

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع إعلام واتصال

تخصص اتصال

مذكرة لنيل شهادة ماستر مسماة بـ :

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات

دراسة ميدانية في مركز البريد لولاية تيارت

- نموذج أزمة السيولة -

من إعداد الطالب: تحت إشراف :

الاستاذة م خالدية

بلعسل رابح

لجنة المناقشة :

مشرفا	د . مداح خالدية
رئيسا	د . جديد عابد
مناقشا	د . جلولي مختار

2021 - 2020

السنة الجامعية:

شكر و عرفان

أقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل

إهداء

أهدي ثمرة نجاحي إلى:

إلى أمي

إلى والدي العزيز

إلى أغلى ما عندي في الحياة إخوتي الأعزاء

إلى كل الأصدقاء وزملاء الدراسة

فهرس الموضوعات

فهرس المحتويات :

الصفحة	العنوان
	شكر و تقدير
	إهداء
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
4	1- إشكالية
5	2- التساؤلات
5	3- الفرضيات
5	4- أسباب إختيار الموضوع
6	5- أهداف الدراسة
6	6- أهمية الدراسة
6	7- المنهج المتبع
7	8- مجتمع البحث
7	9- العينة و المعاينة
8	10- أدوات الدراسة
8	11- حدود الدراسة
11	13- الدراسات السابقة
13	14- الخلفية النظرية
	الفصل الاول : العلاقات العامة.
15	تمهيد
19	المبحث الأول: حول العلاقات العامة.
16	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.
17	المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة.
18	المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة.
19	المبحث الثاني: وسائل و أهداف العلاقات العامة.
19	المطلب الأول: وسائل الاتصال في إدارة العلاقات العامة.
20	المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة.
21	المطلب الثالث: أسس و مبادئ العلاقات العامة.
22	خلاصة الفصل.

	الفصل الثاني: الأزمة و العلاقات العامة في إدارة الأزمة.
24	تمهيد :
25	المبحث الأول: الأزمة و إدارة الأزمة.
25	المطلب الأول: مفهوم الأزمة و إدارة الأزمة.
26	المطلب الثاني: أنواع و خصائص الأزمة و نشونها.
30	المطلب الثالث: إستراتيجيات إدارة الأزمة.
32	المبحث الثاني: جهود العلاقات العامة في إدارة الأزمة.
32	المطلب الأول: دور العلاقات العامة في إدارة أزمة.
33	المطلب الثاني: إستراتيجية العلاقات عبر مراحل الأزمة.
36	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على العلاقات العامة في ادارة الازمة.
37	خلاصة الفصل:
	الإطار الميداني للدراسة
39	تمهيد:
39	1- الجانب الميداني :
41	2 - تحليل بيانات أدوات الدراسة :
62	3- معالجة و مناقشة نتائج الدراسة بالفرضيات:
63	4- النتائج العامة للدراسة :
64	5- التوصيات والاقتراحات
66	خاتمة
69	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
42	يوضح متغير الجنس.	01
43	يبين سنالمبحوثين.	02
44	يبين المستوى التعليمي للمبحوثين.	03
45	يبين الخبرة المهنية للمبحوثين.	04
46	يبين وظيفة العاملين.	05
47	يبين إن كان يوجد مكتب خاص بالعلاقات العامة .	06
48	ايبين دور الوظيفة في إدارة الأزمات.	07
49	يبين المسؤول عن العلاقات العامة .	08
50	يمثل تخصصات المسؤول عن العلاقات العامة .	09
51	يبين الأطراف الفاعلة في التعامل مع أزمة السيولة .	10
52	يمثل تشكيل خلية لمواجهة الأزمة .	11
53	حول إن العاملون يتلقون تدريب لمواجهة الأزمة:	12
54	يبين وسائل الإتصال المستخدمة .	13
55	يبين وسائل الإعلام المستخدمة في التعامل مع الأزمة .	14
56	يبين نسبة الوسائل الإلكترونية المستعملة في التعامل مع الأزمة .	15
57	يبين من يقوم بإنتاج المنتجات الإعلامية .	16
58	يبين نسبة دراية العاملين بالعلاقات العامة .	17
59	يبين نسبة العمل بالعلاقات العامة وأهميتها .	18
60	يبين في ماذا تكمن أهمية العلاقات العامة .	19
61	يبين إن كانت الحلول كافية لمواجهة أزمة السيولة داخل المؤسسة ، المقدمة من طرف العلاقات العامة كوظيفة .	20

قائمة الاشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
40	شكل يبين تقسيمات المكاتب البريدية لمركز الوحدة الولائية لبريد تيارت.	

مقدمة

مقدمة :

ظهرت العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسستي بشكل سريع ومتطور خلال الخمسين عاما الماضية ، مما أدى إلى الإعتماد عليها كوظيفة في جل المؤسسات سواءا الخدماتية أو العمومية وذلك نظرا لنجاحاتها في التعامل مع مختلف القضايا الطارئة على المؤسسة كالأزمات و المشاكل التي تصيب بنيتها المادية أو المعنوية ، داخليا كانت أم خارجيا .

ومن هنا فإن العلاقات العامة زيادة عن كونها علم قائم بحد ذاته فهي وظيفة تتصل إتصالا مباشرا بالقضايا والظروف والأوضاع الطارئة على المجتمع بصفة عامة أو على المؤسسة وذلك من أجل التعامل معها ومع مختلف الأزمات التي تصيبها ، كون الأزمة تمثل الفيروس الذي يخل بالمؤسسة وقد يؤثر حتى على اللبنة الأساسية لها ، والأزمة قد تكون هي ظاهرة الطبيعية كالزلازل وغيرها ، كما تكون صحية كالأزمة الراهنة المتمثلة في كوفيد 19 ، أو مؤسسية تؤثر بمحيطها الداخلي والخارجي .

حيث كان موضوع دراستي حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات ، وكنموذج لدراستي اخترت أزمة السيولة في مركز البريد تيارت . كما تطرقت في دراستي إلى إطار منهجي تناول كل من الإشكالية التي تذيلت بسؤال ألا و هو : ماهو دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات ؟ وكيف تعامل جهاز العلاقات العامة مع أزمة السيولة في المؤسسة .

وكذلك تناول التساؤلات و الفرضيات وأسباب اختيار الموضوع وكل من أهداف الدراسة وأهميتها والمنهج المتبع ، وتضمن أيضا أدوات الدراسة وعينة البحث المختارة من أجل دراستنا ، وتطرقت إلى حدود الدراسة ومصطلحاتها والاعتماد على دراستين سابقتين كما اعتمدت على خلفية نظرية تم تعريفها وإعطاء مفهوم لها .

ومن بعد الإطار المنهجي جاء الدور على فصلين نظريين ، الأول مسمى بالعلاقات العامة والثاني بالأزمة والعلاقات العامة في إدارة الأزمة ، يندرج تحت كل منهم مبحثين كل مبحث له ثلاث مطالب .

وفي ختام الدراسة تم إجراء إطار تطبيقي مكمل للمنهجي والنظري ، بإجراء دراسة ميدانية في مركز بريد تيارت ، إستخلصنا منه نتائج الدراسة الناتجة عن أدوات البحث من إستبيان وملاحظة ، ومن تم دراسة الفرضيات وتوصيات وإقتراحات.

كما أن لكل بداية نهاية فكانت لدراستي هذه خاتمة عامة لخصت الدراسة من بدايتها إلى نهايتها .

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية :

خلافا على ما كانت عليه العلاقات العامة في المؤسسات سابقا ، أصبحت اليوم الشريان الرئيسي و القلب النابض في المنظمة ، حيث أصبحت تمدها بمختلف الإستراتيجيات الفعالة في بنائها سواء داخليا أو خارجيا ، و في كل مجالاتها ، الإدارية ، السياسية و الاقتصادية ، حيث أصبحت الإدارة تحتكم بالدرجة الأولى في بناء أهدافها إلى القائم بدور العلاقات العامة وكذلك في حل مشاكلها وصراعاته سواء الداخلية أو الخارجية والعلاقات العامة هي تلك الوظيفة المستمرة المخططة والتي تسعى من خلالها المنظمات إلى تأييد وكسب الجمهور .

كما أصبحت العلاقات العامة تمثل ذلك الخيط الرفيع في المنظومة الإداري لحل الأزمات التي تستهدفها و التحكم فيها و احتوائها و تقديرها ، و الأزمات هي مختلف القضايا و الصراعات و المشاكل التي توجه المؤسسة فتأثر ببنيتها سواء الإدارية أو الهيكلية، كما هي اللحظة الحرجة التي تهدد مصير المنظمة حين تتعرض لها كما ساهمت في بروز مفهوم جديد في الإدارات ما يسمى ب إدارة الأزمات. و حين تحدث الأزمة فهي تعلن حالة الطوارئ داخل المؤسسة وتضع الجهاز الإداري للعلاقات العامة تحت أمر الواقع ، إذ تتميز بالمفاجئة و التعقيد و التداخل بينها وبين أزمات أخرى .

ومراكز البريد في الجزائر كغيرها من المؤسسات تمتاز بوجود علاقات عامة داخلها و خارجها قوية ، إلا أنها تعاني من أزمات متفاوتة الخطورة ، ويعتبر مركز البريد الذي تم أخذه كدراسة نموذجية في تطبيقنا الميداني لهذه الدراسة من بين المؤسسات التي تعتمد على نشاطات العلاقات العامة و وظائفها و التي تقوم بها خلية الإعلام و الإتصال ومختلف المصالح لإدارة الأزمات ، وكانت أزمة السيولة هي التي سلطنا عليها الضوء لدراستها .

ومن خلال موضوع دراستنا الذي يتمحور حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الذي يندرج تحته طرح الإشكال التالي : ما هو دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات ؟ وكيف تعامل جهاز العلاقات العامة مع أزمة السيولة في المؤسسة .

2-التساؤلات :

من أجل الوصول إلى الإجابة على السؤال الرئيسي الذي تذييل الإشكالية كان علي أن أطرح عدة تساؤلات فرعية هي كالتالي :

- ماهي أشكال العلاقات العامة على مستوى مؤسسة البريد تيارت ؟

- ما هو دور العلاقات العامة في التعامل مع أزمة السيولة في مركز البريد تيارت ؟

الإطار المنهجي للدراسة

- ماهي وسائل الإعلام و الإتصال المستخدمة من طرف العلاقات العامة كوظيفة لإحتواء أزمة السيولة ؟

- ماهي أهمية العلاقات العامة في مركز البريد و أهمية الحلول التي تقدمها لإحتواء الأزمة ؟

3-الفرضيات :

- وجد جهاز علاقات عامة يساهم في حل أزمة السيولة في مؤسسة مركز البريد .
- مساهمة وسائل الإعلام و الإتصال في معالجة أزمة السيولة .

4- أسباب إختيار الموضوع :

من المبررات التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع لدراستنا هي الأسباب التالية :

1-4- الأسباب الذاتية :

وهي تتمثل في الرغبة الشخصية في إختيار هذا الموضوع من أجل معرفة دور العلاقات العامة في المؤسسات و كيفية تعاملها مع الأزمات .
التقرب أكثر من مؤسسات البريد و التعرف على نشاطات العلاقات العامة فيها .
سهولة الوصول إلى مجتمع البحث المختار نظرا للموقع الجغرافي القريب .

2-4- الأسباب الموضوعية :

الحاجة العلمية للقيام بمزيد من الدراسات في إطار العلاقات العامة و دورها في إدارة الأزمة . قابلية الموضوع المختار للبحث و الدراسة الميدانية .

5- أهداف الدراسة :

- لا يمكن لأي باحث كان أن يقوم بإنجاز أي بحث علمي و في أي مجال كان بدون أن يسطر مجموعة من الأهداف ، و لذلك تمكنا من تسطير بعض الأهداف التي نرجو من خلالها الوصول إلى هاته الدراسة ، وكانت الأهداف كالاتي .
- التعرف على كيفية مساهمة العلاقات العامة في تسيير الأزمة .
- الطرق و الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في إدارة الأزمة .
- التعرف على كيفية إختيار جهاز العلاقات العامة لممارستها خلال الأزمة .
- التعرف على ماهية الأزمات و طبيعتها .

6- أهمية الدراسة :

يعد موضوع هذه الدراسة من المواضيع الهامة في مجال العلاقات العامة، حيث تعتبر أهمية هذه الدراسة في أن لها أهمية بالغة من الناحية العلمية فيما يجب أن تقوم به العلاقات العامة في إدارة و تسيير الأزمة.

الإطار المنهجي للدراسة

كما تكمن أهميتها في توضيح دور العلاقات العامة و ممارستها في كيفية التعامل مع الأزمة وذلك من خلال الجانب التطبيقي للعمل

7- المنهج المتبع:

كان علي ككل دراسة أن أختار منهج أتبعه في دراستي هذه وتم الإختيار على منهج دراسة حالة .

تعريف منهج دراسة حالة:

تشير دراسة حالة إلى نمط من الدراسة يحمل هذه التسمية فقد تدرس حالة واحدة ، أو عشر حالات ، أو أكثر ، وتكون تمارس دراسة حالة .

ما يميز دراسة حالة هو طبيعة الروابط بينها وبين التجريد والتنظيم والنمذجة و التعميم ، وعلى هذا الأساس يرتسم في العلاقة بين الكل والأجزاء.¹¹

8-مجتمع البحث:

يصعب على أي باحث أن يتحكم في مجتمع بحثه لذلك يتعين عليه إختيار مجموعة من الأفراد من هذا المجتمع تسمى العينة ، ومن ثم يتم التعميم على كل مجتمع البحث ، ومجتمع البحث في هذه الدراسة كان عبارة عن كل الموظفين في مديرية مراكز البريد الجزائر و بالأخص موظفوا العلاقات العامة ، كما تم حصر مجتمع البحث على موظفي مركز البريد لولاية تيارت بوخاري مصطفى المتواجد بحي المنظر الجميل ، وتم اختياره نظرا لموقعه الإستراتيجي و سهولة الوصول إليه . وقدر مجتمع البحث بعدد كبير فاق المئة موظف ، لذلك تم إختيار عشرين عامل كعينة من أجل الدراسة .

9- العينة و المعاينة:

المعاينة: حسب أنجرس -2004- 301 – هي عبارة عن مجموعة من العمليات التي تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة .²

العينة: فقد عرفها بعض الباحثين استنادا لتخصصاتهم الضيقة على أنها مجموعة من الأفراد وقد اعتبر هذا النوع غير دقيق لأنه يحصر مصطلح العينة .³

عبد الله إبراهيم ، البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، الطبعة 2 2011 ، نشر المركز الثقافي المغربي الدار البيضاء ، المغرب ، ص 222

1-سعد الحاج بن جخدل ، العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا، دار البداية ناشرون، عمان، ط1 ، 2019 ، ص 13

2- المرجع نفسه ، ص 14

الإطار المنهجي للدراسة

لقد رأينا في بحثنا هذا أن العينة تكون قصدية وذلك نظرا لطبيعة موضوع الدراسة حيث كان مجتمع البحث منحصرا على الموظفين داخل مركز البريد بولاية تيارت واخترت 20 موظف من الإدارة كعينة لهذا البحث

العينة القصدية :

وفيها يتقصد الباحث إختيار عينة بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل¹ .

10-أدوات الدراسة : (أدوات جمع البيانات).

من أجل نجاح أي بحث علمي يكون واجبا على الباحث أن يعتمد على مجموعة من الأدوات ، من أجل جمع البيانات و المعلومات اللازمة و المتعلقة بموضوع بحثه ، و في إطار هذه الدراسة ، و من أجل تحقيق أهدافها و الوصول إلى المعلومات و البيانات استخدمنا أدوات البحث التالية : الملاحظة و الاستبيان .

-الملاحظة : تعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي يمكن استخدامها للحصول على بيانات تتعلق ببعض الحوادث و الوقائع ، و يفضل استخدام الملاحظة كأداة بحثية على غيرها من الأدوات ، و خاصة عندما تكون ممكنة حيث يتم فيها تحديد ما هو مطلوب التركيز عليه ، و تدوين ما يراه الباحث أو ما يسمعه بدقة تام² . حيث تم إستخدامها عن طريق زيارات للمركز ، وكذلك عن طريق ملاحظات عامة من خلال ما تم مشاهدته في الوسط الإجتماعي وما تناولته مواقع التواصل الإجتماعي و الإعلام .

-الاستبيان: هي صيغة محددة من الفقرات و الأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد الدراسة ، حيث يطلب منهم الإجابة عنها بكل حرية .

و الاستبيان لغة : هو طلب البيان ، و اصطلاحا هو الإبانة عما في الذات .

حيث تم إستخدام الإستبيان عن طريق تقديمه للعاملين مباشرة و من ثم إسترجاعه ،

11- حدود الدراسة :

المجال الزمني:

انقسم المجال الزمني لهذه الدراسة إلى :

¹د رحيم يونس كرو العزاوي ، منهج الحث العلمي دار دجلة ناشرون ، ط1 ، 2008 ، ص 173

1-د سهيل رزق ذياب ، مناهج البحث العلمي ، غزة فلسطين ، 2003 ، ص 50

2- المرجع نفسه ، ص52

الإطار المنهجي للدراسة

- تواجدنا في الميدان و إجراء زيارات استطلاعية من أجل الملاحظة و تحديد عينة البحث،

و كان ذلك منذ بداية شهر جوان 2021.

- بعد تصميم الاستمارة و تحديد العينة قمنا بتوزيعها على الجمهور الداخلي للمركز من موظفين و رؤساء أقسام ، و ذلك كان خلال شهر جوان 2021.

المجال المكاني:

باعتبار أن موضوع الأزمات هو موضوع واسع و كبير و باعتبار أنه يمس جميع القطاعات حاولنا حصر مجاله المكاني و ذلك بالتركيز على مركز البريد بوخاري مصطفى - تيارت - حي المنظر الجميل .

12- مصطلحات الدراسة:

مفهوم الدور:

لغة : فعل نفوذ يمارس ، أو مهمة يقوم بها الفرد .

إصطلاحا : يسمى الموقف أو الوضع الذي يشغله الشخص في المجتمع ، نتيجة لهذا الوضع أو الموقف يتوقع منه أداء و وظائف معينة ، تعرف هذه الوظائف بالأدوار بالحياة¹ .

التعريف الإجرائي :

الدور : هو ذلك الوسيط من الأفراد الذي يشكل ويلعب دور الإتساق و الإنسجام في المؤسسة أو المجتمع عن طريق التأثير أو التأثير .

مفهوم العلاقات العامة:

هناك تعريف شائع للعلاقات العامة وأكثر نوعية عرضته مجلة العلاقات العامة الأمريكية ، وفيها تشير إلى أن العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيم إتجاهات الجمهور ، وتحقق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة، وتضع و تنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور و تقبله للمؤسسة²

¹<https://ar.triangleinnovationhub.com> 17/60/2021 ، 11:21.

²احسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الإجتماع ، جامعة الإسكندرية ، ط 6

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة:

- هي فن التعامل بين الأفراد أو المؤسسة و الجمهور ، وهي مهنة مهمة لتحقيق النجاح سواء على المستوى الشخصي أو الإجتماعي .

مفهوم إدارة الأزمات:

- هي عبارة عن محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات و القواعد و الأسس المبتكرة تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة و أساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها ، وذلك بهدف السيطرة على الأزمة ، و التحكم فيها وتوجيهها وفقا لمصلحة الدولة .¹

مفهومالأزمة:

تعني الأزمة في اللغة الجذب و القحط الضيق والشدة .

الأزمة إداريا : هي ظاهرة غير مستقرة تمثل تهديدا صريحا ومباشر لبقاء المنظمة إستمراريتها وهي تتميز بدرجة صعبة من المخاطر و تمثل نقطة تحول في أوضاع غير مستقرة ، تعود إلى نتائج غير مرغوبة تؤثر سلبا على كفاءة فاعلية متخذ القرار و تؤدي إلى خسارة مادية و معنوية و جسدية تؤثر في سمعة المنظمات و مكانتها و مستقبلها .²

- **التعريف الإجرائي للأزمة :** هي تلك المشكلة التي تصيب المنظمة ، و تؤدي إلى خلل في مسيرها بشكل جيد .

1_ **الإدارة لغة :** يرجع أصل كلمة الإدارة إلى الكلمة اللاتينية التي تعني الخدمة أو المساعدة ، و من ثم تعني كلمة الإدارة تقديم الخدمة أو المساعدة للغير .

_ **إصطلاحا :** هي ذلك النشاط الذي يهدف إلى الوصول إلى الهدف بأفضل الوسائل و أقل التكاليف في حدود الموارد و التسهيلات المتاحة ، و تحسين إستخدام و تنفيذ الأعمال عن طريق مجهودات أشخاص آخرين .³

2_ **التريف الإجرائي للإدارة :** هي مجموعة من الأشخاص داخل منظمة ما تقوم بتدويرها بعدة أشكال إما أفقيا أو عموديا.

13-الدراسات السابقة :

لوصول أي باحث إلى نتائج جيدة خلال بحثه يجب عليه المرور بما سبقه من دراسات في موضوعه أو مشابه لموضوعه و من الدراسات السابقة نذكر التالي

1 إقديري علي عبد المجيد ، إتصال الأزمة وإدارة الأزمات ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2011، ب ط ، ص 14
2 غسان داود اللامي ، إدارة الأزمات والتطبيقات ، نشر بشكل إلكتروني من قبل مكتبة نيبور الإلكترونية ، 2015 ، ص 13

3 مختار جلولي الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية دراسة ميدانية مقارنة بين جريدتي الخبر والشروق حول أزمة غرداية ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصالتخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة باتنة

1 ، 2016-2017 ، ص 35

الإطار المنهجي للدراسة

1-13-الدراسة الأولى : موسومة تحت عنوان جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات " دراسة ميدانية مكملة لنيل شهادة الماجستير سنة 2008 في الإعلام في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض من إعداد الباحث سلطان بن سعد محمد الخثلان .

تمحورت مشكلة الدراسة التساؤل التالي : ما جهود إدارة العلاقات العامة في الإدارة لمرور الرياض في مواجهة الأزمات؟

ومن أهم أهداف هذه الدراسة : معرفة التحديات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة لمرور في مواجهة الأزمات .

التعرف على المقترحات التي قد تساهم في تحسين جهود إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمرور الرياض عند وقوع الأزمة .

-استخدم الباحث في دراسته على المنهج الوصفي ، و من أدوات الدراسة وقع الإختيار على أداة الاستبانة لجمع البيانات من مصادر الأولية .

مجتمع و عينة البحث تمثل في الجمهور المستفيد من خدمات إدارة العلاقات العامة لمرور الرياض ، و العينة قدرت ب 478 مبحوث .

و من أهم النتائج التي تم الوصول إليها :

-نيل رضا الجمهور المستفيد من خلال ما تقدمه من معلومات و بيانات بطريقة أسرع لتوفير الوقت و الجهد .

-التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة للمرور بالرياض تتمثل في ضيق الشوارع و تزايد أعداد السيارات بالإضافة إلى إغلاق بعض الشوارع .

*وكما أن لكل دراسة مقترحات و توصيات ، تمثلت مقترحات و توصيات هذه الدراسة في

-ضرورة قيام إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة للمرور بالمزيد من حملات التوعية للمواطنين عن كيفية التعامل مع الأزمات المرورية أثناء وقوعها وبعد .

-العمل على إيجاد بدائل بالنسبة للطرق المعروفة بتعدد الأزمات المرورية فيها.

-تنسيق الجهود بين إدارة العلاقات العامة و الإدارات الأمنية لما يساعد على التخفيف من الأزمات المرورية ..

الإطار المنهجي للدراسة

-و كانت الإستفادة من الدراسة كونها بالدرجة الأولى حيث اعتمدت عليها كمرجع لجمع المعلومات ، و كانت كدراسة سابقة في دراستي هذه ، حيث تشابهت دراستنا كونهما يدرسان الأزمة و إيجاد حلول لها من قبل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة.

2-13-الدراسة الثانية : متمثلة في أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع بجامعة باتنة ، موسومة ب : الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية ، دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي الخبر و الشروق حول أزمة غرداية 2016-2017 ، من إعداد الباحث مختار جلولي .

حيث تمحور تساؤل الإشكالية أو تحديد الموضوع في ما طبيعة الإدارة الإعلامية لأزمة غرداية من خلال جريدتي الشروق و الخبر الجزائريتين ؟

ومن أهداف موضوع هذه الدراسة :

-لفت الانتباه إلى تخصص إعلام الأزمات الدور الذي يؤديه في مختلف مراحل الأزمة ، و التركيز الذي يؤديه الإعلام في فترة الأزمة .

-كما تمثلت نتائج هذه الدراسة في :

-تولي جريدتي الشروق و الخبر أولوية للقوالب الإخبارية في معالجة مواضيع الأزمة

-إبراز مواضيع أزمة غرداية من طرف الجريدتين في العنوان الرئيسي .

-لم تعتمد الجريدتين على الصور الملونة لأنها مكلفة ماديا .

-أما المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج المسحي و المنهج المقارن لكونه يقارن بين جريدتين و يصنف و يحلل الأزمة .

كما أنه تم استخدام أداة تحليل المضمون كأداة من أدوات البحث في الدراسة .

الإستفادة من الدراسة : كانت استفادتي في هذه الدراسة كوني اعتمدت عليها كمرجع لنقل المعلومات ، وكونها دراسة من الدراسات السابقة حيث تشابهت مع دراستي في معالجة أزمة اجتماعية .

14-الخلفية النظرية للبحث :

ككل الدراسات كان لزاما علي تبني نظرية من النظريات المختلفة سواءا الإعلامية أو الإتصالية من أجل إستكمال دراستي ، وقد وقع الاختيار على النظرية البنائية الوظيفية نظرا لكونها تتناسب هذه الدراسة¹ .

مفهوم النظرية البنائية الوظيفية :

تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات السوسولوجية التي شغلت حيزا كبيرا في أدبيات علماء الإجتماع خاصة في بداية القرن العشرين ، واحتلت مكانة مرموقة بين نظرياتها ، ونشير في هذا السياق إلا أن هذه النظرية لم تأتي نتيجة جهد عالم بعينه ، بل تضافرت جهود العديد منهم في مجالي علم الإجتماع و الأنتربولوجيا الإجتماعية في إرساء دعائم هذا التيار ومن روادها إيميل أدوركايم و تالكوت أبار سونز² .

1حميد شنة نبيل ، البنائية الوظيفية أو دراسة الواقع أو المكان ، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية ، العدد 05 ، جامعة
20 أوت 1955 ، سنة 2010 ، ص

الفصل الأول: العلاقات العامة

الفصل الاول : العلاقات العامة.

تمهيد :

إن العلاقات العامة لا تقتصر على أنها فلسفة إدارية، أو عملية إدارية بل هي وسيلة للاتصال يتعرف الجمهور من خلالها على أهداف و إنجازات المؤسسة، وقبل أن نعتبر العلاقات العامة كفلسفة إدارية كان ولا بد من الإحاطة بكل المعلومات ذات العلاقة بها، حيث سنتطرق في الفصل الأول إلى مفهوم و أهمية العلاقات العامة والوظائف التي يضطلع بها مثل هذا النشاط الفعال ختاماً بأهم الوسائل التي توظفها العلاقات العامة في المؤسسة.

المبحث الأول: حول العلاقات العامة.

مطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

نعي العلاقات العامة إلى خلق الصلة والتفاهم مع الأفراد أو المجموعات أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التواصل من سمعة جيدة وعلاقة مديدة¹.

وتلعب العلاقات العامة دوراً فعالاً في المجتمع حيث أنها تقوم بالسيطرة على جمهورها عن طريق أنشطتها المختلفة للتأثير على تفكيرهم بما تقدمه المنظمة التي تمثلها من خدمات، كما تمارس العلاقات العامة مختلف الأنشطة لمواجهة المشكلات والتغلب عليها².

تعد العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من الهيكل التنظيمي للمنشأة، فهي تعتبر نشاط إداري كأي إدارة أخرى داخل المنظمة، فالعلاقات العامة تعد نظام يتفاعل مع المحيط ويؤثر فيه وقد يتأثر به أيضاً، فلقد أصبحت العلاقات العامة الآن إدارة لا بد منها بالنسبة للمنظمات والأعمال³.

كما يهتم قسم العلاقات العامة في المنظمة بإيجاد وسائل للتواصل بين الإدارة العليا و العاملين في المنظمة وبين المنظمة وجمهورها، فلا بد من توافر اتصال فعال و مستمر فيما بينهم، كما أنه يجب أن تقوم المنظمة على أساس التفاهم والثقة بما يحقق التعاون بين ها وبين جمهورها، وأن تعترف بأهمية الجمهور وتسعى للحصول على تأييده لتحقيق أهدافها⁴.
وللعلاقات العامة وظائف متعددة منها:

- توفير قنوات تواصل مناسبة، والبحث عن المعلومات و جمعها والتخطيط وتقييم برامجها وخططها والتنسيق بين إدارات المنظمة المختلفة.
- تعميق العلاقات الإنسانية التي تهدف إلى كسب ثقة الأفراد داخل المنظمة وخارجها⁵.

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة.

أكد الحوشان والشهري (2011) "على تزايد أهمية نشاط العلاقات العامة لكونها وظيفة إدارية متخصصة وحديثة في الوقت ذاته في معظم المنظمات في النصف الأخير من القرن

¹ طارق شريف يونس : إدارة العلاقات مفاهيم ومبادئ وسياسات، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل ، اثناء للنشر و التوزيع. ط1- 2008 - ص 193 .

² العماري عباس رشدي : إدارة الازمات في عالم متغير، مركز الاهرام للترجمة والنشر القاهرة ط. 1 ، 1993 .ص32.
³ الشعلان، فهد أحمد: " إدارة الأزومات: الأسس – المراحل – الآليات" ، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2002. ص 409.

⁴-السعيد عبد الوهاب محمد: استراتيجيات إدارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة - دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة ط 1 2006. ص 17-19.

⁵صالح ابو اصبح : تسيير ابو عرجة - الاتصالات و العلاقات العامة، الشركة العربية المحددة للتسويق و التوريدات. ص 175.

العشرين، فلقد كان لدى الإدارة شعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في وقت كان عرض فيه العديد من المنظمات للكثير من الضغوط من الحركات والجمعيات النشطة فالإدارة العليا في معظم المنظمات على وجه الخصوص أدركت أهمية إقامة علاقات سيئة مع الجماهير خارج و داخل المنظمة وكسب ثقتهم وتأييدهم، ومن ثم زاد جهود العلاقات العامة وأهميتها في رسم سياسات المنظمة واستراتيجياتها حيث ارتفع مستواها إلى مستوى الإدارة العليا".¹

وتظهر أهمية العلاقات العامة في كونها تقوم بدراسة سلوك الأفراد داخل المنظمة، لتمكن من معرفة رغباتهم وميولهم من أجل توجيه سياسات المنظمة وتشاطها لتناسب مع رغبة جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي. فالعلاقات العامة ليست مجرد نشاط وحسب بل وظيفة ذات أهمية بالغة.

تعي العلاقات العامة إلى نشر الحقائق والمعلومات التي تكون في صالح المنظمة و جمهورها، وتحقيق التفاهم الجيد المشترك فيما بينهم.²

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة.

إن العلاقات العامة لديها عدة وظائف تسعى إلى تحقيقها وترغب بالوصول إليها، من أبرزها ترسيخ صورة جيدة عن المنظمة لدى جمهورها، وبعد هذا أحد أهم الأهداف الأساسية للمنظمة.

ومن وظائف العلاقات العامة أيضا تعزيز العلاقة بين المنظمة وجمهورها، إبقاء المنظمة على إطلاع باحتياجات الجمهور، دعم المنظمة من خلال إقناع الجمهور بأهدافها وسياساتها الزيادة من تقدير المنظمة بين جمهورها.³

والتأثير على الرأي العام، وحماية المنظمة من أي وسيلة مهاجمه لها سواء كان خبر كاذب أو إعلان سيء للمنظمة، إمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عند حدوث أزمات، معرفة مول الجمهور تجاه الإشاعة وتقييمها والتنبيه بها.⁴

¹ حسين محمد جواد الجبوري : منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار وفاء للنشر و التوزيع، عمان ط1.2012. ص26.

² حسين عماد مكاوي ويليى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع القاهرة، ط1، 2006، ص25.

³ زيد منير عبوي: ادارة الازمات.دار كنوز للنشر والتوزيع ط 1 عمان 2006. ص49

⁴- غريب عبد السميع غريب : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع. الاسكندرية. 2006. ص50.

العامة

فمن وظائف العلاقات العامة أيضا إلى توضيح المشاكل التي تواجهها المنظمة بشكل دقيق والصعوبات التي لديها، وكسب ثقة الجمهور وحل المشاكل التي يواجهها الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي في العلاقي، وتقوم أيضا العلاقات العامة بزيادة نسبة المبيعات لتحقيق الأرباح، وجذب المستثمرين و كسب رضا العاملين، وزيادة الانتاج، و بناء روح العمل والتفاهم بين العاملين وإدارة العلاقات العامة، وضمان سن التشريعات التي لا تتعارض مع أهداف المنظمة و سياستها¹.

- تسعى إدارة العلاقات العامة في أي منظمة على بذل الجهود المستمرة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي قد تنال على احترامه وتقديره.

المبحث الثاني: وسائل و أهداف العلاقات العامة.

المطلب الأول: وسائل الاتصال في إدارة العلاقات العامة.

إن العلاقات العامة لها برامج وخطط اتصالية تختار منها ما يناسبها، لنستهدف جمهور معين، وعادة ما تكون الرسالة المراد توصيلها للجمهور متوافقة مع أهداف المنظمة. و من المهم أن يكون الاتصال جيد وفعال، و أن يكون من جهتين من المنظمة والجمهور والعكس صحيح².

تصنيف وسائل الاتصال في العلاقات العامة أولا: حسب الجمهور

- وسيلة اتصال للجمهور وهي الإذاعة، والتلفزيون، والجرائد والمجلات.
- الإعلان غير الجمهور ويشمل البريد، والإعلان في مراكز الشراء والبيع، والإعلان في وسائل النقل ثانيا: حسب طريقة الاتصال.
- الاتصال المباشر مثل الندوات، و المؤتمرات، والمحاضرات، والمعارض.
- الاتصال غير المباشر مثل التبرعات، و تمويل البرامج، والبحوث، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية³.

¹- الحسن عيد اللهباشيوية : وعدنان هاشم السامرائي، البحث العلمي مفاهيمه، اساسياته، تطبيقاته مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان - الاردن ط. 2، 2005، ص90.

² الحسن عبد اللهباشيوية : وعدنان هاشم السامرائي، البحث العلمي مفاهيمه، اساسياته، تطبيقاته مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان - الاردن ط. 2، 2005، ص26.

³هباس رجاء الحربي، العلاقات العامة و الادارة العليا، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردنعمان ، ط 1 -2012، ص 15 - 16.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة.

وهنا سوف نقدم مجموعة من الاهداف العامة التي تشكل خطوط رئيسية لأخصائي العلاقات العامة وتتمثل في ما يلي :

- دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها
- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور
- تعزيز ثقة الجمهور
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها واستجابة لها
- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات .
- توسع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها إلى جمهور أوسع
- ومن خلال هذا نرى أن العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف فهي تسعى إلى زيادة شعبية اسم المؤسسة أو سلعتها أو تفضيلها على غيرها وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تتفق وراء السلعة أو الخدمة وترويج بيع منتجاتها أو خدماتها .
- وتعمل على تحويل الجمهور إلى زبائن للخدمة أو السلعة التي تقدمها المؤسسة.
- فالهدف من العلاقات العامة ليس فقط بناء سمعة فهذا الهدف يسعى المزيد من الرواج لمنتجات المؤسسة أو خدماتها.¹

1 عبد الرزاق محمد الدليوي: العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر و التوزيع عمانط1، ص 34.

المطلب الثالث: أسس و مبادئ العلاقات العامة

أسس ومبادئ العلاقات العامة : هناك عدد من المبادئ الركائز التي يسترشد بها المشتغلون بالعلاقات العامة وتتلخص هذه الأسس في الآتي:

- 1-البدا من داخل المؤسسة والعمل على ايجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع العاملين بها والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون في داخل المؤسسة .
- 2- مراعاة الصدق والأمانة في شرح ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور ورضاه حتى تنجح المؤسسة وتدوم طويلا.
- 3- التمسك بالأسلوب المهني والتمسك بأهداف العدل واتساق القول والعمل واتباع المبادئ والقيم الأخلاقية في كل التحركات.
- 4- الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوئ لأن ذلك يضرب منظرا من التظليل ويحجب الحقيقة و يعرقل وضوح الرؤية.
- 5- إظهار الحقائق في صراحة ووضوح حرصا على كسب ثقة الجمهور وذلك لأن إخفاء الحقائق إذا نجح بعض الوقت فإن هذا النجاح مؤقت وسرعان ما تنكشف الحقيقة ويفقد الجمهور ثقته في المؤسسة.
- 6- المساهمة في رفاهية المجتمع وتقدم أفراد أكثر من مجرد تحقيق أكبر كسب مادي وهذا يعمل على كسب تأييد الجمهور داخل المؤسسة وخارجها.
- 7- التعاون مع المؤسسات الأخرى والاتفاق على الخطوط العريضة في محيط العلاقات العامة حتى يتحقق لها جميعا النجاح.¹
- 8- اتباع مناهج البحث العلمي المبنية على المنطق والتحليل الموضوعي في حل أي مشكلة حتى يمكن الوصول الى قرار سليم مبني على الواقع.
- 9- ضرورة اتصاف العلاقات العامة بالديناميكية و الحيوية و التفاعل مع الجماهير.

¹زياد محمد الشيطان وعبد الغفور السلام: مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع. القاهرة، ط1
2001.ص50

خلاصة الفصل:

نستنتج من خلال ما تم عرضه في الفصل الأول أن العلاقات العامة ظهرت منذ القدم، وتطورت عبر مراحل متباينة لتصل إلى مفهومها الحديث وهذا بفعل جملة من العوامل المساعدة على ذلك، والتي جعلت من نشاطات العلاقات العامة تتميز بجملة من الصفات والخصائص المعبرة عن طبيعتها، والتي تسهل بدورها عملية التفرقة بين العلاقات العامة وأوجه النشاط المشابهة لها على أنها عملية لها كيان و مدخل خاص يضطلع بجملة من الأهداف والوظائف، وتحظى بأهمية بالغة في ظل التحولات و التطورات و الحركية الاجتماعية المستمرة، والثورة التكنولوجية وما مس وسائل الاتصال من تطور مذهل.

الفصل الثاني:

الأزمة و العلاقات العامة

الفصل الثاني: الأزمة و العلاقات العامة في إدارة الأزمة.

تمهيد :

كلمة أزمة لا شك في أنها تثير في النفس الاضطراب والخوف والفرع في آن واحد ومرد ذلك لأن هذا التعبير او اللفظ ليس محببا للنفس حيث تؤدي الكلمة عند سماعها بان هناك مشكلة كبيرة قادمة مما سبب الارتباك و اتخاذ القرارات التي قد تكون في كثير من الأحيان خارج مسؤولية العقل فتكون النتائج عكسية وليست كما يرغب أن تكون والواقع أنه في ظل التطورات المتسارعة وفي ظل الاضطراب الاقتصادي والسياسي والاجتماعي الذي سيطر على هذا العصر فان الأزمات أصبحت شيئا متوقعا في أي زمان ومكان، ومن هنا اصبح من المفروض أن تستعد لها الإدارات بكافة مجالاتها وتخصصاتها وأن تكون مستعدة دائما لمثل هذه الطواري ،فالأزمة بصفة عامة هي حدث مفاجي يكون مقترنا بتهديد خطر او غير متوقع تكون نتائجها في أغلب الأحيان مؤثرة لأنها في أغلب الأوقات تحتوي على أحداث سريعة ونتائج تهدد القيم والأهداف.

وسنحاول من خلال هذا الفصل أن نقدم صورة دقيقة عن الأزمة من حيث مفهوم ، و أنواع ، الخصائص و جهود العلاقات العامة في ادارة الأزمة و استراتيجيات العلاقات عبر مراحل الأزمة.

المبحث الأول: الأزمة و إدارة الأزمة.

المطلب الأول: مفهوم الأزمة و إدارة الأزمة.

1- مفهوم الأزمة:

إهتم علم الإدارة بتحديد مفهوم الأزمة ليشمل كافة الجوانب، ومع تنوع الدراسات والاهتمامات في مجال الأزمة تعددت تعريفات الأزمة

فمن وجهة نظر الإدارة الأزمة هي أي موقف أو حالة تتصف بالتهديد الأهداف المنظمة ومصالحها، وتتسم بضيق الوقت مما يجعل متخذ القرار يتخذ القرارات تحت ضغط فليس لديه الكثير من الوقت قبل أن تقع الأضرار المحتملة للأزمة ومن ثم تتفاقم حيث يصبح من المستحيل السيطرة عليها أو حتى حلها.¹

وعرفها الدكتور نعيم الظاهر بأنها أي خلل قد يحصل في نظام المنظمة ويؤثر عليها و قد تشكل تهدا رئيسا على المنظمة، كما أن الأزمة تجعل أفراد المنظمة يشعرون بأنه من الصعب عليهم المحافظة على قيم المنظمة أو أهدافها أو حتى مواردها لأنه عندما تحدث الأزمة لا يكون هناك غالبا الكثير من الوقت لدى المنظمة لجمع المعلومات عن الأزمة واتخاذ القرارات قبل تفاقمها و اشار المنظمة.²

2- مفهوم إدارة الأزمة :

تعني إدارة الأزمة كيفية التغلب والتحكم بضغط الأزمة وتحويل مسارها واتجاهها بشكل إيجابي في مدة قصيرة، وتحقيق المنافع منها والحد من الأضرار بأدنى ما يمكن.³

إن عامل الوقت عند وقوع الأزمات يحمل بطياته تهديدا للمنظمة وقد تحمل أيضا فرص ثمينة لاستكشاف قدرات العاملين في المنظمة وإيداعهم وميذى تحملهم للمسؤولية ولاستكشاف المنظمة لذاتها وإمكانياتها ومكانتها، فالأزمات قد تكون مفيدة أو ضاره للمنظمة على حد سواء .

و أشار الدليمي إلى أن من أسباب ازدياد الاهتمام بإدارة الأزمات تغير المجتمع بسبب التطور التكنولوجي الذي أتاح نشر المعلومات بسرعة هائلة، وتطور القانون حيث أصبح اليوم المحامون يتنافسون في التطوع عبر وسائل الأعلام للدفاع عن حقوق الضحايا، وازدياد دور جماعات الضغط التي تسعى لرعاية مصالح فئة معينة من المجتمع كالعمال أو الأشخاص ذوي الدخل المنخفض مثلا والكشف عن المتسبب في حدوث الأزمات لهم، كما أن هناك عدة أمور أسهمت في ازدياد الاهتمام بإدارة الأزمات منها ازدياد وعي الإدارات في الشركات

¹ يوسف احمد ابو فارة : ادارة الازمات، المدخل، المفاهيم، العمليات، دار اثراء للنشر والتوزيع .الاردن ط1 2009، ص52

² نداء محمد ياسر الباقري: ادارة الازمات. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان. ط1، 2014. ص89

³ نعيم ابراهيم الضاهر : ادارة الازمات، دار جدارة للنشر والتوزيع، الاردن ط. 1 2009. ص 96

والملتقيات بأهمية العلاقات العامة، وتخصيص إدارات للتعامل مع الأزمات أسهم في ازدياد الاهتمام بإدارة الأزمات، ويتوعية العاملين¹.

المطلب الثاني: أنواع و خصائص الأزمة و نشوئها.

• انواع الازمات:

إن قيم الأزمة به أي أزمة وطريقة التعامل معها يعتمد بصورة كبيرة على درجة المعرفة نوع وطبيعة هذه الأزمة وعلى الرغم من تعدد وتنوع الأزمات، والتي تحدث فيها الكثير من العلماء والباحثين في مجال علم إدارة الأزمات، إلا أن الواقع أن تصنيف الأزمات يعتمد في الأصل في الجانب الذي ينظر منه إلي الحادثة وممن نطرق لهذا التنظيم الأنواع الأزمات (الشعلان)، حيث انه يصف أنواع الأزمات إلى ما يلي:²

- من حيث طبيعة الحدوث:

حيث اسمها إلى قسمين:

أزمة بفعل الإنسان، وهي الملك الأزمات الناتجة عن فعل إنساني مثل: التهديد بالغزو العسكري، وعمليات الإرهاب.

- ازمة طبيعية: وفي الأزمة التي لا دخل للإنسان في حدوثها مثل: الزلازل والبراكين، والجفاف، في 24 من حيث المستهدف والاعتداء:

: فكاء على شخصيات : أعتداء على ممتلكاتهم.³

- من حيث الهدف:

: إرهاب الطرف الآخر ، كتفجير الطائرات دون تحديد مطالب :

الأنوار كفرض مطالب معينة كشرط لإنهاء الأزمة 443 من حيث مسرح الجريمة .

أزمة خلقتها الظروف في مسرح الحادث كالذي يحدث عندما يطلب مختطف طائرة، الهبوط في مطار ما

للتزود بالوقود.⁴

أزمة حدد فيها مسبقاً مسرح الحادث الذي وقعت فيه.

- من حيث المصدر :

¹ محمود يوسف: تخطيط برامج الازمات، مجلة كلية الدراسات العليا، كلية الدراسات العليا باكاديمية مبارك للأمن، العدد التاسع القاهرة، يوليو 2003.

² مي عبد الله : نظريات الاتصال، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان ط1، 2006، ص126.

³ محمد عبد المجيد : البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، الطرق النظرية و الحقائق العلمية عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة ط1، 2005، ص56.

⁴ ماجد عبد الهادي المساعدة : ادارة الازمات، المدخل، العمليات. دار الثقافة للنشر والتوزيع .عمان ط. 1 2012، ص96،

العامّة

و أزمة مصدره كالذي يحدث عندما يتم تفجير معين في بلد ما لاعتبارات معينة لها أهميتها في بلد آخر. : أزمة لها جذورها في بلد الحادث وانما كانت سياسية أو غيرها.

- من حيث العمق:

أزمة سطحية شهر عميقة هامشية التأثير : أزمة عميقة جوهرية هيكلية التأثير .

- من حيث التكرار:

أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث. : أزمة فجائية عشوائية وغير متكررة .¹

- من حيث العدة:

: أزمت قصيرة الأمد يتم إخمادها والقضاء عليها في مدة قصيرة. : أزمت طويلة الأجل وهي التي تستهزر معالجتها لمدة طويلة

- من حيث الآثار:

. أزمت ذات آثار وخسائر بشرية .

أزمت ذات آثار وخسائر مادية : أزمت ذات آثار وخسائر معنوية و أزمت ذات آثار وخسائر سلطة.

- من حيث القصد:

أزمت عملية تحيكتها إحدى القوى ونفاها لتحقيق أهداف معلومة. : أزمت غير عمدية، واقعا نتيجة إهمال وسوء تقدير : أزمت قضاء وقشر، لا حيلة للإنسان فيها.

- من حيث مستوى المعالجة:

: أزمة محلية تتعلق بذولة واحدة، أو منشأة يعينيا، وتتطلب معالجة محلية. : أزمة إقليمية تتعلق بعدة دول في المنطقة، وتتطلب تنسيقا إقليميا لمواجهتها. و أزمة دولية تتعلق بعدة دول أجنبية، وتتطلب تنسيقا وجهود دولية.²

- الأزمت المنوية:

وهي ازمت ذات طابع نفسي، وشخصي، وغير ملموس، ولا يمكن الإمساك بأبعادها بسهولة، ولا يمكن رؤية أو سماع الأزمة، بل يمكن الشعور بها. ومن أمتها.

أزمة النفقة. : تدهون الولاد : عدم رضاء العاملين واستيائهم : يأس البعض : تدهور الانتهاء : انخفاض الروح المعنوية.

و الأزمت البسيطة او الحادة .

¹ -محمد الصيرفي: ادارة الازمت - مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع الاسكندرية ط. 1 ص189.

² ماجد عبد الهادي ، المرجع السابق ،120.

أ- الأزمات البسيطة:

وهي الأزمات خفيفة التأثير، ويسهل معالجتها بشكل قوي وسريع ومن أمثلة هذه الأزمات البيطة الإشعاعات الداخلية المحدودة و عملي تخريبي في بعض أجزاء الكيان الإداري. : إضراب عمال أحد الأقسام في الشركة ، وفاة مدير إدارة أو استقالته ، عطل في خط إنتاج.

ب- الأزمات الحادة وهي الأزمات التي تتسم بالشدّة والعنف وقهر الكيان الإداري للمنظمة وتقويض أركانها .

ومن أمثلة هذه الأزمات الحادة .

. حريق لكل مخازن الخامات والسلع الجاهزة : إضراب شامل لكل العاملين في الكيان الإداري : اعتصام الطيارين في شركة طيران : مظاهرات في كلة من الدولة.

• خصائص الأزمة:

تتصف الأزمة بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

- وجود نقص في البيانات و المعلومات في الثناء وقوع الأزمة بما ينعكس في صورة من عندهم وضوح الرؤية لدى صناع القرار، مما يؤدي إلى عدم القدرة على تحديد الاتجاهات المنبئة الصناعة القرارات الفاعلة.¹

- الأزمة تؤدي إلى أحداث مفاجأة كبيرة وعنيفة عند وقوعها وتجذب انتباه جميع الأطراف ذات العلاقة بالمنظمة أمشيرين وعاملين و موردين وزبائن و مجتمع).

- تعمم الأزمة بدرجة عالية من التعقيد والتداخل في العناصر والمسببات ودرجة عالية من التشابك والتناقض

بين أصحاب المصالح 'talksholders' وهذا يؤدي الى تغيرات جوهرية في طبيعية العلاقات القائمة، والى حدوث علاقات جديدة.²

- جود حالة من الرعب والخوف في المنظمة، وهذا ناجم عن عدم القدرة على تقدير ما يحمله المستقبل المنظمة، إلا أن هناك احتمالات وتوقعات سلبية كثيرة قد تعصف بها مستقبلا ملل تأثر سمعتها منها و فقدان بعض المديرين الجيدين لمواقع أثارية مهمة في المنظمة وزيادة حدة الصراع بين اطراف متعددة في المنظمة، والخسارة المالية والسوقية ربما وقوع الهيار كامل أو شبه كامل للمنظمة .

- محدودية المدة الزمنية للأزمة فالأزمة لا تمت العدة زمنية طويلة واذا امتدت فإنها لا تصح أزمة اما المدة الزمنية فإنها من الأمور المختلف عليها من الباطن، قهتك من الى ان هذه المدة لا تتجاوز ثماني ساعات و هناك من يرى أن المدة الزمنية اللازمة في ثلاثة أيام و هن من يرى أن هذه المدة قد تصل الي أسبوع أو أسابيع ويعتد طول هذه المدة ولفة لأراء الباحثين

¹ المرجع نفسه، 122.

² صباغ الزوهير النعيم : دور ادارة الموارد البشرية في ادارة الازمات، دراسة مقدمة الى المؤتمر الثاني لادارة الازمات والكوارث، جامعة عين شمس القاهرة 1997. ص115.

العامة

- على حجم المنظمة وطبيعة عملها " وجود حالة من الشعور بالحيرة والضعف وعدم قدرة صناع القرار على التعاطي مع الأزمة
- والتعامل معها، وعدم تأكدهم من جدوى ما يبذلونه من جهود في مواجهة الأزمة وهذا فان بعض صناع القرار قد يلجؤون الى الكذب.¹
- نظرا لانعدام حالة التوازن لدى صناع القرار (نتيجة لوقوع الأزمة) فانهم قد يصبحون تحت سيطرة الآخرين من المتخصصين ومن غير المتخصصين وهذا يعود الي ارتباك واضح في اتخاذ القرارات .
- ظهور بعض القوى التي تدعم الأزمة وتؤيد كل ما يقود الي تفاقمها ومن أهم هذه القوى اصحاب المسلم المعطلة أو المؤجلة، وأصحاب مشكلات سابقة لم تعالج مشكلاتهم بصورة جوهرية ويؤدي ظهور هذه القوى الى دعم شدة وعنفوان الأزمة تزداد المطالبات بضرورة أحداث تغييرات ادارية جوهرية في المنظمة .
- نتعرض مصالح المنظمة في ظل الأزمة الى تهديد وضغوطات كبيرة من جانب اطراف متعددة وهذه التهديدات والضغوطات تلحق الأذى والضرر بأهداف المنظمة وادائها واستقرارها ومعدلات نموها وحصتها السوقية.
- تؤدي الأزمة الظهور أعراض سلوكية مرضية في غاية الخطورة، ومن هذه الأعراض في سل المثال لا الحصر تفكر ما يلي به تفكك النسيج الاجتماعي وتفسخ العلاقات الاجتماعية. و التوتر والقلق وفقدان الدافع نحو العمل .

المطلب الثالث: إستراتيجيات إدارة الأزمة.

إستراتيجيات إدارة الأزمات هناك عدة أساليب استراتيجية لمواجهة الأزمات، فكل أزمة فا أسلوب للتعامل معها يختلف عن الأزمات الأخرى من ناحية الإمكانيات والموقف منها و التدابير المتخذة في:

- استراتيجية العنف :

يتم استخدام العنف مع الأزمة المجهولة حيث أن المعلومات عنها شحيحة وغير كافية، ويستخدم العنف أيضا في الأزمات التي تتعلق بالقيم والمبادئ، لذا لا بد من حصار الأزمة وتفكيك العناصر التي تتكون منها وقطع الإمدادات عنها.²

- استراتيجية وقف النمو :

¹ المرجع نفسه، 117.

² جرادات، عبد الناصر والشامي، لبنان . أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عتبان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009.ص99.

العامّة

تستخدم استراتيجية وقف النمو عند قبول وجود الأزمة حيث يتم بذل الجهد من أجل التقليل من تأثير الأزمة حتى لا تصل إلى الانفجار، كما في الأحوال التالية:

، عند مواجهة مجموعة قوى ذات تأثير على المجتمع كالرأي العام والجمهور.

• الإضرابات كالأضراب عن العمل فلا بد من الاستماع لهذه القوى والتفاوض معها لحل الأزمة.¹

- استراتيجية التجزئة:

تعتمد استراتيجية التجزئة على تقسيم الأزمة الكبيرة بشكل شامل وتحويلها إلى أجزاء صغيرة ليصبح التعامل معها يسيرا. وقد تؤدي التجزئة إلى التعارف في المصالح من ناحية تقسيمات الأزمة، وصراع القيادة على هذه الأجزاء، وهنا يتم تقديم إغراءات من أجل التفاوض .

- استراتيجية الإجهاض تعتمد استراتيجية الإجهاض على التأثير على الفكر وإفقاد الأسس التي يعتمد عليها مما يؤدي إلى عدم الاهتمام به، وبالتالي تنصرف بعض القوى عن هذا الفكر ويتم التخلي عنه تماما حيث يحدث إجهاض للفكرة التي تقوم عليها الأزمة مما يجعل الأزمة تضعف و تتلاشى.

استراتيجية دفع الأزمة للأمام تصبو استراتيجية دفع الأزمة للأمام إلى إثارة النزاع بين صناعات الأزمة عن طريق الإسراع في الأزمة ودفعها إلى مراحل متقدمة. وتستخدم هذه الاستراتيجية عند حدوث تضامن بين القوى غير المتشابهة للصناعة للأزمة.

-استراتيجية تغيير المسار تستخدم استراتيجية تغيير المسار مع الأزمات التي يصعب التعامل معها كالأزمات الشديدة والجارفة، و تعتبر هذه الاستراتيجية و كأنها عربة قيادة تغيير المسار الطبيعي للأزمة إلى مسار آخر بعيد عن اتجاهها.²

¹ المرجع نفسه ، ص 103.

² حزام فلاح. برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض: كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية 2010 ص 70.

المبحث الثاني: جهود العلاقات العامة في إدارة الأزمة.

المطلب الأول: دور العلاقات العامة في إدارة أزمة.

عتبر معالجة وإدارة الازمات من مسؤولية الادارة العليا بالدرجة الاولى، لكن العلاقات العامة يبقى لها الدور الرئيسي في عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ و المتابعة لهذه الازمات، لذا هناك عدة اجراءات يجب اتباعها عند حدوث الازمة والتي يمكن سردها كما يلي:

- عند وقوع اي حادث فان على الموظفين المعنيين اتخاذ الاجراءات اللازمة لمحاصرته ومعالجته اولا وقبل كل شيء.
- الاتصال فورا بمدير الامن و السلامة بالإضافة الى استدعاء الطبيب المناوب في عيادة
- الاتصال بمدير المصنع ومدير العلاقات العامة وابلغهما بما حدث وبالتفاصيل الكاملة عن عدد الوفيات او الاصابات وعن حجم الحادث و مسبباته .
- عقد اجتماع فوري للجنة الطوارئ لبحث الازمة و اقرار الحقائق المفروض التصريح بها .
- قيام مدير العلاقات العامة بالاتصال بأهالي المتضررين او المصابين لإبلاغهم بالحادث .
- قيام مدير العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الاعلام لإبلاغهم بتفاصيل الحادث مع مراعات عدم تحريف الحقائق او المبالغة فيها.¹

¹ لسعيد عبد الوهاب محمد: استراتيجية ادارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة - دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة ط 1 2006. ص125.

المطلب الثاني: إستراتيجية العلاقات عبر مراحل الأزمة.

1- العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة :

أحيانا يصبح الإعداد لمواجهة الأزمة أكثر صعوبة من مواجهتها فعليا، وتشير (مور) إلى أن إدارة الأزمة تعني توقع حدوثها، والعمل على منع نشوبها، وتري أنه يجب الخروج بإدارة ناجحة للأزمة من خلال :

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

خطوات لمنع حدوث الأزمة :

- وضع دليل إرشادي للأزمات المتوقعة
- وضع سياسات تستهدف تجنب وقوع الأزمات.
- تحديد الجماهير القابلة للتأثر بالأزمة ووسائل الاتصال بها بالسرعة اللازمة .
- تدريب متحدثين رسميين على التعامل مع وسائل الإعلام.

ومن العوامل الإجرائية التي يجب إعدادها في هذه المرحلة.

- فريق الأزمة : ومعناه مجموعة الإدارة المسؤولة عن الاتصال بالجماهير الداخلية والعالم الخارجي، وينبغي أن يتضمن فريق الأزمة تمثيلا لأعلى سلطة في المنظمة، لأن الأزمة تتطلب ردود أفعال غير عادية، ولذلك يجب تشكيل الفريق بقياس رئيس مجلس الإدارة للمنظمة، ومسؤولين تدفق الاتصال و العلاقات العامة و الشؤون القانونية و الأمن، وأخصائي النفس و الاجتماع، ومستشار من خارج المنظمة بينما يضم الفريق أعضاء أساسيين وأعضاء معاونين على النحو التالي:

- الفريق الأساسي: ويضم قائد الفريق، المتحدثون الرسميون، مراقب المعلومات، منسق وسائل الإعلام مسؤول تنفيذي، وفي بعض الأزمات الدولية، قد تحتاج المنظمة على الاستعانة بشركة متخصصة في العلاقات العامة

- الفريق المعاون: ممثل الشؤون القانونية، ممثل الأمن، ومستشار نفسي واجتماعي للتعامل مع الضحايا¹

¹ الشعلان، فهد أحمد: " إدارة الأزمات: الأسس - المراحل - الآليات " ، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2002، ص47.

العامّة

إجراءات وتدابير مرحلة ما قبل الأزمة:

أ- رصد بيئة عمل المنظمة :

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

- طبيعة نشاط المنظمة وخلفيتها التاريخية ونوعية الخدمات والمنتجات التي تقدمها.
- علاقة المنظمة مع مندوبي وسائل الإعلام في جوانبها الإيجابية والسلبية .
- مراجعة النشرات والتقارير التي تصدر عن المنظمة، والعمل على دعمها بالمعلومات الموثوقة .
- الاستيعاب الكامل للقوانين واللوائح المنظمة ودورها في المجتمع وكيفية توظيف هذه الجوانب في حالة التعرض للأزمة.¹
- دراسة جوانب دعم العلاقات مع الحلفاء وكسب العديد من المؤيدين للمنظمة وسياستها ومحاولة التعرف على الخصوم وكيفية التصدي لهم .
- مراجعة السجلات التي تحتوي على كافة الإحصاءات لتستخدم في مواجهة ما قد يثار من تساؤلات وانتقادات أثناء الأزمة .
- تجديد الجماهير المستهدفة : الهدف من تحديد الجمهور هو سرعة التعامل مع قطاعات المجتمع ذات الصلة بالمؤسسة وهم عادة : الجمهور الذي تؤثر فيه الأزمة .
- الذي يؤثر في المنظمة . المتورط في الأزمة .
- بناء الرسائل الاتصالية واختيار طرق الاتصال : تعتمد صياغة الرسائل الاتصالية على طبيعة الأزمة والمرحلة التي تمر بها والجمهور المستهدف ومن المهم.
- التفكير في صياغة هذه الرسائل وذلك لأنها تعتمد بالدرجة الأولى على خلفية المنظمة واستراتيجيات عديدة

¹ الأسمرى، عبدالعزيز سعيد. الإدارة الاستراتيجية للأزمات في ضوء الفكر الإداري المعاصر، الإسكندرية: دار الفتح للطباعة والنشر أمام كلية حقوق الإسكندرية.2012.ص52.

2- العلاقات العامة في مرحلة الأزمة:

تؤكد العديد من الدراسات و الأبحاث أن الأمر الذي يكون قيد الاهتمام أثناء الأزمة يتمثل في المعلومات، حيث أن قلتها تؤثر سلبا على مختلف الأطراف، وبالتالي فإن قدرة أخصائي العلاقات العامة في المنظمة على إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات الدقيقة والفورية وقنا لازمة تعطي مؤشرا مهما على فعالية المنظمة في إدارة الأزمة وخلق آثار إيجابية عن المنظمة لدى الجماهير ذات الصلة ، ولذلك سنحاول تحليل الأدوار الاستراتيجية للعلاقات العامة مع الأطراف التي تتعامل معها بالدرجة الأولى وهي وسائل الإعلام، كما سنحاول إدراك كيفية استخدام العلاقات العامة أثناء الأزمة إجرائيا.¹

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على العلاقات العامة في ادارة الازمة.

¹ جار الله، ماجد . جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، الرياض: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع. 2010. ص.66.

العامّة

ان نجاح العلاقات العامّة في ادارة الازمات يتوقف على عدة نواحي منها ما يتعلق بالمنظمة والادارة العليا بها ومنها ما يتعلق بالعلاقات العامّة وممارسيها وثقافتهم في ادارة الازمات وهي كالآتي:

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

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

- مدى كفاءة جهاز العلاقات العامّة بالمؤسسة، ومستوى الخبرة في التعامل مع الازمات، والتي قد تكون عائقا امام مسؤولي العلاقات العامّة في التخطيط للازمات.¹

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

- مركزية الادارة والتخطيط واتخاذ القرارات، والتي تعتبر الادارة العليا هي المسؤولة عن كل النواحي الادارية والاتصالية في حالة الازمات، زمن ثم لا يحق للعلاقات العامّة التصرف واتخاذ اي اجراءات في ادارة الازمة وقت حدوثها الا بتصريح من الادارة العليا، وهذا يتوقف على نواحي التنسيق والتخطيط والاستعداد قبل موقف الازمة.²

خلاصة الفصل:

ومن خلال كل ما تقدم نختم هذا الفصل بالقول أن الأزمة و كما سبق و تطرقنا اليه هي وضعية صعبة و معقدة، أو هي مجموعة احداث و ظروف مفاجئة تحتوي على تهديدات واضحة للوضع الراهن او الحالي تؤثر على المصالح العليا للبنى الاجتماعية و الاقتصادية

¹ الزلفي، وافي صالح. إدارة الازمات لدى مديري مدارس التعليم العام الحكومي والأهلي بمدينة الطائف رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم الفري. مكة المكرمة كلية التربية. 2012.ص52.

² المرجع نفسه ، 54.

العامّة

المختلفة، ولمواجهة هذه الوضعية الصعبة و المعقدة كان من اللازم على متخذي القرار وصانعيه تشخيص واقع الازمة اعتمادا على مجموعة من الحقائق والبيانات وتحليلها تحليلا معمقا لان لكل ازمة ابعاد مختلفة مرتبطة بطبيعتها ونوعها و أن كل ازمة تقريبا لها مقومات نجاح وأيضا اسباب للفشل لذلك فان الطريقة الانسب للتعامل مع الأزمة هي اعداد العدة لها جيدا، و هذه العدة بطبيعة الحال هي ما يعرف في عصرنا الحالي بإدارة الأزمات.

الفصل الثالث:

الإطار الميداني للدراسة

تمهيد:

بعد عرضنا للإطار النظري الذي يعتبر القاعدة الأساسية التي من خلالها نقوم ببناء الأسئلة التي نحاول إيجاد إجابات لها ، وإسقاطها على الجانب الميداني لمعرفة مدى تطابق المعلومات مع دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات ، و تحديدا في مركز البريد لولاية تيارت .

1- الجانب الميداني :

أولا: التعريف بالمؤسسة :

أولا : نبذة عن مركز بريد الجزائر : مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري ، تمخضت عن إنقسام قطاع البريد والمواصلات أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 43/02 الصادر بتاريخ 2012/01/14 ، من مهامه نقل وترحيل وتوزيع البريد ، طرود مالية متمثلة في سحب وتحويل المبالغ المالية ، تسيير الحسابات البريدية الجارية وخدمات صندوق التوفير والإحتياط والحوالات.

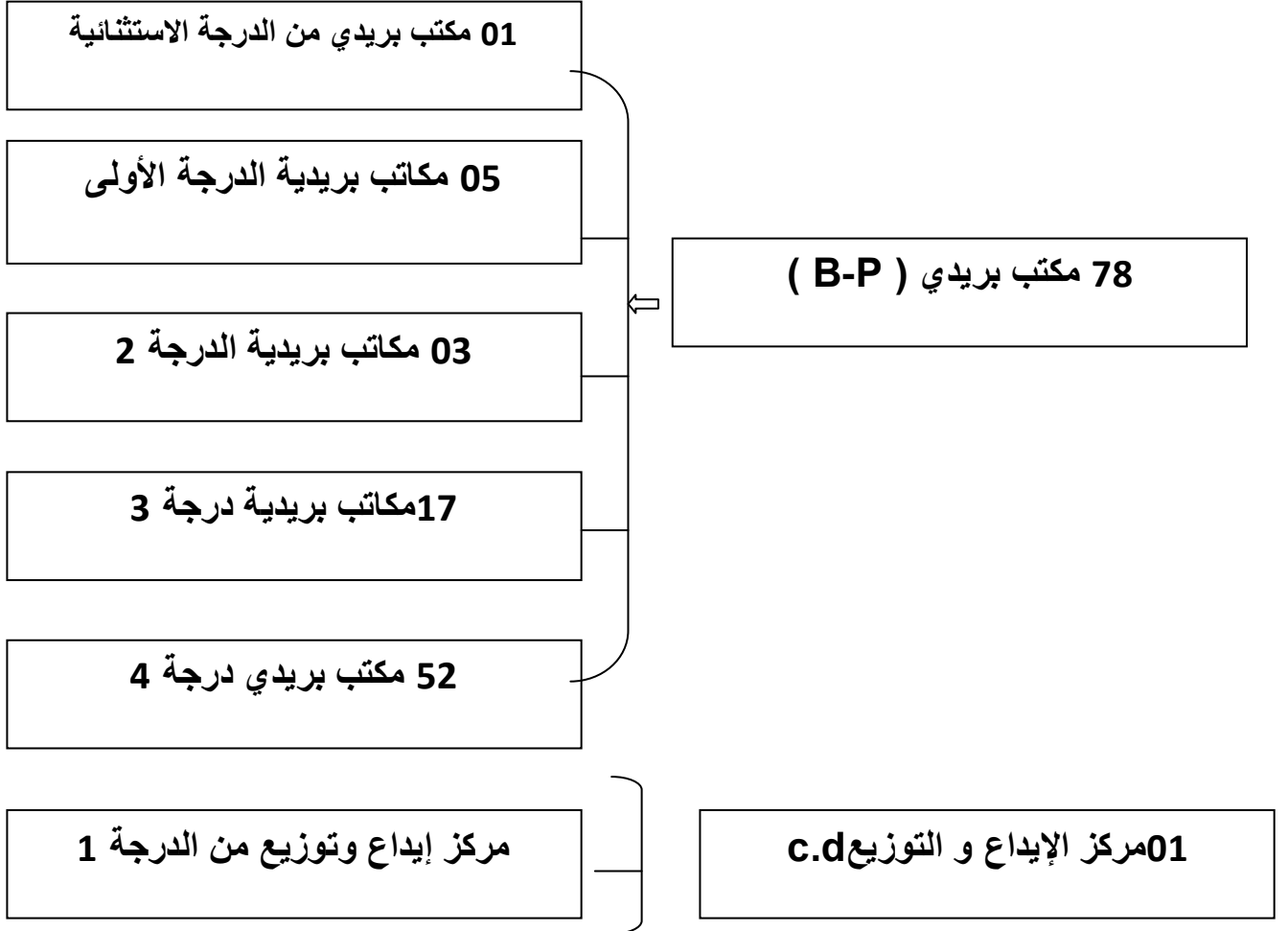
ثانيا : تعريف وحدة بريد الجزائر تيارت :

بموجب مرسوم تنفيذي 43/02 أنشأت مؤسسة بريد الجزائر وبعد تقسيم قطاع البريد و المواصلات ، أستحدثت الوحدة الولائية لبريد تيارت تحتوي الوحدة على طاقة بشرية هامة تعمل على الولاية ، تشغل 486 عامل بما فيها عمال المكاتب البريدية وسعاة البريد ، كما لها 78 مكتب بريدي على إختلاف درجاتها بالإضافة إلى مركز للإيداع والتوزيع للبعائث البريدية.

كما تتميز بموقع جغرافي إستراتيجي يسهل على المواطنين الوصول إليه في الجانب الجنوبي للمدينة بحي المنظر الجميل

الإسم : مركز البريد لولاية تيارت بوخاري مصطفى .

ثالثا : شكل يبين تقسيمات المكاتب البريدية لمركز الوحدة الولائية لبريد تيارت.



2 - تحليل بيانات أدوات الدراسة :

1-2 نتائج الملاحظة :

1-1-2 ملاحظات فيما يخص الوسط العام (المجتمع) :

من خلال ملاحظتي خلال القيام بهذه الدراسة واسترجاع بعض الملاحظات من الذاكرة عن أزمة السيولة في مراكز البريد التي تزامنت مع عدة أزمات أخرى و بالأخص الأزمة الصحية كورونا - كوفيد 19 -

-لاحظنا بأنه كانت طوابير من المواطنين في مراكز البريد وبالأخص في المركز المقامة به الدراسة

-إغلاق لبعض المراكز بسبب إعادة الترميم في إطار ما سمي بعصرنة الإدارات

-غلق المركز الرئيسي المقامة به الدراسة بسبب وجود حالات مؤكدة لفيروس كورونا بين العمال مما أدى إلى كثرة الضغط على المكاتب البريدية التابعة له ، ومن ثم تم ترميمه وإعادة فتحه لمدة تجاوزت السنة .

-إستحداث وطبع عملات جديدة مما أدى إلى نقص في السيولة بالمراكز البريدية نتيجة لتأخرها في التسوق داخل المجتمع .

1-2-2 ملاحظات فيما يخص ما قامت به إدارة العلاقات العامة من أجل إحتواء الأزمة :

-الإستعانة بالبنوك حيث تم بالسماح لمستعملي البطاقة الذهبية بإستخدام مكاتب الدفع الإلكترونية الخاصة بالبنوك .

- تغيير رزنامة المتقاعدين وتخصيص لهم أيام محددة من الشهر كل حسب رقمه الخاص من أجل سحب رواتبهم .

- توزيع السيولة بانتظام على الكاتب البريدية مع مراعاة المنطقة الجغرافية و الكثافة السكانية .

- زيادة ساعات العمل .

- الإستعانة بالأمن و المنظمات الخيرية و الجمعيات من أجل تنظيم الطوابير .

2-2 تحليل نتائج الإستبيان :

من أجل تحليل الإستبانة التي اعتمدت عليها في بحثي هذا ، كان علي تقسيمها إلى محاور ، كل محور يحتوي على أسئلة مثلتها بجداول وكل جدول خاص بسؤال يبين التكرار والنسبة المئوية لكل إجابة .

وكانت العملية الحسابية التي اعتمدت عليها كالتالي : (التكرار × النسبة المئوية) ÷ عدد العينة ..

تحليل نتائج البيانات الشخصية لعينة الدراسة :

الجدول رقم(1) يوضح متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
65%	13	أنثى
35%	07	ذكر
%100	20	المجموع

يبين الجدول التالي المسمى ب " جدول جنس المبحوثين " حيث بلغت نسبة الذكور العاملين بالمؤسسة 65% ناتجة عن 13 تكرار ، و نسبة الإناث 35% ناتجة عن 07 تكرارات ، و هذا ما يدل على أن نسبة الذكور العاملين بالمؤسسة أقل من نسبة الإناث .

الجدول رقم (2) يبين سنالمبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	السن
5%1	03	35-25
%55	11	46-36
%30	60	أكثر من 46
%100	20	المجموع

الجدول الثاني كان عبارة عن معرفة الفئة العمرية للعاملين بمؤسسة مركز بريد تيارت ، حيث كانت الفئة العمرية الغالبة هي الفئة ما بين 36 و 46 سنة حيث قدرت النسبة بـ 55% ، و الفئة الثانية ما بين 25- 35 سنة بنسبة 15% مثلت أقل نسبة ، أما عن فئة أكثر من 46 سنة مثلت 30% ناتجة عن 06 تكرارات .

للدراسة

الجدول رقم(3) يبين المستوى التعليمي للمبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
35%	07	ثانوي
60%	12	جامعي
5%	01	متوسط
%100	20	المجموع

مما لا شك فيه أن مؤسسة كبريد الجزائر بتيارات يجب أن تحتوي على عاملين ذو شهادات مختلفة ، و هذا ما ظهر في الجدول أعلاه الخاص بالمؤهل أو المستوى التعليمي ، حيث أكثر من نصف العاملين ذو مستوى عالي جامعي بنسبة بلغت 60 % ، أما عن المستوى الثانوي تجلت نسبته في 35% ناتجة عن 07 تكرارات ، و أدنى نسبة كانت 05% الموافقة للمتوسط .

للدراسة

الجدول رقم(4) يبين الخبرة المهنية للمبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة المهنية
15%	03	أقل من سنتين
3%	06	05 سنوات
55%	11	أكثر من 05 سنوات
100%	20	المجموع

يمثل الجدول أعلاه نسبة الخبرة المهنية للعاملين داخل المؤسسة حيث مثلت نسبة أكثر من 05 سنوات أكبر نسبة قدرت بـ 55% ، و أقل من سنتين مثلت أدنى نسبة تقدر بـ 15% حيث توسطت نسبة 30% الإجابات عن الخبرة المهنية ، و التي مثلت 05 سنوات ، و هذا ما يدل على أن المؤسسة تعتمد على العاملين ذو الخبرة المهنية جيدة .

وهذا ما يدل على أن المؤسسة تعتمد على الخبرة المهنية للعمال ، مما يؤدي إلى نجاح سير المؤسسة داخليا أو خارجيا .

الجدول رقم (05) وظيفة العاملين :

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
5%2	05	رئيس مكتب أو مصلحة
0%1	02	عون
5%6	13	مساعد إداري
%100	20	المجموع

يمثل هذا الجدول و التابع للصفات الشخصية ، ما هي وظيفة العاملين داخل المؤسسة حيث أدرجنا تحته إختيارات و كانت الإجابة كالآتي : حيث كانت نسبة مساعد إداري 65% أعلنسبة ، و هذا طبيعي لأنها تحتاج لهذا الكم من العاملين المساعدين داخل المؤسسة ، أما نسبة الأعوان تمثلت في 10% ، و هذا يدل على أنها إعتمدت على نسبة لا بأس بها من الأعوان ، و كانت نسبة 25 % كافية لتغطية جميع رؤساء المصالح و المكاتب داخل المؤسسة نظرا لتعدد أقسامها .

المحور الأول : شكل وظيفة العلاقات العامة على مستوى مركز بريد تيارت.
الجدول رقم(6)يبين إن كان يوجد مكتب خاص بالعلاقات العامة .

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
70%	14	نعم
3%0	06	لا
100%	20	المجموع

تحولت الإجابة على هذا السؤال من استمارة عادية إلى استمارة بالمقابلة ، و بعد شرح العلاقات العامة لهم بأنها وظيفة مشابهة للمكلف بالإعلام ، فكانت نسبة 70% ، أنه هناك مكتب خاص بالعلاقات العامة ، و النسبة المتبقية والتي قدرت ب 30% لا وجود لهذا المكتب ، ومن خلال دراستنا للجدول نستنتج بأنه يوجد مكتب و وظيفة للعلاقات العامة .

للدراسة

الجدول رقم(7) يبين دور الوظيفة في إدارة الأزمات:

النسبة المئوية	تكرار	البدائل
60%	12	نعم
40%	08	لا
100%	20	المجموع

يرى 60% من العمال أن وظيفة العلاقات العامة لها دور فعال في إدارة الأزمات التي تواجه المؤسسة ، أما 40% من العمال يرون العكس بأنه لا توجد فاعلية لهذه الوظيفة في إدارة الأزمات ، حيث أن للعلاقات العامة دور كبير في نظر المبحوثين وذلك عن طريق الفعل ورد الفعل بين العاملين وليسة وظيفية قائمة في حد ذاتها وهذا ما لمسناه في ملاحظتنا ، ومقابلتنا عند طرح الإستبيان .

للدراسة

الجدول رقم(8)يبين المسؤول عن العلاقات العامة :

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
10%	02	مدير
35%	07	رئيس مصلحة
5%5	11	مكلف بالإعلام
100%	20	المجموع

في الجدول الثامن يرى المبحوثين أن المسؤول عن العلاقات العامة داخل مركز بريد تيارت هو المكلف بالإعلام داخل المؤسسة بنسبة فاقت النصف و المقدرة ب 55% ، و أن رؤساء المصالح في هذه الوظيفة يمثلون 35% ، ونسبة 10% ، كانت على الإختيار الأول وهو المدير ، وهذا لأن العاملين يعتقدون أن المكلف بالإعلام هو المسؤول الأول عن التواصل بين العاملين في المؤسسة داخليا وخارجيا .

للدراسة

الجدول رقم (9) يمثل تخصصات المسؤول عن العلاقات العامة :

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
45%	09	إتصال علاقات عامة
4%	08	إعلام و إتصال
1%	03	أخرى
100%	20	المجموع

الجدول التاسع يبين إجابة المبحوثين على ما هو تخصص المسؤول عن وظيفة العلاقات العامة ، و كانت نسبة الإتصال و العلاقات العامة أكبر نسبة ب 45% ، يليها تخصص الأعلام و الإتصال بنسبة 40% ، وتخصصات أخرى قدرت بنسبة 15%.

المحور الثاني : دور وظيفة العلاقات العامة في التعامل مع أزمة السيولة على مستوى مركز بريد تيارت .

الجدول رقم(10)يبين الأطراف الفاعلة في التعامل مع أزمة السيولة :

النسبة المئوية	التكرار	الأطراف الفاعلة في التعامل مع أزمة السيولة داخل المؤسسة
5%1	30	المدير
0%3	06	الموظفين
%40	08	رؤساء أقسام
%15	03	المكلف بالعلاقات العامة
%100	20	المجموع

لكل مؤسسة أطراف فاعلة في التعامل مع الأزمات ، حيث كانت في مؤسسة بريد الجزائر تيارت نسبة 40% الممثلة ب رؤساء الأقسام هيالفاعلة في التعامل مع أزمة السيولة ، و 30% من الإجابات تمثلت في الموظفين و 15% لكل من المدير و المكلف بالعلاقات العامة .

للدراسة

الجدول رقم (11) يمثل تشكيل خلية لمواجهة الأزمة :

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
%75	15	نعم
%25	05	لا
%100	20	المجموع

قراءة الجدول رقم 11 : يبين لنا الجدول في الأعلى أن هناك نسبة كبيرة كانت إجابتها بأنه هناك تشكيل لخلية الأزمة قدرت ب 75 بالمئة ، ونسبة 25 بالمئة كانت إجابتها بأنه لا يوجد تشكيل لخلية الأزمة .

الجدول رقم (12) حول إن العاملون يتلقون تدريب لمواجهة الأزمة:

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
70%	14	نعم
30%	06	لا
100%	20	المجموع

على حسب الجدول المبين هناك تدريب للعاملين على مواجهة الأزمة داخل المؤسسة وكانت نسبتها ب 70 بالمئة ، ونسبة 30 بالمئة كانت بأنه لا يوجد تدريب للعاملين على مواجهة الأزمة .

المحور الثالث : وسائل الإعلام و الإتصال المستخدمة كوظيفة لإحتواء أزمة السيولة بالمؤسسة .

الجدول رقم (13) يبين وسائل الإتصال المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
00%	00	مؤتمرات
25%	05	ندوات
40%	08	لوائح إعلامية
35%	07	ملصقات
100%	20	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن المؤسسة تعتمد على اللوائح الاعلانية أكثر بنسبة 40 بالمئة و الملصقات بنسبة 35 بالمئة ، و كذا تعتمد المؤسسة على الندوات بنسبة 25 بالمئة ، كما أن المؤسسة لا تعتمد بتاتا على المؤتمرات .

وهذا لأن اللوائح لها القدرة إيصال المعلومة بسرعة سواء للعاملين داخليا أو للمتعاملين مع المؤسسة .

الجدول رقم(14)يبين وسائل الإعلام المستخدمة في التعامل مع الأزمة :

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
45%	09	سمعية بصرية
55%	11	المكتوبة
100%	20	المجموع

كانت نسبة 55 بالمئة أن الوسائل المستعملة إعلاميا في في المؤسسة هي وسائل الإعلام المكتوبة ، و نسبة 45 بالمئة لوسائل الاعلام السمعية البصرية مما يدل على أن المؤسسة تستخدم و تعتمد على الوسائل المكتوبة أكثر من السمعية البصرية

الجدول رقم(15)يبين نسبة الوسائل الإلكترونية المستعملة في التعامل مع الأزمة :

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
45%	09	النشر في موقع خاص
15%	03	النشر في مواقع التواصل الاجتماعي
40%	08	الشبكة الداخلية
100%	20	المجموع

قراءة الجدول رقم 15 : على حسب ما يبينه الجدول من خلال إجابة المبحوثين أن نسبة النشر في الموقع الخاص للمؤسسة هي أعلى نسبة مما تؤكد على إستعمال موقع خاص بها للنشر بنسبة 45% ، كما تعتمد المؤسسة على الشبكة الداخلية لها بنسبة 40%.

للدراسة

الجدول رقم(16)يبين من يقوم بإنتاج المنتوجات الإعلامية .

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
100%	20	المكلف بالإعلام
00%	00	أخرى
100%	20	المجموع

على حسب إجابات المبحوثين أن المكلف بالإعلام في مؤسسة البريد تيارت هو من يقوم ب إنتاج المواد الإعلامية لمواجهة الأزمات و أزمة السيولة وذلك بنسبة 100% حيث يقوم المكلف بالإعلام بتصميم الملصقات والإعلانات والنشر في الموقع الخاص بالمؤسسة .

المحور الرابع : أهمية العلاقات العامة داخل مركز البريد تيارت وأهم الحلول التي تقدمها لإحتواء أزمة السيولة .

الجدول رقم(17)يبين نسبة دراية العاملين بالعلاقات العامة :

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	09	45%
لا	11	%55
المجموع	20	%100

النسبة التي يبينها الجدول لم تكن متفاوتة كثيرا ، فهناك نسبة 45%على دراية بالعلاقات العامة : ونسبة 55% ليس لها دراية بالعلاقات العامة .

في نظر المبحوثين أن العلاقات العامة هي عبارة عن ممارسة يومية بين الموظفين داخل المؤسسة أو خارجها ، لذلك كان الإختلاف بينهم في وجودها من عدمه ، فطرف يفسرها كجهاز قائم في المؤسسة يرى أن لا وجود لها ، وطرف ثاني يفسرها كممارسات يومية بينهم يرى أنها موجودة .

للدراسة

الجدول رقم(18)يبين نسبة العمل بالعلاقات العامة وأهميتها :

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
%65	13	نعم
%35	07	لا
%100	20	المجموع

للعلاقات العامة أهمية كبيرة في المؤسسة : وهذا ما تبينه إجابة المبحوثين من خلال الجدول بنسبة %65 : ومثلت نسبة %35 عدم العمل بها .

من خلال ما بينه الجدول أن هناك وجود للعلاقات العامة ، هي حقا نسبة حقيقية وموجودة ولكن ليست مجسدة كجهاز قائم بحد ذاته وإنما هي ممارسة وأفعال يومية تشكل لنا وجود للعلاقات العامة داخل مركز البريد .

الجدول رقم(19) يبين في ماذا تكمن أهمية العلاقات العامة :

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
داخلية	06	%30
خارجية	06	%30
معا	08	%40
المجموع	20	%100

يبين الجدول بأن أهمية العلاقات العامة تكمن في كونها داخلية و خارجية معا بنسبة %40 وهذا شئ طبيعي : و نسبة %30 لكل من داخلية و خارجية منفردين .

كونها داخلية لأن هناك تنسيق جيد بين الموظفين ، وهناك إتصال داخلي أفقي و عمودي تعتمد عليه المؤسسة من أجل التعامل مع مثل هذه الأزمات وغيرها .

أما عن كونه خارجي وما أكده لنا الجدول و الملاحظة سابقا فله المؤسسة إتصال خارجي جيد وهذا ما نتج عنه إستجابة بعض المؤسسات للمسلعة في إحتواء الأزمة .

الجدول رقم(20)يبين إن كانت الحلول كافية لمواجهة أزمة السيولة داخل المؤسسة ، المقدمة من طرف العلاقات العامة كوظيفة :

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	%60
لا	08	%40
المجموع	20	%100

قراءة الجدول رقم 20 : تساهم الحلول التي تقدمها العلاقات العامة بنسبة نجاعة فاقت النصف وذلك ب %60 ، ونسبة %40 لعدم كفايتها و نجاعتها

تحليل الإجابة رقم واحد وعشرين -21- من الاستمارة :

رأيت بأن هذه الاجابة لايمكن أن أحصرها في جدول لأنها كانت عبارة عن مجموع الحلول التي قدمها لنا الباحثين من أجل حل أزمة السيولة واحتواءها و كانت مقترحاتهم كالتالي :

-تحديد رزنامة ثابتة لدفع الأجور من قبل المؤسسات المستخدمة .

- إبرام صفقات تعاونية مع البنوك .

- إستعمال مكاتب الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة الذهبية .

- التحكم في توزيع السيولة على مكاتب البريد .

- عدم صب رواتب العمال في يوم واحد .

3- معالجة و مناقشة نتائج الدراصة بالفرضيات:

الفرضية الأولى:

-هناك علاقات عامة تساهم في حل أزمة السيولة في مركز البريد تيارت

من نتائج دراستي لأدوات البحث من ملاحظة وتحليل لنتائج الإستبيان ، تبين أن هناك أهمية للعلاقات العامة في إدارة الأزمة داخل المؤسسة وهذا ما بينته الجداول رقم 18- 19 20 مما نستنتج أن هناك إدارة للعلاقات العامة في إدارة أزمة السيولة بشكل كبير ، حتى ولو لم يطلق عليها ب مفهومها الخاص كوظيفة وإنما كان وجود لها في الوسط الداخلي للمؤسسة ، أي كانت عبارة عن أعمال عفوية يقوم بها العمال داخل و خارج المؤسسة كما تجلى وجود للعلاقات العامة في التعامل مع الأزمة خارجيا في إتصالات من المكلف بالعمال مع مؤسسات أخرى من أجل المساعدة فيما بينهم لإحتواء الأزمة وهذا ما تؤكد ملاحظتنا وعلومات من طرف العمال في وجود مؤسسات فاعلة في الوسط للمساعدة كالجمعيات والمنظمات .

الفرضية الثانية:

ترى الفرضية الثاني أن وسائل الإعلام تساهم في معالجة الأزمة ماتم إستنتاجه من خلال المحور الرابع للإستبيان أن هذه الفرضية تحققت بنسبة لا بأس بها و ذلك من خلال قراءة الجداول في المحور ، حيث اعتمدت المؤسسة على النشر في الموق الخاص بها لإخطار الجمهور الخارجي بالأزمة و العمال بالوسائل الإتصالية وإنتاج مواد إعلامية ، و هذا تعتمد عليه البنائية الوظيفية من خلال إرتكازها على المجتمع وتوازنه ومن خلال دراستنا للفرضيات و مقارنتها بالدراسات السابقة فإن نتائجها متقاربة ، فدوما نجد أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في التعامل و إدارة الأزمات .

4- خلاصة الجانب التطبيقي :

العلاقات العامة في إدارة الأزمات من المواضيع التي لقت رواجاً كبيراً في العصر ، إلا أنها تبقى محدودة في الجزائر لأن مفهومها بنسبة للمؤسسة ليس علم أو وظيفة قائمة بحد ذاتها يمكن الإعتماد عليها في حل وإحتواء الأزمات المختلفة ، كما هو معمول به في مختلف مناطق العالم ، وأهم نقطة حققتها الدراصة هي أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في التعامل مع مختلف الأزمات التي تصيب المؤسسة

5- النتائج العامة للدراسة :

ككل دراسة تنتهي بنتائج عامة فإن لهذه الدراسة نتائج استخلصتها من خلال مروري بفصولها وإطارها التطبيقي وهي كالتالي :

-العلاقات العامة أهمية كبيرة في إدارة الأزمات

- الأزمة مثل ما هي مشكل يخل بالمؤسسة ، قد تكون حافز إيجابي يقوم بها إلا ما هو أحسن

- نقص كفاءة العاملين في العلاقات العامة تشكل عائق في المؤسسة ما يؤدي إلى تدهور وضع المؤسسة .

- إن وجود جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يساعد على احتواء الأزمة

- اعتماد المؤسسة على الاجتماعات لحل الأزمة غير كاف ، إنما عليها العمل بوسائل الإعلام و الوسائل المتعددة والنشر في أكثر من موقع .

- في الأخير للعلاقات العامة مكانة هامة في المؤسسة رغم أنها غير مجسدة كوظيفة أو جهاز في الهيكل التنظيمي لها .

6- توصيات ومقترحات:

بعد نهاية هذه الدراسة المتمثلة في دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات ومن خلال إجراء التطبيق الميداني وتواجدي في مؤسسة مركز البريد لولاية تيارت ، خرجت ببعض التوصيات التي تتطلب من المسؤولين التركيز عليها والإهتمام بها وهي كالتالي .

- ضرورة العمل بإدارة العلاقات العامة وخلق جهاز خاص بها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة

- يجب أن يكون هناك تنسيق مع مختلف الجهات التي من شأنها المساعدة في التعامل مع الأزمة

- على المؤسسة العمل ببرنامج خاص بالجمهور الخارجي وكذا الداخلي لإخطارهم بالأزمة وأسبابها .

- يجب تشكيل خلية أزمة من التعامل معها في كل مراحلها

- إجراء دورات تكوينية من أجل تدريب العاملين على التعامل مع الأزمة .

خاتمة

خاتمة :

مما لا شك فيه أن في نهاية هذه الدراسة كان علي أن أسننها على خاتمة عامة ، حيث سلطت الضوء في هذه الدراسة على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات الخدمائية وكنموذج درست أزمة السيولة في مركز البريد تيارت ، وبينت هذه الدراسة أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في المؤسسة ، على الرغم من أنه غير واضح ومجسد في المؤسسة كجهاز أو وظيفة في هيكلها التنظيمي ، ويرجع هذا إلى المسؤولين وعدم وجود الكفاءات المهنية القادرة على خلق جهاز لها لدراسة الأزمة والتنبؤ بها ، مما يسمح لممارسي العلاقات العامة بتفادي الأضرار التي تنجم عن الأزمة .

إلا أنه لمست الكثير من الأفعال الإيجابية داخل المؤسسة ، إنطلاقا من إعتماها على خطوات ونشاطات العلاقات العامة في التعامل وتسيير الأزمة ، حيث أن الكثير من المؤسسات بما فيها مركز البريد لولاية تيارت تعتمد على سياسة الفعل ورد الفعل وهذا ما أثر فعلا على عدم إنسجام وضائف العلاقات العامة مع مراحل الأزمة .

وكما تبين من خلال دور العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة فهي تقوم بعمليات البحث والتخطيط ، وأثناء الأزمة تقوم بالتنفيذ والتنسيق والإتصال ، أما في مرحلة ما بعد الأزمة تقوم بإجراء المتابعة والتقييم وإصلاح الخلل ، هذا ما لم نلمسه بنسبة عالية في الدراسة من خلال تحليلنا للنتائج .

ومما سبق ذكره من نتائج عامة للدراسة فإن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في تحقيق الإتصال في الوسط الداخلي والخارجي للمؤسسة من أجل التعامل مع الأزمة وإدارتها .

كما لا نستطيع أن نجزم بأن ماتم التوصل إليه في هذه الدراسة بمثابة إحتواء كامل للأزمة من طرف المؤسسة ، إنما قد يمثل محاولة مكنتنا من معرفة جزء صغير من ظاهرة أو حالة قد يختلف فيها الكثير من الباحثين والدرسين لموضوع الأزمة والعلاقات العامة .

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

• قائمة الكتب :

- 1- احسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الإجتماع ، جامعة الإسكندرية ، ط 6 ، 2014 ،
- 2- الأسمرى، عبدالعزيز سعيد. الإدارة الاستراتيجية للأزمات في ضوء الفكر الإداري المعاصر، الإسكندرية: دار الفتح للطباعة والنشر أمام كلية حقوق الإسكندرية. 2012. ص52.
- 3- إقديري علي عبد المجيد ، إتصال الأزمة وإدارة الأزمات ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2011، ب ط
- 4- جار الله، ماجد . جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، الرياض: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع. 2010. ص66.
- 5- جرادات، عبد الناصر والشامي، لبنان . أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عتبان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009.
- 6- حسين عماد مكايي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع القاهرة، ط 1، 2006.
- 7- حسين محمد جواد الجبوري : منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار وفاء للنشر و التوزيع، عمان ط1. 2012. .
- 8- درحيم يونس كرو العزاوي ، منهج الحث العلمي دار دجلة ناشرون ، ط 1 ، 2008 ،
- 9- دسهيل رزق ذياب ، مناهج البحث العلمي ، غزة فلسطين ، 2003
- 10- زياد محمد الشيطان وعبد الغفور السلام: مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع .القاهرة، ط 1. 2001.
- 11- زيد منير عبوي: ادارة الازمات. دار كنوز للنشر والتوزيع ط 1 عمان 2006.
- 12- سعد الحاج بن جخل ، العينة والمعينة مقدمة منهجية قصيرة جدا، دار البداية ناشرون، عمان، ط1، 2019
- 13- السعيد عبد الوهاب محمد: استراتيجيات ادارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة - دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة ط 1 2006.
- 14- الشعلان، فهد أحمد: " إدارة الأزمات: الأسس – المراحل – الآليات" ، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2002.
- 15- صالح ابو اصبع : تسيير ابو عرجة - الاتصالات و العلاقات العامة، الشركة العربية المحددة للتسويق و التوريدات.
- 16- صباغ الزوهير النعيم : دور ادارة الموارد البشرية في ادارة الازمات، دراسة مقدمة الى المؤتمر الثاني لادارة الازمات والكوارث، جامعة عين شمس القاهرة 1997.

قائمة المصادر و المراجع

- 17- طارق شريف يونس : ادارة العلاقات مفاهيم ومبادئ وسياسات، كلية الادارة والاقتصاد جامعة الموصل ، اثناء للنشر و التوزيع. ط1- 2008 .
- 18- عبد الرزاق محمد الدليوي: العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر و التوزيع عمانط1، .
- 19- عبد الله إبراهيم ، البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، نشر المركز المغربي الدار البيضاء ، المغرب ، الطبعة 2 ، 2011.
- 20- العماري عباس رشدي : ادارة الازمات في عالم متغير، مركز الازمات للترجمة والنشر القاهرة ط. 1 ، 1993 .
- 21- غريب عبد السميع غريب : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع. الاسكندرية. 2006.
- 22- غسان داود اللامي ، إدارة الأزمات والتطبيقات ، نشر بشكل إلكتروني من قبل مكتبة نيبور الإلكترونية ، 2015 ،
- 23- لحسن عبد اللهباشوية : وعدنان هاشم السامرائي، البحث العلمي مفاهيمه، اساسياته، تطبيقاته مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان – الاردن ط. 2 ، 2005.
- 24- لحسن عبد اللهباشوية : وعدنان هاشم السامرائي، البحث العلمي مفاهيمه، اساسياته، تطبيقاته مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان – الاردن ط. 2 ، 2005.
- 25- لسعيد عبد الوهاب محمد: استراتيجية ادارة الازمات والكوارث - دور العلاقات العامة - دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة ط 1 2006..
- 26- ماجد عبد الهادي المساعدة : ادارة الازمات، المدخل، العمليات. دار الثقافة للنشر والتوزيع .عمان ط. 1 ، 2012.
- 27- محمد الصيرفي: ادارة الازمات - مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع الاسكندرية ط. 1 .
- 28- محمد عبد المجيد : البحث العلمي في تكنولوجيات التعليم، الطرق النظرية و الحقائق العلمية عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة ط 1 ، 2005.ص56.
- 29- محمود يوسف: تخطيط برامج الازمات، مجلة كلية الدراسات العليا، كلية الدراسات العليا باكاديمية مبارك للأمن، العدد التاسع القاهرة، يوليو
- 30- مي عبد الله : نظريات الاتصال، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت ،لبنان ط1، 2006.
- 31- نداء محمد ياسر الباقري: ادارة الازمات. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان. ط1، 2014..
- 32- نعيم ابراهيم الضاهر : ادارة الازمات، دار جدارة للنشر والتوزيع ،الاردن ط. 1 2009.

قائمة المصادر و المراجع

33- هباس رجاء الحربي، العلاقات العامة و الادارة العليا، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردن عمان ، ط 1 -2012 .

34- يوسف احمد ابو فارة : ادارة الازمات، المدخل، المفاهيم، العمليات، دار اثراء للنشر والتوزيع .الاردن ط1 ،2009.

المذكرات :

1- مختار جلولي الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية دراسة ميدانية مقارنة بين جريدتي الخبر والشروف حول أزمة غرداية ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة باتنة 1 ، 2016-2017

2-لزلفي، وافي صالح. إدارة الأزمات لدى مديري مدارس التعليم العام الحكومي والأهلي بمدينة الطائف رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم الفري. مكة المكرمة كلية التربية 2012.

3-حزام فلاح. برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض: كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية 2010.

• المجالات :

1- حميد شتا نبيل ، البنائية الوظيفية أو دراسة الواقع أو المكان ، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية ، العدد 05 ، جامعة 20 أوت 1955 ، سنة 2010.

* المواقع الإلكترونية :

1-<https://ar.triangleinnovationhub.com> ، 2021/06/17 11:21

2-<https://ar.M.wikipedia.org>،12:20 2021/06/17

الملاحق

جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
تخصص اتصال وعلاقات عامة

إستمارة استبيان حول موضوع

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات

دراسة ميدانية بمركز البريد تيارت نموذج أزمة السيولة

ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص إتصال و علاقات عامة

إشراف :

د/ مداح خالدية

إعداد الطالب:

*بلعسل رابح

ملاحظة: هذا الإستبيان يدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة، المرجو منكم الإجابة عن الأسئلة الواردة ضمنه بوضع علامة × أمام الإجابة التي ترونها مناسبة، ونؤكد أن هذه الإجابات لن يتم استخدامها إلا في إطار البحث العلمي.

الموسم الجامعي:

2021/2020

الصفات الشخصية:

- 1- الجنس: أنثى ذكر
- 2- السن: 35-25 46-36 أكثر من 46
- 3- المستوى التعليمي أو المؤهل:
- 4- الخبرة المهنية: أقل من سنتين 5 سنوات أكثر من 5 سنوات
- 5- الوظيفة:

المحور الأول: شكل وظيفته العلاقات العامة على مستوى مركز البريد تيارت

- 6- هل يجد مكتب بالعلاقات العامة: نعم لا
- 7- في نظرك هل ترى أن لوظيفة العلاقات العامة دور فعال في إدارة الأزمات التي تواجه مديرية مركز البريد تيارت: نعم لا
- 8- من المسؤول عن مكتب وظيفة العلاقات العامة أو المكلف بالإعلام: مدير رئيس مصلحة مكلف بالإعلام
- 9- ما هو تخصص المسؤول عن وظيفة العلاقات العامة: إتصال و علاقات عامة إعلام و إتصال أخرى تذكر

المحور الثاني: دور وظيفة العلاقات العامة في التعامل مع أزمة السيولة على مستوى مركز البريد تيارت

- 10- ماهي الأطراف الفاعلة في التعامل مع أزمة السيولة داخل مركز البريد تيارت
- المدير - رؤساء الأقسام
- الموظفين - المكلف بالعلاقات العامة
- 11- هل تشكلون خلية لمواجهة الأزمة داخل المؤسسة نعم لا
- 12- هل يتم تدريب العاملين على مواجهة الأزمة نعم لا

المحور الثالث: وسائل الإعلام و الإتصال المستخدمة من طرف العلاقات العامة كوظيفة لاحتواء أزمة السيولة داخل مركز البريد تيارت .

13- ماهي وسائل الاتصال التي تستخدمها مؤسسة مركز البريد تيارت لاحتواء أزمة السيولة

مؤتمرات - ندوات

لوائح إعلانية - ملصقات

14- ماهي وسائل الإعلان التي تستخدمها المؤسسة في التعامل مع أزمة السيولة
-سمعية بصرية

تلفزيون - تخصيص حصص إذاعية

- مكتوبة

صحافة

إعلانات

تصميم حملات إرشادية

15- ماهي الوسائل الإلكترونية المستعملة في التعامل مع أزمة السيولة في مركز البريد تيارت

نشر في الموقع الخاص - في مواقع التواصل الإجتماعي

الشبكة الداخلية

16- من يقوم بإعداد المنتج الإعلامي للتعامل مع الأزمة

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

المحور الرابع: أهمية وظيفة العلاقات العامة في مركز لبريد تيارت وأهم الحلول التي تقدمها لاحتواء الأزمة .

17- ماهي العلاقات العامة في نظرك

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

18- هل ترى بأنه من الأحسن العمل بالعلاقات العامة داخل المؤسسة

لا نعم

19- هل تكمن أهمية العلاقات العامة في كونها

داخلية

- خارجية

- معا

20- هل الحلول التي تقدمها و وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة من أجل إحتواء الأزمة كافية و ناجحة في نظرك

أحيانا

لا

نعما

21- ماهي الحلول التي تقترحها كموظف لإحتواء أزمة السيولة في مركز البريد تيارت

.....

.....

.....

.....

. . .

ملخص الدراسة:

كانت هذه الدراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، فرع إعلام وإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة ، المسماة ب دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات دراسة ميدانية في مركز بريد تيارت ، نموذج أزمة السيولة .

من إداد الطالب بلعسل رابح وتحت إشراف الأستاذة مداح خالدية .

حيث كان تساؤلها الرئيسي ماهو دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات وكيف تعاملت مع أزمة السيولة .

كما تم في هذه الدراسة إختيار منهج دراسة حالة وعينة بحثية من مجتمع البحث ، والإستعانة بأدوات الدراسة من إستبانة وملاحظة ، وجل النتائج التي توصلت إليها هي أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في التعامل مع الأزمة و دراستها ، رغم أنها غير مجسدة على أرض الواقع كوظيفة أو جهاز في الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

Abstract:

This study was complementary to obtaining a master's degree in the College of Humanities and Social Sciences, Department of Humanities, Media and Communication Branch, specializing in Communication and Public Relations, which are called the role of public relations in crisis management, a field study at the Tialet Postal Center, the liquidity crisis model.

Prepared by the student Belasal Rabeh and under the supervision of Professor Maddah Khaledia.

Her main question was what is the role of public relations in crisis management and how did she deal with the liquidity crisis.

In this study, a case study approach and a research sample from the research community were chosen, and the study tools were used from a questionnaire and observation, and most of the results that I reached are that public relations are of great importance in dealing with and studying the crisis, although it is not embodied on the ground as a function or device in the organizational structure of the institution.