

عنوان البحث

العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات

(دراسة تطبيقية على الخطوط الجوية السودانية في الفترة من 2022م-2023م)

د. الرشيد داود آدم سليمان¹، د. حذيفة أحمد الأمين أحمد²، د. المعز حمودة علي حمودة³، د. السمانى محمد حمد النيل أحمد⁴

¹ جامعة القران الكريم وتأسيس العلوم، كلية الدعوة والاعلام، السودان. بريد الكتروني: alrasheed493@gmail.com

² جامعة القران الكريم وتأسيس العلوم، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، السودان. بريد الكتروني: hozaifaamin44@gmail.com

³ جامعة بحري، كلية العلوم الإنسانية، قسم الاعلام، السودان. بريد الكتروني: mouezhamoda8@gmail.com

⁴ جامعة الجزيرة، كلية الاعلام، السودان. بريد الكتروني: alsamanihajj88@gmail.com

HNSJ, 2026, 7(1); <https://doi.org/10.53796/hnsj71/69>

المعرف العلمي العربي للأبحاث: <https://arsri.org/10000/71/69>

تاريخ النشر: 2026/01/01م

تاريخ القبول: 2025/12/07م

تاريخ الاستقبال: 2025/12/01م

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة بالخطوط الجوية السودانية، وتبرز مشكلة الدراسة من خلال الأزمات التي تواجه شركة سودانير، والدور الذي قامت به إدارة العلاقات العامة في الشركة فيما يتعلق بالأزمات التي واجهتها، استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وأسلوب المسح الشامل، ومجتمع البحث في هذه الدراسة شمل العاملين بشركة سودانير، وعينة الدراسة هي عينة قصدية تكونت من جميع الموظفين في إدارة العلاقات العامة وكان عدد أفرادها (35)، واستخدم الباحثون الاستبيان كأداة رئيسة في جمع البيانات وتم تحليل الاستبيان باستخدام برنامج SPSS. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: كل أفراد العينة المبحوثة يرون أن أهم الأنشطة التي تنفذها إدارة العلاقات العامة في حالة حدوث أزمة هي عقد اجتماع طارئ داخل الشركة لمناقشة الأزمة. وضحت الدراسة أن دور العلاقات العامة في حالة وقوع الهيئة في أزمة يتمثل في المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة على حدوث الأزمة. بينت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها هي الوسائل المطبوعة ووسائل التواصل الاجتماعي لمجابهة الأزمات. ومن أهم التوصيات: يجب على إدارة العلاقات العامة بالخطوط الجوية السودانية الاهتمام بوسائل الاتصال الأخرى مثل: التلفزيون لما يتمتع من خصائص سمعية وبصرية تفيد في نشر المعلومات والاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للشركة. يجب على الإدارة العليا بالخطوط الجوية السودانية توفير ميزانية كافية للعلاقات العامة حتى تستطيع أن تؤدي مهامها بصورة جيدة. على الإدارة العليا تحديد مهام واختصاصات كل إدارة من الإدارات بصورة واضحة منعاً للتداخل.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، إدارة الأزمات، الخطوط الجوية السودانية.

RESEARCH TITLE**Public Relations and Its Role in Crisis Management
(An Applied Study on Sudanese Airways during the Period 2022–2023)****Abstract**

This study aimed to examine the role of public relations in crisis management at Sudanese Airlines (Sudanair). The research problem emerges from the recurrent crises faced by the company and the role played by the Public Relations Department in addressing these crises. The researchers adopted the descriptive–analytical approach and a comprehensive survey method. The study population comprised employees of Sudanese Airlines, while the study sample was a purposive sample consisting of all employees working in the Public Relations Department, totaling (35) participants. The questionnaire was used as the main data collection instrument, and the collected data were analyzed using the SPSS software.

The most important findings of the study indicated that all respondents agreed that the most significant activity carried out by the Public Relations Department during a crisis is holding an emergency internal meeting to discuss the crisis. The study also revealed that the role of public relations during a crisis lies primarily in contributing to the mitigation of the negative effects resulting from the crisis. Furthermore, the findings showed that the most important communication tools used by the Public Relations Department to implement its activities are printed media and social media platforms in confronting crises.

Among the most important recommendations of the study is that the Public Relations Department at Sudanese Airlines should give greater attention to other communication media, such as television, due to its audio-visual characteristics that are effective in disseminating information and communicating with both internal and external audiences. The study also recommends that senior management at Sudanese Airlines allocate an adequate budget for public relations to enable it to perform its duties effectively. In addition, senior management should clearly define the roles and responsibilities of each department to prevent overlap and ensure organizational efficiency.

Key Words: Public relations, crisis management, Sudanese Airways.

مقدمة الدراسة:

تطورت العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي سريعاً في العقود الخمسة الماضية، وذلك نتيجة للتطورات المتسارعة في المجتمعات الحديثة، وتعمل العلاقات العامة باتجاهين؛ فهي من جهة تؤمن العلاقة بين منسوبيها، ومن جهة أخرى فهي تُعني بالعلاقة مع الجمهور الخارجي الذي يشاركها في تحقيق أهدافها.

استناداً إلى ذلك فالعلاقات العامة علم يتصل اتصالاً مباشراً بالظروف والأوضاع الاستثنائية؛ فالمشكلات والأزمات وغيرها كلها من الأسباب المباشرة لازدهار العلاقات العامة، فالدور الاستراتيجي للعلاقات العامة لا يتضح بجلاء إلا عندما تواجه المؤسسات بأزمات تهدد وضعها ومقدرتها على الاستمرار، إذ تصبح المؤسسة آنذاك مراقبة من قبل الجمهور ووسائل الإعلام، وهنا تكمن خبرة العلاقات العامة في التنبؤ بوقوع الأزمة وإيجاد الحلول لها حال وقوعها.

مشكلة الدراسة :

كانت الخطوط الجوية السودانية (سودانير) المحرك الأساسي لحركة الطيران في أفريقيا والوطن العربي إلى وقت قريب. ولكن في السنوات الأخيرة أصبحت تواجه الشركة العديد من الأزمات والمعوقات، من هذا المنطلق يسعى الباحثون للوقوف على طبيعة الأزمات التي واجهتها الشركة، والدور الذي قامت به إدارة العلاقات العامة بالشركة فيما يتعلق بإدارة الأزمات التي واجهتها في السنوات الماضية. ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما هو دور إدارة العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي واجهت الشركة؟

أهداف الدراسة :

1. معرفة الأزمات التي تتعرض لها شركة سودانير ودور العلاقات العامة في إدارتها .
2. التعرف على البرامج والأنشطة والاستراتيجيات التي تنفذ في حالة حدوث الأزمة.
3. إلقاء الضوء على الآثار المترتبة على حدوث الأزمات بشركة سودانير.
4. معرفة المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة عند إدارة الأزمة.
5. التعرف على وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة عند حدوث الأزمة.
6. معرفة الخطوات والمهام التي تتبعها العلاقات العامة عند حدوث الأزمة.

تساؤلات الدراسة :

1. ما نوع الأزمات التي تتعرض لها شركة سودانير وما دور العلاقات العامة في إدارتها؟
2. ما هي البرامج والأنشطة والاستراتيجيات التي تنفذ في حالة حدوث الأزمة في الشركة؟
3. ما نوع المشاكل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها عند وقوع الأزمات ؟
4. ما هي الخطط التي تعتمد عليها إدارة المنظمة ممثلة في العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة.
5. ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها.
6. ما هي الآثار المترتبة على حدوث الأزمات بشركة سودانير؟

أهمية الدراسة :

- 1- توضيح طبيعة الأزمات التي تتعرض لها شركة سودانير .
- 2- إبراز قدرة إدارة العلاقات العامة علي التعامل مع الأزمات وإيجاد الحلول السريعة لها.
- 3- المساهمة في إيجاد حلول للازمات التي يمكن أن تواجه الشركة.
- 4- المساهمة في توضيح كيفية وضع خطط واستراتيجيات من قبل إدارة العلاقات العامة. لإدارة الأزمات بالشركة.

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من العاملين بشركة سودانير .

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

حدود الدراسة :

الحد المكاني: يتمثل الإطار المكاني في مقر شركة سودانير بولاية الخرطوم - السودان.

الحد الزمني: يشمل الفترة 2022 - 2023م

أدوات الدراسة:

تم استخدام الملاحظة العلمية والمقابلة العلمية والاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات للدراسة.

مصطلحات الدراسة :**العلاقات العامة:**

تم تعريفها بأنها وظيفة من وظيفة إدارية تهتم بتقويم الاتجاهات العامة للإدارة نحو الآخرين، فضلاً عن معرفة آراء المتعاملين تجاه السياسات والأساليب الإدارية المتبعة، فهي بذلك تستكمل الوظائف الإدارية المعروفة⁽¹⁾.

إجرائياً: يعرفها الباحثون بأنها فرع من فروع الإدارة التي تهتم بجمهوريها الداخلي والخارجي خدمةً لأهداف المنظمة

والجمهور .

الأزمة:

عُرفت على أنها الشدة والقحط، أزم عن الشيء أمسك، والمأزم هو المضيق وكل طريق بين جبلين موزم وموضع الحرب أيضاً مأزم⁽²⁾.

وتعرف الأزمة بأنها عبارة عن مجموعة من المشاكل تفاقت وتعاظمت وتآزمت مما كون شكلاً جديداً يسمى بالأزمة⁽³⁾.

وإجرائياً: يعرفها الباحثون بأنها مجموعة من المعوقات والصعوبات التي تراكمت في المؤسسة وظهرت بصورة فجائية أو متدرجة، وأصبحت تشكل تهديد لبقاء واستمرار المؤسسة.

الدراسات السابقة ودلالاتها :

الدراسة الأولى: (فاعلية وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية في إدارة الأزمات)⁽⁴⁾:

هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على الأرضية المشتركة للتسيق والتعاون المستمر بين المؤسسات الإعلامية ومكاتب الإعلام بالأجهزة الأمنية والعسكرية لإدارة الأزمات، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم

⁽¹⁾صباغ الزويهد النعيم، دور إدارة الموارد البشرية في إدارة الأزمات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الثاني لإدارة الأزمات والكوارث، جامعة عين شمس، القاهرة، 1997م.

⁽²⁾ عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصر، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011م، ص 35 .

⁽³⁾ محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار السيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2011م، ص 38 .

⁽⁴⁾ عبد الباقي عبد الله الشيخ، رسالة ماجستير، غير منشورة، الخرطوم، جامعة الرباط الوطني، 2010م، ص 31.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن كل وسائل الإعلام باختلاف أنواعها شاركت في إدارة أزمة الاعتداء على امدرمان، وأن مستوى التنسيق بين الأجهزة الأمنية وأجهزة الإعلام الرسمية (إذاعة، تلفزيون) امتاز بالقوة.

الدراسة الثانية: بعنوان: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات السودانية بالتطبيق على بعض الحالات⁽⁵⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية إدارة الأزمات عن طريق النماذج العلمية الحديثة المتعارف عليها في عملية إدارة الأزمات وتحديد العناصر التي تحتاج إليها العلاقات العامة في مجابتهها للأزمات عبر المراحل المختلفة لإدارة الأزمة، وتقويم الأساليب والطرق التي تتبع عادة في مجابهة الأزمات، والوقوف على المعوقات التي تحول دون الاستفادة من إدارة العلاقات العامة أثناء مواجهتها للأزمات والكوارث. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ومن أهم نتائج الدراسة: وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة يعد من العوامل الهامة لنجاح أي عمل تقوم به المنظمات بصفة عامة، وليس في مقدور أي منظمة حديثة الاستغناء عنها. الصورة الذهنية الطيبة عن المؤسسة لدى جماهيرها تتكون بجهود إدارة العلاقات العامة في عكس نجاحات وإنجازات إدارات المؤسسة المختلفة للجماهير.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

بمقارنة هذه الدراسة مع الدراسة الأولى اتضح أن الدراسة الأولى ركزت على إيجاد أرضية مشتركة للتعاون بين المؤسسات الإعلامية ومكاتب الإعلام بالأجهزة الأمنية والعسكرية، بينما هذه الدراسة ركزت بصورة أساسية على دور العلاقات العامة في إدارة أزمات الطيران الجوي.

بالمقارنة مع الدراسة الثانية اتضح أن الدراسة الثانية ركزت على عكس إدارة العلاقات العامة للصورة الذهنية الطيبة للمؤسسات السودانية، بينما هذه الدراسة ركزت على دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات في قطاع شركات الطيران.

الإطار النظري :

أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

يشير مفهوم العلاقات العامة إلى مجموعة من الخدمات التي تستهدف الاتصال بالجمهور وتقوية الروابط بين المؤسسة والمجتمع، ومن يدير هذا العمل يعتبر خبيراً ومستشاراً للعلاقات العامة، ويتم اختياره بواسطة الإدارة العليا من أجل الآتي:-

1. تسهيل انسياب الآراء الممثلة لموقف جماهير المنظمة وذلك حتى تظل سياسات المنظمة متوافقة مع حاجات هذه الفئة.
2. تقديم النصح إلى الإدارة العليا.
3. المساهمة في صياغة وتنفيذ سياسات القرارات التنظيمية والبرامج⁽⁶⁾.

وعرفها محمد فريد بأنها النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها⁽⁷⁾.

⁽⁵⁾ حياة محمد عبد الجبار، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الخرطوم، جامعة امدرمان الإسلامية، 2001م.

⁽⁶⁾ إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة، مكتبة الإتحاد المصرية، القاهرة، 1985، ط8.

⁽⁷⁾ محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية 1985، ط8.

ويرى الباحثون أن العلاقات العامة هي تلك الوظيفة الإدارية التي تقوم برسم الخطط والاستراتيجيات وتنسيق أهداف المؤسسة بصورة تخدم جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي بهدف إقامة علاقة جيدة بينهما، تقوم علي المنفعة المتبادلة بين الأطراف المختلفة.

ثانياً: أهمية العلاقات العامة:-

تبرز أهمية العلاقات العامة من كونها إحدى الإدارات ذات الأدوار الفاعلة في المنظمات المختلفة، كما أن تحول العقلية الإدارية القديمة إلى عقلية إدارية حديثة والتحول عن تطبيق الأساليب التقليدية في الإدارة عزز من الحاجة إلى وجود بيئة صالحة لعمل العلاقات العامة (8).

ويمكن توضيح أهمية العلاقات العامة في النقاط التالية:-

- تحقق الصورة الذهنية للفرد قدر من التكيف مع ظروف الحياة.
- إن التصور الذهني يضيق نطاق العمل مع الآخرين.
- تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً.
- تحقيق الاتصالات ذات الاتجاهين مع جماهير عديدة(9).

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة:

تتمثل الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة في الآتي:

1. الأخذ بالاعتبار الحالة النفسية للجماهير.
2. تحقيق التوازن بين المصالح المتضاربة للأطراف المتعددة.
3. تحديد الهدف حسب الواقع واختيار الوقت المناسب لتحقيقه.
4. قابلية التحقيق للهدف المحدد(10).

ويرى الباحثين أن أهداف العلاقات العامة تختلف من مؤسسة إلي أخرى ومن شركة إلي أخرى حسب نوع المنظمة (ربحية ، غير ربحية) والنشاط الذي تمارسه، وحسب الجمهور الذي تستهدفه فيمكن القول أن أهداف العلاقات العامة يتم صياغتها وفقاً لنوع المؤسسة وبما يخدم توجهها.

ثانياً: وظائف العلاقات العامة:

قام فيليب ليزلي (P. Lesly) بتحديد أربع وظائف رئيسية للعلاقات العامة وهي(11):

1. النصح والمشورة.
2. الإعلام.
3. الأبحاث والتحليل.
4. بناء الثقة الشاملة، ودعمها.

(8) منصور عثمان محمد زين، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، الخرطوم، مركز ابوسليم للدراسات، 2008م، ص16.

(9) هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الريا لل نشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص19.

(10) محي محمود حسن وسمير حسن منصور، العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية، القاهرة، بدون دار نشر، 1985م، ص 33.

(11) محمد سعيد عيد الفتاح، الإدارة العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1992م، ص 371.

ويقسم كاينفيلد (B. Canfield) هذه الوظائف إلى سبع وظائف رئيسية وهي⁽¹²⁾:

1. البحث.
2. التخطيط.
3. الإنتاج.
4. التنسيق.
5. الخدمة الإدارية.
6. خدمة المجتمع.
7. التوجيه الإداري.

وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

يمكن تقسيم وسائل الاتصال إلى أربعة مجموعات:

- الوسائل المقروءة: وتتمثل في الصحف والمجلات والنشرات.
 - الوسائل المسموعة: وهي الوسائل التي يمكن تلقيها عبر السماع، ومنها الإذاعة والندوات والتلفون.
 - الوسائل المرئية: وهي التي يمكن رؤيتها بالعين، ومنها التلفزيون والمعارض والصور.
 - وسائل اللغة الصامتة في الاتصال وهي الوسائل التي تعتمد على الإشارة والحركات الجسدية¹³.
- وهناك من يقسم وسائل الاتصال من حيث الجماهير التي تم الاتصال بها إلى مجموعتين:
- وسائل الاتصال الداخلية: وهي تتمثل في الوسائل الموجهة إلى جماهيرها الداخلية.
 - وسائل الاتصال الخارجية (الجماهيرية): وهي تلك الوسائل التي تكون موجهة إلى جماهير المنظمة الخارجية.⁽¹⁴⁾
- ثانياً: إدارة الأزمة:**
- مفهوم الأزمة :**

تعتبر الأزمة لحظة حرجة وحاسمة حيث تهدد مستقبل المنظمة وكيانها الإداري فقد تؤدي بها إلى الإفلاس أو الانهيار، وذلك نتيجة الارتباك والغموض الذي يسود داخلها، وصعوبة التعامل مع هذه الأزمة التي تشكل خطراً عليها وتكون تلك الصعوبات سواء في جمع المعلومات وجهل مصدر الأزمة أو جهل معرفة الأسباب التي أدت إلى حدوثها أو غياب التخطيط، وهذا ما يخلق الصعوبة في اتخاذ القرار المناسب وفقدان السيطرة حيث يغلب طابع من الغموض والتوجه نحو المجهول، فالأزمة لحد ذاتها تعتبر تحدياً وصراعاً بينها وبين متخذ القرار فتشكل ضغوطات نفسية وقلق وتهديد للمؤسسة⁽¹⁵⁾.

ويعرفها البعض بأنها فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر تدخلاً أو تغييراً فورياً⁽¹⁶⁾.

ويعرف الباحثين الأزمة بأنها كل ما يحول دون انجاز العمل ويسبب توقفه أو اضطرابه .

(12) عبد المحي محمود صالح، جلال عبد الخالق، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012م، ص 46.

¹³ محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، مرجع سبق ذكره، ص 135.

(14) محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، مرجع سبق ذكره، ص 137-138.

(15) بو علام بو علام، رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة من جامعة عبد الحميد ابن باديس، كلية العلوم الاجتماعية، العلاقات العامة بين تخطيط وإدارة الأزمات، 2018 - 2019م .

(16) أياد نصر، سيكولوجية إدارة الأزمات، ط1، دار الخليج، 2015م، ص 9.

أنواع الأزمات

يمكن تصنيف الأزمات وتقسيمها وفق معايير تساعد في فهم وإدراك أبعاد الأزمة، والخطوة الأولى في إدارة الأزمة هي تحديد طبيعة ونوع الأزمة Crisis type وبالتالي تتعدد وتتعدد تصنيفات الأزمة بتعدد المعايير المستخدمة في عملية تحديد أنواع الأزمات وسوف نستعرض أهم أنواع الأزمات⁽¹⁷⁾:

أ/ أزمات وفق مصدرها: وتنقسم إلى:

- أزمات تقع بفعل الإنسان: وهي تلك الأزمات الناتجة عن الفعل الإنساني.
- أزمات بفعل الطبيعة: وهي تلك الأزمة التي لا دخل للإنسان في حدوثها.

ب/ أزمات وفقاً لموضوع الأزمة: وتنقسم إلى:

- الأزمات المادية: وهي التي تدور حول شيء مادي ملموس يمكن التحقق منه ودراسته.
- الأزمات المعنوية: وهي الأزمات ذات الصلة بالأفراد المحيطين بالأزمة.
- الأزمات المادية المعنوية: وهي ذلك النوع من الأزمات التي تتضمن جانبين هما: جانب مادي وجانب معنوي،⁽¹⁸⁾.

ج/ أزمات وفقاً لمقدار العمق: وهي:

- أزمات سطحية - أزمات عميقة⁽¹⁹⁾.

العلاقات العامة وإدارة الأزمات:

نشأت فكرة العمل بالعلاقات العامة، بسبب ظهور بعض الأزمات التي تعرضت لها كبرى المؤسسات، وتزعزعت الثقة بينها وبين جماهيرها، وهنا ظهرت الحاجة لبدء العمل بإرساء قواعد جديدة، والدافع الأساسي لإرساء تلك القواعد وتغيير استراتيجية التعامل مع العمال كانت تلك الأزمات التي حلت بتلك المنظمات.

إدارة العلاقات العامة ما قبل الأزمة:

إن التحديات التي تواجه علم الأزمات تتمثل في محاولة التعامل مع الأزمات قبل حدوثها وتعتمد هذه المرحلة على عملية التخطيط، والتي تمثل الركيزة الأساسية لأي إدارة فعالة للأزمة ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

أ/ الوقاية من الأزمات:

1/ التنبؤ بالأزمات المحتملة 2/ تحديد الأزمات المحتملة

ب/ الإعداد لإدارة الأزمات: في إطار التأسيس لإدارة الأزمات يتوجب على مدير العلاقات العامة القيام بعدة مهام منها:

1. المحافظة على علاقات وثيقة مع وسائل الإعلام وفي جميع الأوقات لتكون أكثر تعاوناً مع المؤسسة أثناء الأزمة.
2. اختيار شخص ما ليكون مديراً للأزمة.
3. تعيين عدد من الأعضاء كفريق لإدارة الأزمات، مع تحديد أدوارهم والإجراءات الواجب اتخاذها والسيناريوهات المحتملة.

⁽¹⁷⁾ محمد الصيرفي، إدارة الأزمات، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية، 2008م، ص 14.

⁽¹⁸⁾ مراد ميلود، دور الإعلام الجزائري في إدارة الأزمات، ط1، الجزائر، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2013م، ص 47 - 48.

⁽¹⁹⁾ باسم الحميدي، مهارات إدارية، ط1، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010م، ص 88.

4. تعيين متحدث رسمي باسم المنظمة للتعامل مع وسائل الإعلام، وتتمثل عملية الإعداد لإدارة الأزمات في إعداد خطط يتم الاسترشاد بها عند وقوع الأزمة⁽²⁰⁾.

العلاقات العامة خلال الأزمة:

عند حصول الأزمة يجب التحرك الفوري للإدارة، غير أن السرعة في ردة الفعل غالباً ما تكون مقيدة، وليس التسرع، من أجل ذلك فإن الخطوة الأولى تمكن من تشكيل (مجموعة أو لجنة الأزمة)، وتكون بمثابة مصدر المعلومات، وتضم هذه اللجنة:

- مسؤول العلاقات العامة. - المسئول الإعلامي.

وتأخذ هذه اللجنة، أو المجموعة المعنية بالأزمة بعين الاعتبار الخطوات التالية:

- افتراض الاحتمالات والإعداد لمواجهةها.
- إعداد لائحة بكل الكوارث المحتملة، وإعداد خطة لمواجهة كل سيناريو على حدا، على أن تتضمن هذه الخطة كيفية إعلام العاملين والرسامين المعنيين بالمشكلة، كذلك وسائل الإعلام و الجمهور، والغاية هي: الحد من الكوارث والاستعداد لمواجهةها.

وهناك إجراءات وخطوات ونصائح مفيدة في اتصالات الأزمات منها:

1. قم بتقييم فعالية خطة الأزمات وكيفية تجاوب الناس معها.
2. قم بتصحيح المشاكل لكي لا تحدث من جديد.
3. استمرار مركز الأزمات ضروري للغاية من أجل الحاضر والمستقبل.
4. ضع خطة للأزمات.
5. جهز ملفات معلومات على نتائج الأزمة والأزمات المتوقعة للاستفادة منها.
6. كن علنياً في وقت الأزمات على الفور، ولكن لا تعلن إلا ما تعرفه.
7. أحضر كبار المسؤولين إلى موقع الأزمة.
8. قم باطلاع جمهورك الداخلي على الحقائق.
9. قم بتحديث سجلاتك باستمرار وانتظام⁽²¹⁾.

إدارة العلاقات العامة ما بعد الأزمة:

تتلخص مهمة إدارة العلاقات العامة بعد انقضاء الأزمة في الآتي:

- معرفة أسباب الأزمة للكشف عن أوجه القصور في توقعها أو مجابتهها.
- صياغة الخطط لإعادة الأمور إلى ما كانت عليه قبل الأزمة.
- وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة - في حالة حصول تأثير سلبي.
- إعادة تأهيل العاملين في المؤسسة نفسياً لمحو الآثار النفسية اللازمة للعاملين⁽²²⁾.

⁽²⁰⁾مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، ط1، دار أسماء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006م، ص 137 - 138.

⁽²¹⁾ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الأزمات والإعلام والعلاقات العامة، ط1، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، لا يوجد دار نشر، 2011م، ص 121.

⁽²²⁾مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، مرجع سبق ذكره، ص 140 - 141.

دور العلاقات العامة في تسيير ومواجهة الأزمات:

هناك عدة إجراءات يجب إتباعها عند حدوث الأزمة والتي يمكن سردها كما يلي:

1. اتخاذ الإجراءات اللازمة لمحاصرة ومعالجة الأزمة حال وقوعها.
2. احاطة المدير ومدير العلاقات العامة بتفاصيل ما حدث.
3. عقد اجتماع فوري للجنة الطوارئ لبحث الأزمة وإقرار الحقائق المفروض التصريح بها.
4. قيام مدير العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الإعلام لإبلاغهم بتفاصيل الحادث مع مراعاة سرد الحقائق. (23)

العوامل المؤثرة على العلاقات العامة في إدارة الأزمة:

يعتمد نجاح العلاقات العامة في إدارتها للأزمات على عدة نواحي منها ما يتعلق بإدارة المنظمة ، ومنها ما يتعلق بالعلاقات العامة ونشاطاتها في إدارة الأزمات وهي كالآتي (24):

1. كفاءة العملية الاتصالية في الأزمات، والتي تحدد مدى استهداف المنظمة للأزمات والتخطيط لها.
2. الوضع التنظيمي للعلاقات العامة بالمؤسسة، حيث أن أجهزة العلاقات العامة تتأثر بما يحدث داخل المنظمة والإدارات المختلفة بها.
3. مدى كفاءة جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة، ومستوى الخبرة في التعامل مع الأزمات، والتي قد تكون عائقاً أمام مسؤولي العلاقات العامة في التخطيط للأزمات.
4. تنوع وتعدد الأزمات التي قد تواجه المؤسسات، واختلافها في مستوى شدتها وسبب حدوثها وبالتالي اختلاف طرق الاستجابة لها.

الإجراءات المنهجية :

أولاً: منهج الدراسة :استخدم الباحثين المنهج الوصفي التحليلي لمناسبه لموضوع الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في الإدارات المختلفة بشركة سودانير.

عينة الدراسة : تتكون عينة الدراسة من جميع موظفي إدارة العلاقات العامة في شركة سودانير.

أدوات جمع المعلومات:

تم الاعتماد على الاستبانة، وتم استخدامها كأداة رئيسة لجمع البيانات عن عينة البحث، تم تصميم صحيفة الاستبيان من خمسة محاور تمثل أهداف وتساؤلات الدراسة وتم عرضها للخبراء لتحكيمها ومعرفة مدى ملاءمتها لتحقيق أهداف الدراسة، ثم بعد ذلك تم توزيع عدد 35 نسخة علي جميع موظفي إدارة العلاقات العامة في شركة سودانير، تم جمع الاستمارات وتم إبعاد عدد 3 استمارات تالفة ، ثم تم تحليل الاستبيان باستخدام برنامج SPSS ، وذلك لمعرفة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في الشركة السودانية .

(23) زيد منير عبيوي، إدارة الأزمات، ط1، عمان، دار كنوز للنشر والتوزيع، 2006م، ص 26.

(24) السعيد عبد الوهاب محمد، إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، دور العلاقات العامة، ط1، القاهرة - دار العلوم للنشر والتوزيع، 2006م، ص 154.

عرض وتحليل البيانات ومناقشتها

1- النوع :

الجدول رقم (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق النوع

النوع	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	16	50
أنثي	16	50
المجموع	32	100

يتضح من الجدول رقم (1) أن أفراد الدراسة في متغير النوع الذكور بلغ عددهم (16) فرداً وبنسبة (50%) ومن الإناث بلغ عددهم (16) فرداً وبنسبة (50%) يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور والإناث متساوية.

2- المؤهل الأكاديمي:

الجدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق المؤهل الأكاديمي :

المؤهل	التكرارات	النسبة المئوية
ثانوي	1	3.1
جامعي	23	71.9
فوق الجامعي	8	25
المجموع	32	100

يتضح من الجدول رقم (2) أن أفراد الدراسة وفق المؤهل الأكاديمي، ثانوي بلغ عددهم (1) فرداً وبنسبة (3.1%) ومن الذين يحملون مؤهل جامعي بلغ عددهم (23) فرداً وبنسبة (71.9%) ومن الذين يحملون مؤهل فوق الجامعي بلغ عددهم (8) فرداً وبنسبة (25%) كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة من حملة المؤهل الجامعي.

3- سنوات الخبرة:

الجدول رقم (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق سنوات الخبرة

الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	10	31.2
5-10 سنوات	11	34.4
11-15 سنة	8	25
أكثر من ذلك	3	9.4
المجموع	32	100

يتضح من الجدول رقم (3) أن أفراد الدراسة وفق سنوات الخبرة، أقل من 5 سنوات بلغ عددهم (10) فرداً وبنسبة

31.2%) الذين سنوات خبرتهم 5-10 سنوات بلغ عددهم (11) فرداً وبنسبة (34.4%) والذين سنوات خبرتهم 11-15 سنة بلغ عددهم (8) فرداً وبنسبة (25%) والذين سنوات خبرتهم أكثر من ذلك بلغ عددهم (3) فرداً وبنسبة (9.4%) يلاحظ من الجدول أعلاه أن الفئة التي تتدرج ما بين 5-10 سنوات والتي بلغت 34.4% يمثلون الأغلبية.

6- التخصص:

الجدول رقم (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق نوع التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
تأمين	5	15.6
إدارة	7	21.9
إعلام	12	37.5
محاسبة	8	25
المجموع	32	100

يتضح من الجدول رقم (4) أن أفراد الدراسة وفق التخصص، تأمين بلغ عددهم (5) فرداً وبنسبة (15.6%) والذين تخصصوا في الإدارة بلغ عددهم (7) فرداً وبنسبة (21.9%) والذين تخصصوا في الإعلام بلغ عددهم (12) فرداً وبنسبة (37.5%) والذين تخصصوا في المحاسبة بلغ عددهم (8) فرداً وبنسبة (25%) تشير نتيجة الجدول (4) أن الدراسة استهدفت بالدرجة الأولى من الناحية الميدانية العاملين في قسم الإعلام.

المحور الأول: (الأنشطة التي تنفذها إدارة العلاقات العامة في حالة حدوث أزمة)

الجدول رقم (5) يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الأولى :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	عقد اجتماع طارئ داخل الهيئة لمناقشة الأزمة	26 %81.2	6 %18.8	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0
2	الاتصال بأهالي المتضررون و إبلاغهم بالحادث	3 %9.4	21 %65.6	8 %25	0 %0.0	0 %0.0
3	الاتصال بوسائل الإعلام وتمليكهم تفاصيل الحادث	9 %28.1	9 %28.1	12 %37.5	1 %3.1	1 %3.1
4	وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أن حصل تأثير فيها	9 %28.1	10 %31.2	12 %37.5	1 %3.1	0 %0.0

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الأول، الجدول (5) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (الأنشطة التي تنفذها إدارة العلاقات العامة في حالة حدوث أزمة).

الرقم	العبارات	قيمة كاي مربع	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	عقد اجتماع طارئ داخل الهيئة لمناقشة الأزمة	12.50	0.000	5	أوافق بشدة
2	الاتصال بأهالي المتضررون و إبلاغهم بالحادث	16.19	0.000	4	أوافق
3	الاتصال بوسائل الإعلام وتمليكهم تفاصيل الحادث	16.13	0.003	4	أوافق
4	وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة إن حصل فيها تأثير	8.750	0.033	4	أوافق

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- عقد اجتماع طارئ داخل الهيئة لمناقشة الأزمة، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (12.50) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.
- الاتصال بأهالي المتضررون و إبلاغهم بالحادث، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (16.19) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- الاتصال بوسائل الإعلام وتمليكهم تفاصيل الحادث، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (16.13) وبقية احتمالية (0.003) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة إن حصل فيها تأثير، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (8.750) وبقية احتمالية (0.033) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

يتضح من الجدول أعلاه أن كل أفراد العينة المبحوثة وبنسبة 100% يرون أن أهم الأنشطة التي تنفذها إدارة العلاقات العامة في حالة حدوث أزمة هي عقد اجتماع طارئ داخل الهيئة لمناقشة الأزمة، ثم تأتي بعد ذلك عبارة الاتصال بأهالي المتضررين وإبلاغهم.

توصلت الدراسة أن كل أفراد العينة المبحوثة يرون أن أهم الأنشطة التي تنفذها إدارة العلاقات العامة هي عقد مؤتمر داخل الهيئة لمناقشة الأزمة

المحور الثاني: (دور العلاقات العامة في حالة وقوع الهيئة في أزمة)**الجدول رقم (6) يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الثانية :**

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	العمل علي احتواء الأزمة	25	5	2	0	0
		%78.1	%15.6	%6.2	%0.0	%0.0
2	المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة علي حدوث الأزمة	10	20	2	0	0
		%31.2	%62.5	%6.2	%0.0	%0.0
3	دراسة أسباب الأزمة للكشف علي أوجه القصور في توقعها أو مجابتهها	12	8	12	0	0
		%37.5	%25	%37.5	%0.0	%0.0

المصدر: إعداد الباحثان, من الدراسة الميدانية ، 2021م

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الثاني، الجدول (6) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (دور العلاقات العامة في حالة وقوع الهيئة في أزمة)

الرقم	العبارات	قيمة كاي مربع	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	العمل علي احتواء الأزمة	29.31	0.000	5	أوافق بشدة
2	المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة علي حدوث الأزمة	15.25	0.000	4	أوافق
3	دراسة أسباب الأزمة للكشف علي أوجه القصور في توقعها أو مجابتهها	1.000	0.607	-	غير معنوية

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- العمل علي احتواء الأزمة، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (29.31) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.
- المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة علي حدوث الأزمة، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (15.25) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- دراسة أسباب الأزمة للكشف علي أوجه القصور في توقعها أو مجابتهها، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (1.000) وبقية احتمالية (0.607)

وهي أكبر من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يتفقون على أن دور العلاقات العامة في حالة وقوع الهيئة في أزمة هو العمل على احتواء الأزمة والمساهمة في تخفيف الآثار المترتبة على حدوث الأزمة بنسبة متساوية هي 93.7%. وضحت الدراسة دور العلاقات العامة في حالة وقوع الهيئة في أزمة يتمثل في المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة على حدوث الأزمة.

المحور الثالث : (المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها)

الجدول رقم (7) يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الرابعة:

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	عدم توفر ميزانية كافية للعلاقات العامة	17	12	2	1	0
		53.1%	37.5%	6.2%	3.1%	0.0%
2	تداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى	11	16	3	0	2
		34.4%	50%	9.4%	0.0%	6.2%
3	قلة فرص التدريب والتأهيل	21	4	4	1	2
		65.8%	12.4%	12.4%	3.1%	6.2%

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الرابع، الجدول (7) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها هي)

الرقم	العبارات	قيمة كاي	مربع	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	عدم توفر ميزانية كافية للعلاقات العامة	22.75	5	0.000	أوافق بشدة	
2	تداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى	16.75	4	0.001	أوافق	
3	قلة فرص التدريب والتأهيل	42.69	5	0.000	أوافق بشدة	

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- عدم توفر ميزانية كافية للعلاقات العامة، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (22.75) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.
- تداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (16.75) وبقية احتمالية (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

- قلة فرص التدريب والتأهيل، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (42.69) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.

يتضح من الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة اتفقوا على عدم توفر ميزانية كافية للعلاقات العامة، وأن هناك تداخل للاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى، وأن هناك نقص في فرص التدريب بنسبة 78.2%.

كشفت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بالشركة تعاني من عدم توفر ميزانية كافية للعلاقات العامة، وأن هناك تداخل للاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى، وأن هناك نقص في فرص التدريب.

المحور الرابع : (نوع الخطط التي تعتمدها إدارة الشركة ممثلة في العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة)

الجدول رقم (8) يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية الخامسة:

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	خطة طويلة المدى	11 %34.4	14 %43.8	7 %21.9	0 %0.0	0 %0.0
2	خطة متوسطة المدى	5 %15.6	18 %56.2	8 %25	1 %3.1	0 %0.0
3	خطة قصيرة المدى	10 %31.2	10 %31.2	11 %34.4	1 %3.1	0 %0.0
4	كل أنواع الخط	11 %34.4	14 %43.8	5 %15.6	2 %6.2	0 %0.0

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الخامس، الجدول (8) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (نوع الخطط التي تعتمدها إدارة الشركة ممثلة في العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة هي)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	خطة طويلة المدى	2.312	0.315	-	غير معنوية
2	خطة متوسطة المدى	19.75	0.000	4	أوافق
3	خطة قصيرة المدى	8.250	0.041	4	أوافق
4	كل أنواع الخط	11.25	0.010	4	أوافق

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- خطة طويلة المدى، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (2.312) وبقية احتمالية (0.315) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

- خطة متوسطة المدى، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (19.75) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- خطة قصيرة المدى، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (8.250) وبقيمة احتمالية (0.041) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- كل أنواع الخط، حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين إجابات أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (11.25) وبقيمة احتمالية (0.010) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

المحور الخامس : (وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها هي)

الجدول رقم (9) يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات الفرضية السادسة :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	الوسائل المطبوعة	24 %75	6 %18.8	1 %3.1	1 %3.1	0 %0.0
2	الإذاعة	6 %18.8	19 %59.4	6 %18.8	1 %3.1	0 %0.0
3	التلفزيون	11 %34.4	12 %37.5	8 %25	1 %3.1	0 %0.0
4	وسائل التواصل الاجتماعي	13 %40.6	14 %43.8	5 %15.6	0 %0.0	0 %0.0

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور السادس، الجدول (9) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها هي :

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	الوسائل المطبوعة	44.75	0.000	5	أوافق بشدة
2	الإذاعة	22.25	0.000	4	أوافق
3	التلفزيون	9.250	0.026	4	أوافق
4	وسائل التواصل الاجتماعي	4.562	0.102	-	غير معنوية

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- الوسائل المطبوعة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الأولى (44.75) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين بشدة.
- الإذاعة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثانية (22.25) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- التلفزيون حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الثالثة (9.250) وبقية احتمالية (0.026) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.
- وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة الرابعة (4.562) وبقية احتمالية (0.102) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

1. كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة من حملة المؤهل الجامعي، مما يزيد فرص النجاح في مواجهة الأزمات.
2. بينت الدراسة أن كل أفراد العينة المبحوثة يرون أن أهم الأنشطة التي يجب أن تنفذها إدارة العلاقات العامة في حالة حدوث أزمة هي عقد اجتماع طارئ داخل الهيئة لمناقشة الأزمة.
3. أظهرت الدراسة أن دور العلاقات العامة في حالة مواجهة الأزمات؛ يتمثل في المساهمة في تخفيف الآثار المترتبة على حدوثها.
4. وضحت الدراسة أن أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها هي عدم توفير ميزانية كافية للعلاقات العامة وتداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة بالشركة.
5. كشفت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بالشركة تستخدم جميع أنواع الخطط قبل وأثناء وبعد الأزمة.
6. بينت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها هي الوسائل المطبوعة ووسائل التواصل الاجتماعي لمجابهة الأزمات.

ثانياً: التوصيات:

1. على الإدارة العليا تحديد مهام واختصاصات كل إدارة من الإدارات بصورة واضحة منعاً للتداخل.
2. على الإدارة العليا توفير ميزانية كافية للعلاقات العامة حتى تستطيع أن تؤدي مهامها بصورة جيدة.
3. يجب على إدارة العلاقات العامة الاهتمام بوسائل الاتصال الأخرى مثل التلفزيون لما يتمتع به من خصائص سمعية وبصرية تفيد في نشر المعلومات والاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للشركة.
4. على إدارة العلاقات العامة تأهيل وتدريب العاملين بصورة مستمرة.
5. توفير وسائل الاتصال الجماهيرية ومواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع الأزمات التي تواجه الشركة.

المصادر و المراجع:

- 1- إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة، ط8، مكتبة الإتحاد المصرية، القاهرة، 1985.
- 2- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط1، المكتبة الأكاديمية الجيزة، القاهرة، 2011م.
- 3- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الأزمات والإعلام والعلاقات العامة، ط1، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2011م.
- 4- إياد نصر، سيكولوجية إدارة الأزمات، ط1، دار الخليج، 2015م.
- 5- باسم الحميدي، مهارات إدارية، ط1، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010م.
- 6- بوعلام بوعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة من جامعة عبد الحميد ابن باديس، كلية العلوم الاجتماعية، العلاقات العامة بين تخطيط وإدارة الأزمات، 2018 - 2019م.
- 7- حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، عمان، دار وفاء للنشر والتوزيع، 2006م.
- 8- حياة محمد عبد الجبار، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الخرطوم، جامعة أم درمان الإسلامية، 2001م.
- 9- منصور عثمان محمد زين، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، الخرطوم، مركز ابوسليم للدراسات، 2008م.
- 10- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2000م.
- 11- زيد منير عبوي، إدارة الأزمات، ط1، دار كنوز للنشر والتوزيع، عمان، 2006م.
- 12- السعيد عبد الوهاب محمد، إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، دور العلاقات العامة، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006م.
- 13- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث وإعلام عالم الكتب، القاهرة، 1995م.
- 14- صياغ الزوهيد النعيم، دور إدارة الموارد البشرية في إدارة الأزمات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الثاني لإدارة الأزمات والكوارث، جامعة عين شمس، القاهرة، 1997م.
- 15- عبد الباقي عبد الله الشيخ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الرباط الوطني، الخرطوم، 2010م.
- 16- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصر، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م.
- 17- عبد المحي محمود صالح، جلال عبد الخالق، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012م.
- 18- محمد الصيرفي، إدارة الأزمات، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2008م.
- 19- محمد سعيد عبد الفتاح، الإدارة العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1992م.

- 20- محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011م.
- 21- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، ط8، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية 1985.
- 22- محي محمود حسن وسمير حسن منصور، العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية، القاهرة، بدون دار نشر، 1985م.
- 23- مراد ميلود، دور الإعلام الجزائري في إدارة الأزمات، ط1، الجزائر، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2013م .
- 24- مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، ط1، دار أسماء للنشر والتوزيع، الأردن، 2006م.
- 25- منصور عثمان محمد زين، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، الخرطوم، مركز أبو سليم للدراسات، 2008م.
- 26- هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبرتوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010م،