الجمهور يجب تحديد نوعية الرسالة الاتصالية التي يمكن بثها خلال الأزمة، بحيث تتناس مع فئات الجمهور العريض. وعلى هذا يجب أن يقوم ممارسو العلاقات العامة بدراسة الجمهور المتعلق بالمؤسسة سواء الداخلي أو الخارجي، وتصنيف هذا الجمهور إلى فئات حسب المستويات التصنيفية المختلفة، ومراعاة نوع الخطاب الموجه إلى هذا الجمهور بحيث يتناسب مع مستوى تعليمه ودرجة ارتباطه بالأزمة ونوعية الوسيلة التي يتم نقل الرسائل عبرها إلى الجمهور.

### ثالثاً: العلاقات العامة في مرحلة حدوث الأزمة

ويمثل هذا المحور إجراءات التخطيط لمرحلة حدوث الأزمة، وما يقوم بتنفيذه مسؤولوا العلاقات العامة بالمؤسسة، حيث تتركز الإجراءات في جوانب التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي بفئاته المختلفة، وجمع المعلومات عن الأزمة، وتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

1- جمع المعلومات والتعامل مع الحدث فور وقوعه: حيث يتفق المؤلفون على أن العلاقات العامة تقوم أولاً بتلبية الاحتياجات الضرورية من خلال جمع المعلومات عن الأزمة، والاتصال بالسلطات المسؤولة، وبالجمهور سواء المتأثر بالأزمة أو الجمهور الذي يحتاج إلى المعلومات عن الأزمة وكذلك العمل مع المتحدث الرسمي ومعاونته بعد تحديده في توفير المعلومات اللازمة له عن موقف الأزمة.

ويمكن القول أنه عند حدوث الأزمة فإن ما يشغل مسؤولوا العلاقات العامة هو جمع المعلومات اللازمة عن الأزمة وتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية المعدة مسبقاً للأزمات المحتملة الحدوث، كما أن للعلاقات العامة دور فعال في مساندة موقف الإدارة العليا من خلال قيامها بجمع المعلومات المساندة لموقف المؤسسة عن دورها في خدمة الجمهور الداخلي والخارجي ووسائل الإعلام، ومن خلال دراسة ما يصدر عن تلك الوسائل تحديد موقفها من المؤسسة وإمداد الإدارة العليا والمسؤولين عن تطورات أحداث الأزمة.

وقدم تيمسون شيرمان عدداً من الإجراءات التي تتخذ عند التعامل مع الأزمات وقت حدوثها منها:

- تحديد ومعرفة الحقائق المتعلقة بالأزمة.
- توزيع وتنظيم مصادر القوة في إدارة الأزمة.
- إعداد وتجهيز التقارير الصحفية المعدة مسبقاً قبل حدوث الأزمة.
- معرفة الضحايا وأقاربهم.
- التعامل مع استفسارات وسائل الإعلام.
- التحكم في إجراءات التغطية لأحداث الأزمة وتنظيم وتنسيق اللقاءات والمؤتمرات (السيد، 2006، الصفحات 133-135)

**2-تحديد الإستراتيجية الاتصالية ونوع الخطاب المناسب لموقف الأزمة:** منذ أن اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة إستراتيجية العلاقات العامة، وتناولوها من حيث أنها تهدف إلى تبيان أساليب العمل في العلاقات العامة، فقد قدموا عدداً من الاستراتيجيات التي يستخدمها مسؤولوا العلاقات العامة بصفة مستمرة في نشاطاتهم، حيث تتنوع تلك الاستراتيجيات إلى إستراتيجية التركيز عند تحقيق هدف معين بصورة عاجلة، إستراتيجية المفاجأة في حالة الطوارئ عند إدارة تلك المواقف، وإستراتيجية المشاركة بين العاملين والإدارة، وإستراتيجية ملتقى الطرق واختيار المواعيد والأماكن الهامة وكذلك إستراتيجية الاختفاء عند تقديم أنشطة العلاقات العامة.

ومن المتفق عليه أن تلك الاستراتيجيات الاتصالية قد تم إعدادها قبل حدوث الأزمة وتم اختبارها من خلال سيناريوهات الأزمة وهي التي تعني بالكيفية التي يتم بها التعامل مع الأزمة والجمهور ونوعية الخطاب والرسالة الاتصالية الموجهة إلى هذا الجمهور، ومن ثم فإن ممارسي العلاقات العامة والاتصال بالمؤسسات لا بد عليهم أن يقدموا الإستراتيجية المناسبة لموقف الأزمة (السيد، 2006، صفحة 136)

## ثالثا: العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة

أنشطة العلاقات العامة بالاستمرارية، وعدم الانتهاء بانتهاج الموقف أو المشكلة أو الأزمة، إذ تستمر أعمالها لأبعد من ذلك، من خلال متابعتها لتلك المواقف أو القضايا ودراستها لأبعادها المتعددة، فقد تكون هناك مخاطر من الممكن أن تسبب نفس الأزمة مرة أخرى بعد وقت قصير.

1- مهام العلاقات العامة بعد الأزمة: إن انتهاء الأزمة لا يعني انتهاء مهمة إدارة العلاقات العامة للأزمات في المؤسسة، إذ أن مرحلة ما بعد الأزمة تعتبر مسألة بالغة الأهمية في إدارة الأزمات، لأنها تحسن من قدرات المؤسسة في الوقاية والاستعداد لأزمات مماثلة، ومن مهام العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة:

- أ-دراسة أسباب الأزمة للكشف عن أوجه القصور في توقعاتها أو معالجتها.
- ب-التخطيط لإعادة الأمور داخل المؤسسة إلى ما كانت عليه قبل الأزمة.
- ج-وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة إن حصل فيها تأثير.
- د-إعادة تأهيل العاملين في المؤسسة نفسيا لمحو الآثار النفسية اللازمة على العاملين.
- هـ-إعادة ترتيب المؤسسة بعد زوال الأزمة.

و-العمل على إزالة رواسب الأزمة بالنسبة للجمهور الخارجي. (الدليمي، 2009، صفحة 21)

## 2-دور إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا:

كل المؤسسات تفاجأت بأزمة كورونا من غير سابق إنذار، وعنصر المفاجأة من أهم خصائص الأزمات، وكثير منها وقفت حائرة أمام أزمة هددت دول كبرى فما بالك بالمؤسسات الشركات، فما الدور المطلوب من إدارات العلاقات العامة في تخفيف آثار الأزمة.

ونعني بالأزمة هنا حدث (كفيروس كورونا) يكون له تأثير كبير وعاصف على المؤسسة ووظائفها وجمهورها، فإن لم تتعامل المؤسسة مع الحدث بطريقة احترافية فإنه يهدد كيانها وقدراتها وسمعتها.

إدارة الأزمات يكون على مستويات متعددة، وتبدأ من الإدارة العليا للمؤسسة وقيادات الصف الأول، وتشكيل إدارة أزمة لعمل خطة بهدف تخفيف آثارها على المؤسسة، وكل إدارة تقوم بدورها المنوط بها.

أزمة كورونا نشأت لأسباب خارجية، من المهم في إدارة الأزمة ألا تسمح بتشظيها وصناعة أزمات أخرى يكون أسبابها داخلية، ودور العلاقات العامة هنا جوهرى في إدارة التواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، وضبط الرسائل الاتصالية واختيارها بعناية والحذر من ازدواجية الرسائل الموجهة للجمهور.

العلاقات العامة تقيس نبض الجمهور وتتعرف على تساؤلاته ومخاوفه ورغباته، ونقلها لخلية إدارة الأزمة، عنصر السرعة هنا في غاية الأهمية، فالاتصال ثنائي الاتجاه يجب أن ينتج عنه استجابة سريعة، التأخر يسيء للمؤسسة ومكان خصب لنقل الشائعات، ومجال لتوليد أزمات فرعية تشغل عن الأزمة الأساس.

في ذروة الأزمة تذكر جمهورك الداخلي وأنه بحاجة إلى تحفيز وتطمين وتقوية الثقة، فهذا الجمهور عامل مهم يقف معك لتجاوز الأزمات بنجاح، وإهماله قد يضاعف الخسائر. (الدليمي، 2009، صفحة 21)

إدارة أزمة كورونا مرتبط بجهات سيادية عليا، ويجب العناية الكبيرة بانسجام الرسائل الاتصالية وتوافقها مع توجهات قيادة الأزمة في الدولة، الخلل في ذلك سيوقع المؤسسات أو الأفراد في عقوبات كبيرة، لا سيما وأنها أزمة لها علاقة بصحة الإنسان.

تبسيط الإجراءات وعدم تعقيدها وفتح خطوط التواصل بين مدير العلاقات العامة وبين قيادات المؤسسة، وكذلك بينه وبين جمهوره ووسائل الإعلام.

غياب إدارة العلاقات العامة عن الأزمة يسبب خيبة أمل عند الجمهور الداخلي والخارجي، والإبداع في الرسائل الاتصالية وأشكالها فيه رسالة غير مباشرة للجمهور أننا متواجدون ونعمل بجد حتى تنتهي هذه الأزمة.

في مثل أزمة كورونا يحسن بإدارة العلاقات العامة إبراز قياداتها كخبراء من خلال تواجدهم الإعلامي، وهذا أثره ظاهر في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة، وإيصال اسمها إلى شرائح جديدة. (الدليمي، 2009، صفحة 22)

يجب أن تكون إدارة العلاقات العامة متيقظة لكل ما يחדش صورتها الذهنية، وإزالة كل ما يؤثر عليها، والأكمل هو استثمار الأزمة لجلب مكتسبات جديدة للمؤسسة على مستوى السمعة والفرص والجمهور.

الرسالة الأخيرة: إدارة العلاقات العامة التي لم تضع لها خطة لإدارة الأزمة تغامر بسمعة المؤسسة وجمهورها، فيجب أن تخطط وتحدد الجمهور بدقة، والرسائل الاتصالية، والوسائل المناسبة. (الظفيري، 2020)

## الفصل الثالث

### الإطار التطبيقي للدراسة

**أولاً: التعريف بمؤسسة الدراسة:**

هي عبارة عن مصالح غير ممركزة للدولة تحت وصاية وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات ووالي الولاية، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 261/97 المؤرخ في 14/07/1997 الذي يحدد القواعد الخاصة بتنظيم مديريات الصحة والسكان الولائية وسيرها.

وبموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 12/05/1998 الذي يتضمن المخطط التنظيمي لمديرية الصحة والسكان في الولاية.

**تنظيم مديرية الصحة والسكان:** تتكون مديرية الصحة والسكان لولاية المسيلة من 04 مصالح و 12 مكتبا وهي:

**1- مصلحة الموارد البشرية والشؤون القانونية والتي تتكون من:**

- مكتب المستخدمين.

- مكتب التكوين.

- مكتب الشؤون القانونية والمنازعات.

**2- مصلحة التخطيط والوسائل والتي تتكون من:**

- مكتب الخريطة الصحية والإحصائيات.

- مكتب الاستثمارات والصفقات.

- مكتب الميزانية والمراقبة.

**3- مصلحة الهياكل والمهن الصحية والتي تتكون من:**

- مكتب تنظيم الهياكل العمومية للصحة وتقييمها.

- مكتب القطاع الخاص.

- مكتب الاستعجال والإسعافات.

**4- مصلحة الوقاية والتي تتكون من:**

- مكتب البرامج الصحية.

- مكتب الأمراض المتنقلة وغير المتنقلة.

- مكتب الحماية الصحية في الأوساط الصحية.

**5- مصلحة السكان والتي تتكون من:**

- مكتب الصحة التناسلية والتنظيم العائلي.
- مكتب البرامج السكانية.
- مكتب الإعلام والتربية والاتصال.

**6- مصلحة النشاط الصحي والمنتجات الصيدلانية والتي تتكون من:**

- مكتب ترقية العلاج القاعدي وطب الأمراض العقلية.
- مكتب تنظيم المنتجات الصيدلانية.
- مكتب النشاط الصحي ومتابعة اللجان الطبية.

**ثانيا: مهام مديرية الصحة والسكان:**

تسهر مديرية الصحة والسكان الولائية وتضع حيز التنفيذ كل التدابير التي من شأنها أن تؤطر النشاطات الخاصة بالصحة والسكان، وبهذه الصفة تكلف بما يلي:

- تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم في جميع المجالات المتصلة بأنشطة الصحة والسكان.
- تنشيط وتنسيق وتقوم تنفيذ البرامج الوطنية والمحلية للصحة، لاسيما في مجال الوقاية العامة وحماية الأمومة والطفولة والحماية الصحية في الأوساط الخاصة وكذلك في مجال التحكم في النمو الديموغرافي والتخطيط العائلي وترقية الصحة التناسلية، تسهر على إحترام السلم التسلسلي للعلاج، لاسيما بتطوير كل النشاطات التي تهدف إلى ترقية العلاج القاعدي، تطور كل عمل يهدف إلى الوقاية من إدمان المخدرات ومكافحتها وخصوصا في اتجاه الشباب، تسهر على التوزيع المتوازن للموارد البشرية والمادية والمالية دون المساس بالصلاحيات المخولة قانونا لرؤساء مؤسسات الصحة.

- تشجع وتطور كل أنشطة الاتصال الاجتماعي لاسيما التربية الصحية بالاتصال مع الجمعيات الاجتماعية المهنية والشركاء الآخرين المعنيين

- تسهر على وضع جهاز يختص بجمع المعلومات الصحية والوبائية والديمغرافية واستغلالها وتحليلها وتبليغها.
- تنشيط الهياكل الصحية وتنسيقها وتقومها.
- تسهر على وضع الإجراءات المتعلقة بحفظ المنشآت وتجهيزات الصحة وصيانتها حيز التنفيذ.
- تتولى تأطير هياكل الصحة ومؤسساتها العمومية والخاصة وتفتيشها.
- تعد التراخيص المتعلقة بممارسة المهن الصحية وضمان مراقبتها.

- تعد المخططات الإستراتيجية بالاتصال مع السلطات المعنية والمشاركة في تنظيم الإسعافات وتنسيقها في حالة حدوث كوارث مهما كانت طبيعتها
- تدرس برامج الاستثمار وتتابعها في إطار التنظيمات والإجراءات المعمول بها.
- تتابع وتقوم تنفيذ البرامج المقررة في ميدان التكوين وتحسين مستوى مستخدمي الصحة وتقومها.
- تشرف وتسهر على السير الحسن للمسابقات والامتحانات المهنية.

ثانيا: التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة:

عرض نتائج المحور الأول:

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار المشاهد	النسبة %	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والملاحظ	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	17	68,0	12,50	04,50	03.240	01	0.000
أنثى	8	32,0	12,50	-04,50			
الإجمالي	25	100					

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، حسب طبيعة الجنس؟!، نلاحظ أن حجم أفراد العينة من جنس "الذكور" احتلت الترتيب الأول بتكرار بلغ حجمه بـ (17) ذكراً، وبنسبة (68.00%)، في حين احتل حجم أفراد العينة من ذوي الجنس " أنثى " بـ (08) وبنسبة قدرت بـ 32,00%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي جنس الذكور، وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (03.24)، بدرجة حرية قدرت بـ (01)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%). وترجع هذه النتيجة إلى ارتفاع نسبة الذكور أكبر من الإناث كون الأعمال الإدارية تحتاج إلى جهد بدني، وكذلك كون طبيعة العمل في جهاز العلاقات العامة تقتضي تقلد المنصب من جنس الذكور، وهذا ما يسهل على المؤسسة تحقيق أهدافها بنجاح.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار المشاهد	النسبة %	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والملاحظ	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
لا شيء	00	00	00	00	06.760	01	0.000
متخرج	19	76,0	12,50	06,50			
ثانوي	6	24,0	12,50	-06,50			
الإجمالي	25	100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، حسب "طبيعة المستوى التعليمي"؟، نلاحظ أن حجم أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي "متخرج" احتلت الترتيب الأول، والبالغ عددهم بـ (19) موظف، بنسبة قدرت بـ 76,00%، في حين احتل أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي "ثانوي" والبالغ عددهم بـ (06) وبنسبة قدرت بـ 24,00%، أما في الترتيب الثالث فكانت لإجابات أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي "لا شيء" بـ (00) وبنسبة قدرت بـ 00,00%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي السن "متخرج"، وهذا ما دلت عليه قيمة كأي تربيع، والتي بلغت قيمتها (06.760)، بدرجة حرية قدرت بـ (01)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع هذه النتيجة إلى طبيعة التوظيف في المؤسسة لتقلد هذا المنصب تتطلب موظف في التخصص، ومتخرج يتميز بالكفاءة ومستوى تعليمي مقبول ومؤهل للعمل بالإدارة، مما يساعد المؤسسة على نجاحها وتنظيم عملها وخلق خدمات ذات جودة عالية.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	التكرار المشاهد	النسبة %	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والملاحظ	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
عامل مهني	3	12,0	06,30	-3.3	24.760	2	0.000
طبيب	3	12,0	06,30	-3.3			
ممرض	2	8,0	06,30	-04,30			
إداري	17	68,0	06,30	10,80			
الإجمالي	25	100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 85 موظف، حسب المستوى الوظيفي"؟، نلاحظ أن فئة أفراد العينة من ذوي المستوى الوظيفي " إداري" احتلت الترتيب الأول بتكرار بلغ حجمه ب (17) ، وبنسبة (68.00%)، في حين احتلت فئة ذوي المستوى الوظيفي " عامل مهني و طبيب " الترتيب الثاني والثالث بتكرار بلغ حجمه ب (03) ، وبنسبة قدرت ب (12.00%)، أما في الترتيب الثالث فقد احتلت فئة ذوي المستوى الوظيفي " ممرض " بتكرار بلغ حجمه ب (02) ، وبنسبة قدرت ب (08.00%)، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي المستوى الوظيفي "إداري". وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها(24.760)، بدرجة حرية قدرت ب (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%). وترجع نتيجة هذه الدراسة إلى أن طبيعة الأعمال المختلفة في المؤسسة، و المصالح المتنوعة تتطلب موظفين من المستوى الوظيفي إداريين.

تحليل نتائج المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في مديرية الصحة:

4- توزيع افراد العينة حسب متغير معني العلاقات العامة؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير معني العلاقات العامة لأفراد العينة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
وظيفة إدارية داخل المؤسسة	05	20,00%	12.50	-07.50	09.000	01	0.000
نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة	20	80,00%	12.50	07.50			
المجموع	25	100 %	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال " ماذا تعني لك العلاقات العامة "؟، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل " وظيفة إدارية داخل المؤسسة " والبالغ عددهم 20، و بنسبة بلغت 80,00%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل " نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة " والبالغ عددهم 05 موظف، و بنسبة قدرت بـ 20,00%، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأن: تعني لهم العلاقات العامة بأنها نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (09.000)، بدرجة حرية قدرت بـ (01)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع نتيجة إلى أن العلاقات العامة تعتبر نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة، وأنها عمل يساعد مؤسسة وموظفيها وجماهيرها في التكيف المتبادل فيما بينهم ، والذين يتوقف عليهم نجاحها أو فشلها.

5- توزيع افراد العينة حسب متغير وجود جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟ بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير وجود جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة

النسبة	التكرار	في حالة الإجابة على السؤال ب " لا "	النسبة %	التكرار	السؤال " 03 "
%48,00	12	السكرتارية	%68,00	17	لا
%20,00	05	مكتب الاتصال			
			%32,00	8	نعم
			% 100	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "هل هناك جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟"، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل "لا" والبالغ عددهم 17، وبنسبة بلغت %68,00، احتلت الترتيب الأول، وتوزعت إجاباتهم على أن الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين في حالة إذا كانت الإجابة "لا" على البديل "السكرتارية" والبالغ عددهم (12) وبنسبة قدرت (%48,00)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " مكتب الاتصال " والبالغ عددهم (05) وبنسبة بلغت ب (%20,00)، في حين احتلت إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل " نعم" الترتيب الثاني والبالغ عددهم 08 موظف، و بنسبة قدرت ب %32,00، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأنه: لا يوجد جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة و أن الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة هي السكرتارية.

وترجع هذه النتيجة إلى أن المؤسسة لا تملك جهاز مختص في العلاقات العامة بل يقوم به مكتب السكرتارية الذي يختص في العلاقات العامة، كون أن مكتب السكرتارية يقتصر على تقديم جميع الخدمات المتعلقة بالمؤسسة مثل استلام ونقل البريد، وعرض البريد، والرد على الهاتف، وتنظيم كل الملفات المتعلقة بالمؤسسة.

6- توزيع افراد العينة حسب متغير الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة :بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظائف التي يقوم بها المكتب العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الاتصال بالمرضى	01	%03,30	11.00	-10.00	20.182	02	0.000
حل نزاعات العمل	10	%30,30	11.00	-01.00			
الاتصال بالموظفين	22	%66,70	11.00	11.00			
أخرى	00	%00	00	00			
المجموع	33	% 100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال " ما هي الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة ؟"، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل " الاتصال بالموظفين" والبالغ عددهم 22، و بنسبة بلغت 66,70%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "حل نزاعات العمل" والبالغ عددهم 10 موظف، و بنسبة قدرت ب 30,30%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل " الاتصال بالمرضى" والبالغ عددهم 01 موظف، وبنسبة قدرت ب 03,30%، الترتيب الثالث، أما في الترتيب الأخير الرابع فتمثلت إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "أخرى" والبالغ عددهم 00 موظف، بنسبة قدرت ب 00,00%، وعليه فإن اغلب أفراد العينة يقرون بأنه: الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة تتمثل في الاتصال بالموظفين. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (20.182)، بدرجة حرية قدرت ب (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع نتيجة ان من وظائف العلاقات العامة في المؤسسة مديرية الصحة في الاتصال بالموظفين وهذا من اجل معرفة احتياجات العاملين بالمؤسسة من الجوانب الثقافية والتربوية ومحاولة مساعدتهم على حل مشاكلهم، ونقل انشغالهم، كما أنها تهتم المؤسسة بمتابعة الموظفين والعمال من خلال الرقابة الداخلية للمؤسسة وكذلك عن طريق التوجيه والإرشاد.

7- توزيع افراد العينة حسب متغير اهداف إدارة العلاقات العامة؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير اهداف إدارة العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين	17	48,60%	08.80	08.30	13.114	03	0.000
تكوين علاقات جيدة بين العمال	10	28,60%	08.80	01.30			
تكوين صورة حسنة عن المؤسسة لدى المرضى	04	11,40%	08.80	-04.80			
تنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى	04	11,40%	08.80	-04.80			
المجموع	35	100%	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "ما هي الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة لتحقيقها؟"، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل "تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين" والبالغ عددهم 17، وبنسبة بلغت 48,80%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "تكوين علاقات جيدة بين العمال" والبالغ عددهم 10 موظف، وبنسبة قدرت بـ 28,60%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "تكوين صورة حسنة عن المؤسسة لدى المرضى وتنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى" والبالغ عددهم 04 موظف، وبنسبة قدرت بـ 11,40%، الترتيب الثالث، والترتيب الأخير والرابع، وعليه فإن أغلب أفراد العينة يقرون بأنه: تسعى إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهداف التي تتمثل في تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (13.114)، بدرجة حرية قدرت بـ (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع هذه النتيجة إلى تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين من اجل خلق جو من الحوار والتفاهم، وتقديم المشورة المدروسة للإدارة العليا عند اتخاذ القرارات ورسم السياسات، وتنمية شعور العاملين بالانتماء للمؤسسة وكسب تأييدهم، وإيجاد (التبادل الداخلي) التفاهم المتبادل الداخلي، وتقدير عمل الأفراد والعاملين وتحقيق الذات لهم، واستخدام وسائل الاتصال لإبلاغ العاملين بكافة المعلومات، وتوسيع الأنشطة الثقافية وعلى المشكلات الخاصة بالعاملين، وكسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي المتعامل مع المؤسسة.

تحليل نتائج المحور الثاني: وسائل العلاقات العامة في مديرية الصحة:

8- توزيع افراد العينة حسب الوسائل التي تعتمدھا إدارة العلاقات العامة : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل

إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسائل التي تعتمدھا إدارة العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الإعلانات الداخلية	09	%17,00	13.30	-04.30	13.226	03	0.000
الاتصال الشخصي	14	%26,40	13.30	00.80			
الانترنت	12	%22,60	13.30	-01.30			
الاتصالات الهاتفية	18	%34,00	13.30	04.80			
المجموع	53	% 100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "ما هي الوسائل التي تعتمدھا إدارة العلاقات العامة"؟، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل "الاتصالات الهاتفية" والبالغ عددهم 18، وبنسبة بلغت 34,00%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "الاتصال الشخصي" والبالغ عددهم 14 موظف، وبنسبة قدرت بـ 26,40%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "الانترنت" والبالغ عددهم 12 موظف، وبنسبة قدرت بـ 22,60%، الترتيب الثالث، أما في الترتيب الأخير والرابع إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "الإعلانات الداخلية" والبالغ عددهم 09 موظف، بنسبة قدرت بـ 17,00%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة يقرون بأنه: تتمثل الوسائل التي تعتمدھا إدارة العلاقات العامة في الاتصالات الهاتفية. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (13.266)، بدرجة حرية قدرت بـ (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع نتيجة إلى أن الوسيلة الأكثر استخداماً في مؤسسة مديرية الصحة هي الاتصالات الهاتفية، وهذا من اجل تسريع الخدمات، وكون أن الاتصالات الهاتفية أصبحت مجانية و حتى أنها متوفرة من المؤسسة سواء السلكية أو اللاسلكية جعل من الموظفين يستخدمونها بكثرة.

9- توزيع أفراد العينة حسب متغير امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة ؟ بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (09) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ابدا	02	%08,00	08.30	-06.30	07.280	02	0.000
دائما	12	%48,00	08.30	03.70			
احيانا	11	%44,00	08.30	02.70			
المجموع	25	% 100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "إلى أي مدى تتمثل امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة"؟، نلاحظ ان إجابات أفراد العينة على البديل "دائماً" والبالغ عددهم 12، وبنسبة بلغت 48,00%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "أحياناً" والبالغ عددهم 11 موظف، وبنسبة قدرت بـ 44,00%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "ابداً" والبالغ عددهم 02 موظف، وبنسبة قدرت بـ 08,00%، الترتيب الثالث، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأنه: تتمثل امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة بشكل دائم. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (07.280)، بدرجة حرية قدرت بـ (02)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وهذا راجع إلى انم سؤال العلاقات العامة هو الشخص الأول الذي يتلقى الأخبار أو الرسائل، كما انه هو المسؤول على تعليق الإعلانات للموظفين من عقد اجتماعات والندوات.

10- توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة؟ بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
القدرة على الحوار	16	35,60%	11.30	04.80	05.222	03	0.000
قوة الشخصية	08	17,80%	11.30	-03.30			
القدرة على حل المشاكل	14	31,10%	11.30	02.80			
القدرة على الاقناع	07	15,60%	11.30	-04.30			
المجموع	45	100%	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "ما هي الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة"؟، نلاحظ ان إجابات افراد العينة على البديل "القدرة على الحوار" والبالغ عددهم 16، وبنسبة بلغت 35,60%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "القدرة على حل المشاكل" والبالغ عددهم 14 موظف، وبنسبة قدرت بـ 31,10%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "قوة الشخصية" والبالغ عددهم 08 موظف، وبنسبة قدرت بـ 17,80%، الترتيب الثالث، أما في الترتيب الأخير والرابع إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "القدرة على الاقناع" والبالغ عددهم 07 موظف، بنسبة قدرت بـ 15,60%، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأنه: الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة تتمثل في القدرة على الحوار. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (05.222)، بدرجة حرية قدرت بـ (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع نتيجة هذه الدراسة إلى كون أن مسؤول العلاقات العامة يتصف بالقدرة على الحوار وهذا من اجل النقاشات في الاجتماعات، من اجل الاستماع والإنصاف إلى الموظفين، وله لغة وبحسن التفاهم ، كما أن مسؤول العلاقات العامة هو الشخص الذي يواجه الجمهور الخارجي في نقل مستجدات التي قد تطرأ في مكان العمل.

تحليل نتائج المحور الثالث: العراقيل والصعوبات جهاز العلاقات العامة في مديرية الصحة:

11- يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجهة التي يلجئون إليها لتقديم الشكوى؟ بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجهة التي يلجئون إليها لتقديم الشكوى

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الاتصال المباشر بالمدير	18	%48,60	12.30	05.70	07.189	02	0.000
الاتصال بمكتب العلاقات	05	%13,50	12.30	-07.30			
طلب مكتوب	14	%37,80	12.30	01.70			
المجموع	37	% 100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "ما هي الجهة التي يلجئون إليها لتقديم الشكوى"؟، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على البديل "الاتصال المباشر بالمدير" والبالغ عددهم 18، وبنسبة بلغت %48,60، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "طلب مكتوب" والبالغ عددهم 14 موظف، وبنسبة قدرت بـ %37,80، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "الاتصال بمكتب العلاقات" والبالغ عددهم 05 موظف، وبنسبة قدرت بـ %13,50، الترتيب الثالث، وعليه فإن أغلب أفراد العينة يقرون بأنه: تتمثل الجهة التي يلجئون إليها لتقديم الشكوى في الاتصال المباشر بالمدير. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (07.189)، بدرجة حرية قدرت بـ (02)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وهذا راجع إلى أن المدير هو المسؤول الأول وله السلطة في اتخاذ القرار عن المؤسسة وموظفيها، كما أن مدير المؤسسة هو الذي يتكفل بانشغالات الموظفين وتوفير لهم كل ما تتطلبه المؤسسة.

12- يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة؟ بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (12) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة

السؤال " 03"	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
اقناع الرأي العام	14	40,00%	08.80	05.30	12.429	03	0.000
تسيير وسائل الاعلام	07	20,00%	08.80	-01.80			
خلق الانسجام والتضامن	13	37,10%	08.80	04.30			
العناية بعائلات الضحايا	01	02,90%	08.80	-07.80			
المجموع	35	100%	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "فيما تتمثل دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة"؟، نلاحظ ان إجابات افراد العينة على البديل "إقناع الرأي العام" والبالغ عددهم 14، وبنسبة بلغت 40,00%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "خلق الانسجام والتضامن" والبالغ عددهم 13 موظف، وبنسبة قدرت بـ 37,10%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "تسيير وسائل الإعلام" والبالغ عددهم 07 موظف، وبنسبة قدرت بـ 20,00%، الترتيب الثالث، أما في الترتيب الأخير والرابع إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "العناية بعائلات الضحايا" والبالغ عددهم 01 موظف، بنسبة قدرت بـ 02,90%، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأنه: تتمثل دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة في اقناع الرأي العام. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (12.429)، بدرجة حرية قدرت بـ (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وهذا لطبيعة ارتباط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام حيث بدون وجود الجمهور لا يكون نشاط للعلاقات العامة فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة للمؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال.

13- توزيع أفراد العينة حسب متغير نسبة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة ؟ بعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نسبة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى

العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
جيدة	09	%36,00	08.30	0.70	10.400	02	0.000
متوسطة	10	%40,00	08.30	01.70			
ضعيفة	06	%24,00	08.30	-02.30			
المجموع	25	% 100	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "كم نسبة مساهمة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة"؟، نلاحظ ان إجابات افراد العينة على البديل "متوسطة" والبالغ عددهم 10، وبنسبة بلغت %40,00، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "جيدة" والبالغ عددهم 09 موظف، وبنسبة قدرت بـ %36,00، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "ضعيفة" والبالغ عددهم 06 موظف، وبنسبة قدرت بـ %24,00، الترتيب الثالث، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأن: نسبة مساهمة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة بمستوى متوسط. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (10.400)، بدرجة حرية قدرت بـ (02)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني أن الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

وترجع هذه النتيجة إلى كون أن العلاقات العامة تقتصر داخل المؤسسة وبين الموظفين الأمر الذي جعل

باستخدام الهاتف.

14- توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المؤسسة؟ بعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (14) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة

السؤال " 03 "	التكرار	النسبة %	المتوقع	الفرق	قيمة كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نقائص معنوية	07	28,00%	08.30	01.30	08.960	02	0.000
نقائص مادية	15	60,00%	08.30	06.70			
نقائص مادية ومعنوية	03	12,00%	08.30	-05.30			
المجموع	25	100%	//	//			

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 25 موظف، على السؤال "ما هي طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المؤسسة؟"، نلاحظ ان إجابات افراد العينة على البديل "مادية" والبالغ عددهم 15، وبنسبة بلغت 60,00%، احتلت الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني إجابات الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "معنوية" والبالغ عددهم 07 موظف، وبنسبة قدرت بـ 28,00%، في حين بلغ عدد الموظفين الذين كانت إجاباتهم على البديل "معنوية ومادية" والبالغ عددهم 03 موظف، وبنسبة قدرت بـ 12,00%، الترتيب الثالث، وعليه فان اغلب أفراد العينة يقرون بأن: طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المؤسسة تتمثل في النقائص المادية. وهذا ما دلت عليه قيمة كآي تربيع، والتي بلغت قيمتها (14.720)، بدرجة حرية قدرت بـ (03)، وعند مستوى الدلالة (0.01)، وهو ما يعني ان الباحث متأكد بنسبة (99%) من نتائج الدراسة مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة (01%).

**ثالثا: النتائج العامة للدراسة:**

من خلال دراستنا لموضوع دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة كورونا بمديرية الصحة لولاية المسيلة، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

**أولا: نتائج الدراسة حسب المتغيرات الشخصية:** والتي بينت نتائجها كما يلي:

- اغلب أفراد العينة من ذوي جنس الذكور.

- اغلب أفراد العينة من ذوي السن " متخرج".

- اغلب أفراد العينة من ذوي المستوى الوظيفي "إداري".

**ثانيا: نتائج الدراسة للمحور الأول:** والتي بينت نتائجها كما يلي:

- تعني لهم العلاقات العامة بأنها نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة.

- لا يوجد جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة وأن الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة هي السكرتارية.

- الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة تتمثل في الاتصال بالموظفين.

- تسعى إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهداف التي تتمثل في تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين.

**ثالثا: نتائج الدراسة للمحور الثاني:** والتي بينت نتائجها كما يلي:

- تتمثل الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في الاتصالات الهاتفية.

- تتمثل امكانية الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامة بشكل دائم.

- الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة تتمثل في القدرة على الحوار.

**رابعا: نتائج الدراسة للمحور الثالث:** والتي بينت نتائجها كما يلي:

- تتمثل الجهة التي يلجئون اليها لتقديم الشكوى في الاتصال المباشر بالمدير.

- تمثل دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمة في اقناع الرأي العام.

- نسبة مساهمة الادارة الالكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة بمستوى متوسط.

- طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المؤسسة تتمثل في النقائص المادية.

خاتمة

**خاتمة:**

لقد ذكرنا أن العلاقات العامة تسعى إلى شرح أهداف المؤسسات، وسياستها للجمهور، كما تنتقل نتائج دراستنا للجمهور إلى إدارة المؤسسات، بغرض تحسين العلاقة بينهم وتدعيمها، وعليه فهي تعمل كسفير اتصال بينهما، ولذلك يكون الاتصال فيها من أهم العناصر الأساسية في نجاح العلاقات العامة سلمياً. والمفروض في العلاقات العامة أن تشرح وتظهر الحقيقة، لا أن تغطي المساوئ، أو تخفي الحقائق، ولكن لو نظرنا إلى الحياة العلمية لوجدنا أن الكثيرين من المشتغلين في العلاقات العامة، التي تهدف إلى التستر وراء السرية، وعليه فإن الأساس السليم للعلاقات هو الشرح والإقضاء وتوخي الصدق والأمانة في كل ما يصدر عن المؤسسة.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1. ابو اصبح صالح ، تسيير ابو عرجة، الاتصالات والعلاقات العامة، الشركة العربية المحددة للتسويق والتوريدات.
2. الاحرجي عاصم ، إدارة الأزمات واتخاذ القرارات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2013.
3. البادي مُجَّد مُجَّد ، البنيان الاجتماعي للعلاقات العامة، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1975.
4. بدوي احمد زكي ، معجم المصطلحات للعلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1987.
5. البكري ثامر ، الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006.
6. بلقيي فطوم، سيفون باية، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، مجلة الاناسة وعلوم المجتمع، العدد 08، 2020.
7. جرادات عبد ناصر احمد ، أسس العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
8. الجوهرى محمود ، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، مكتبة زدني علما، بيروت، 1980.
9. الجوهرى محمود ، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، مكتبة الانجلو مصرية، ط1، 1971.
10. حجاب مُجَّد منير ، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفكر للنشر وللتوزيع، القاهرة، ط1، 2011.
11. الحربي هباس رجاء ، العلاقات العامة والادارة العليا، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
12. الحريري مُجَّد سرور ، إدارة الأزمات الاقتصادية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2012.
13. خضر جميل احمد ، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، 1998.
14. درة عبد البارى إبراهيم وآخرون، العلاقات العامة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
15. الدليمي عبد الرزاق ، العلاقات العامة في التطبيق، باقي المعلومات.
16. رضا هاشم حمد ، ادارة العلاقات العامة والبرونوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
17. سرور مُجَّد ، إدارة الأزمات، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2012.
18. السيد السعيد عبد الوهاب مُجَّد ، استراتيجيات الأزمات ودور العلاقات العامة، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
19. صالح نجلاء مُجَّد ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.

20. العاصمي شريف احمد شريف ، الترويج والعلاقات العامة، دار الجامعة، مصر، 2006.
21. عبوري زيد منير ، فن الإدارة بالاتصال، دار المعرفة للنشر، الأردن، 2007.
22. غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004.
23. غوشة زكي راتب ، العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة، الأردن، 1984.
24. قدرى علي عبد المجيد، اتصالات الأزمات وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، عمان، 2008.
25. كامل أسامة، مُجَد الصيرفي، إدارة العلاقات العامة، دار الوفاء، الإسكندرية، 2006.
26. كريم فريجة مُجَد ، العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
27. لمجد شهرزاد ، الإعلام وإدارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
28. مدور أنطوان نعمة عصام ، معجم المنجد الوسيط في العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت، لبنان، ط1، 2003.
29. مراد عبد الفتاح ، موسوعة البحث العلمي واعداد الرسائل والابحاث والمؤلفات، الهيئة القومية لدار الكتب والمؤلفات، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية.
30. المصري احمد مُجَد ، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000.

الملاحق

الملحق رقم 01

استمارة استبيان

استبيان حول إدارة العلاقات العامة في مديرية الصحة بالمسيلة

البيانات الشخصية

الجنس : ذكر اثنى

المستوى التعليمي

ثانوي

لا شيء

متخرج

الوظيفة

عامل مهني

إداري

طبيب

ممرض

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في مديرية الصحة: ماذا تعني لك العلاقات العامة

وظيفة إدارية داخل المؤسسة

نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة داخليا وخارجيا

هل هناك جهاز مختص بإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة

نعم

لا

في حالة الإجابة بلا ماهي الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين

مكتب الاتصال

السكرتارية

ما هي الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة

الاتصال بالموظفين

الاتصال بالمرضى

حل نزاعات العمل

ما هي الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة لتحقيقها

تكوين علاقات جيدة بين العمال

تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين

تكوين صورة حسنة عن المؤسسة لدى المرضى

تنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى

المحور الثاني: وسائل العلاقات العامة في مديريه الصحة

ما هي الوسائل التي تعتمد عليها اداره العلاقات العامة

الاعلانات الداخلية

الاتصالات الهاتفية

الاتصال الشخصية

الانترنت

الى اي مدى تتمثل امكانيه الموظفين في التواصل مع مسؤول العلاقات العامه

ابدا

دائما

احيانا

ما هي الصفات الواجب توافرها في مسؤول العلاقات العامة في رايك

القدرة على الحوار

القدرة على حل المشاكل

القدرة على الاقناع

قوه الشخصية

المحور الثالث: العراقيل والصعوبات التي تواجه الجهاز العلاقات العامة بمديرية الصحة

ما هي الجهة التي تلجئون اليها لتقديم الشكوى

الاتصال بمكتبه العلاقات العامة

طلب المكتوب

الاتصال المباشر بالمدير

فيما تمثل دور العلاقات العامة في حال وقوع الازمه

خلق الانسجام والتضامن داخل المؤسسة

اقناع الراي العام

تسيير وسائل الاعلام

العناية بعائلات ضحايا

كم نسبة مساهمه الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة

ضعيف

جيد

متوسط

ما هي طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المؤسسة

معنوية

مادية

15 مايو 2022

المسيلة في:

الرقم: 56/2022

إلى السيد(ة) المحترم(ة):

مدير الصحة - ولاية المسيلة

## ترخيص لإجراء دراسة ميدانية

تحية طيبة وبعد ،

في إطار انجاز دراسة ميدانية (مذكرة تخرج) لطلبة السنة الثانية ماستر،

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

نلتمس من سيادتكم المحترمة تسهيل مهمة الطلبة المذكورين أدناه وتقديم

المساعدة الممكنة واللازمة لهم في إطار الموضوع محل الدراسة

موضوع الدراسة : دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا؛ مديرية الصحة

أنموذجا

تحت إشراف:

د . بوعزيز بوبكر

إعداد الطلبة :

الرقم	اللقب والاسم	رقم التسجيل
01	قعودي حياة	171735079855
02	جفلولي أمينة	171735079602

تفضلو بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيس القسم

رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال

غزال عبد الرزاق

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا  
دراسة ميدانية بصرية للوحة لوجية المسيلة

إعداد الطلبة:

1- تكوينا حياة رقم التسجيل: 171735079855  
2- حلال في آمنة رقم التسجيل: 171735079602  
القسم: العلوم وأعمال الشعب: ! اتصال التخصص لارتباط وعلاقات عامة  
إشراف: يوعزير بويكر الرتبة: استاذ كاتر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح  
بايداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص



موافقة وإمضاء الاستاذة (ة) المشرف (ة):



رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





كلية الآداب  
والإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
تياية العمادة لندراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2022/

### تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيدة(ة): **فخري صباه**

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): **طالبة**

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: **207348167**

الصادرة بتاريخ: **09 / 01 / 2022** من دائرة: **المسيلة**

المسجل بكلية: **العلوم الإنسانية والاجتماعية** قسم: **الإعلام والاتصال**

تخصص: **دائمه العلاقات العامة** تحت رقم التسجيل: **171732079855**

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه).

عنوانها: **دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا**

**دراسة ميدانية بحرية الصفة**

**لولاية المسيلة**

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في

المسيلة في: **13 جوان 2022**

امضاء المعني (ة): **Laylat**



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المتخذ للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية وكافتها.

## الملخص:

تتمثل دراستنا في دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات، دراسة ميدانية في مديرية الصحة والسكان، حيث يدور موضوع الدراسة حول واقع العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان ودورها في التعامل مع الأزمات، ولمعرفة واقع دور العلاقات العامة بالمديرية مجال بحثنا، قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف ساهمت العلاقات العامة لمديرية الصحة بولاية المسيلة في تسيير وإدارة أزمة كورونا؟ المنهج الذي استخدمناه في دراستنا هو المسح بالعينة، والأدوات التي استعنا بها في دراستنا هي الملاحظة والاستمارة، أما جل النتائج التي توصلنا من خلال دراستنا هذه هي: إن العلاقات العامة لها مكانة مهمة في مديرية الصحة رغم أنها غير مجسدة كجهاز في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وظروف العمل هي أكثر الأسباب التي تؤدي إلى حدوث أزمات بالمؤسسة، فتكمن مساهمة العلاقات العامة في تسيير الأزمة من خلال تكوين فريق خاص لمواجهة تلك الأزمة وكذا إتباع استراتيجيات لمواجهتها قبل وأثناء وبعد حدوثها بالمؤسسة.

**الكلمات المفتاحية:** الدور، العلاقات العامة، التعامل مع الأزمات، مديرية الصحة والسكان

### **Abstract:**

Our study is represented in the role of public relations in dealing with crises, a field study in the Directorate of Health and Population, where the subject of the study revolves around the reality of public relations in the Directorate of Health and Population and its role in dealing with crises, and to know the reality of the role of public relations in the Directorate, the field of our research, the following main question: How did the public relations of the Directorate of Health in M'Sila State contribute to the management and management of the Corona crisis?

The curriculum that we used in our studies is the survey of the eye, and the tools that we have used in our studies are the observation and form. Work is the most common cause of crises in the institution, so the contribution of public relations lies in managing the crisis through the formation of a special team to confront that crisis, as well as following strategies to confront it before, during and after its occurrence in the institution.

**Keywords:** the role, public relations, dealing with crises, the Directorate of Health and Population