

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات

" دراسة ميدانية على أزمة المرور في المنصورة "

د. منى عيد محمد عيد

كلية الآداب، جامعة المنصورة

ملخص

تهدف الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في إدارة أزمة المرور في المنصورة، وإعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح باستخدام إستمارتي إستبيان خاصة بالجمهور، وموظفي العلاقات العامة، وتوصلت أهم نتائج الدراسة الخاصة بموظفي العلاقات العامة إلى أن أهم نواحي القصور لقيام العلاقات العامة بمهامها المطلوبة تتمثل في نقص الكفاءات والكوادر المتخصصة في العلاقات العامة، وأكدت النتائج الخاصة بالجمهور إلى أن 93% من العينة يتعرضون لأزمة المرور.

Abstract

The study aims at identifying the role of public relations in traffic crisis management in Mansoura. The study relied on the survey method using two questionnaire forms for the public and public relations employees. The most important results of the study of public relations employees found that the most important shortcomings of public relations tasks are: Lack of qualified and specialized staff in public relations, and confirmed the results of the public that 93% of the sample are exposed to the traffic crisis.

المقدمة :-

تعد العلاقات العامة هي الركيزة الأساسية التي تركز عليها المجتمعات بمؤسساتها المختلفة في جميع أنحاء العالم فهي تؤثر وتتأثر بأوضاع المجتمعات التي تعمل فيها وذلك لأنها لا تتفصل عن الواقع الذي توجد فيه ، وإنما تعمل جاهدة لتتكيف المؤسسة مع ظروف البيئة المحيطة . وفي السنوات الأخيرة زاد الإهتمام والتركيز على العلاقات العامة في إدارة الأزمات حيث أصبحت تأخذ إهتماماً كبيراً في الفكر الإداري الحديث، كما ركز الإهتمام على اتصالات الأزمة نتيجة التطور العلمي والتكنولوجي الذي أتاح وسائل وأدوات اتصال للتعامل مع الأزمات وإدارتها وتحليلها وإعتبارها محوراً لا غنى عنه ، فتهدف العلاقات العامة إلى تحسين معرفة الجماهير سواء الداخلية أو الخارجية من خلال

تقديمها للمعلومات وشرحها وإجراءات التي تتخذها للتغلب على الأزمة وبناء الثقة بين الجماهير، كما تقدم مفاهيم علمية وعملية باتجاهات حديثة لإعادة المنظمات على ما كانت عليه.

وتعد أزمة المرور من أهم الأزمات التي تواجه المواطن في حياة اليومية ، والتي ساهمت بشكل كبير بالتأثير عليه وعلى المجتمع بأكمله ، و هو مايلقى على أجهزة العلاقات العامة بالمرور دور كبيراً ومجهودات مضاعفة للتعامل مع الأزمات سواء الداخلية أو الخارجية في إطار الإلتزام بأخلاقيات وطبيعة الممارسة المهنية التي يتطلبها دورهم .

الدراسات السابقة:-

من خلال المسح العلمي لموضوع الدراسة قامت الباحثة بتقسيم ما توصلت إليه من دراسات إلى ثلاثة محاور أساسية ، وذلك على النحو التالي:

■ المحور الاول :- دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات.

■ المحور الثاني:- إدارة الأزمات.

■ المحور الثالث:- الإعلام والمرور.

المحور الاول :- دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات:-

1- دراسة هدير فريد(2016) بعنوان دور إستراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات دراسة

تطبيقية على جهاز الشرطة المصري عقب أحداث 25 يناير2011¹.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد ما إعتمدت عليه أجهزة العلاقات العامة بالشرطة المصرية من إستراتيجيات لمواجهة أزمة الصورة التي تعرض لها جهاز الشرطة المصري عقب أحداث 20يناير 2011، وأثر تلك الإستراتيجيات على نمط الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور العام عن الشرطة، وتتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح الاجتماعي ومنهج دراسة الحالة، وأشارت اهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي:

● أشارت النتائج إلى أن العلاقات العامة بالشرطة المصرية إعدمت إلى تفعيل عدة إستراتيجيات اتصالية لمواجهة أزمة الصورة التي تعرض لها جهاز الشرطة المصرية عقب أحداث 25يناير 2011 وجاء على رأسها التركيز على فكرة سقوط ضحايا كثر من الشرطة.

● وأشارت إلى وجود علاقة إرتباطية دالة احصائياً بين درجة رضا عينة الدراسة عن ما قامت به العلاقات العامة بالشرطة من مجهودات ما بين الفترة من 25يناير 2011 و30يونيو 2013 من

أجل إحتواء الأزمة ، وبين مدى تغير الصورة الذهنية المنطبعة لديهم عن جهاز الشرطة من النمط السلبي إلى النمط الإيجابي .

2- دراسة مراد كموش (2015) بعنوان العلاقات لعامة وإدارة أزمات المنظمة².

وتهدف الدراسة إلى معرفة الدور الذى تؤديه العلاقات العامة ، من خلال الأزمة ، وخاصة تلك الأزمات التي ترتبط بالمنظمات أى كان نوعها ، وتتطرق الدراسات للتوجهات والتصورات النظرية الحديثة التي ترتبط بالأزمة ، سواء ما تعلق منها بإتصال الأزمات ، أو بالعلاقات العامة والأزمات ، مع التركيز على المقاربة الحديثة التي ترى أن العلاقات العامة لها الدور الأهم في تسيير معطيات الأزمة، والحد منها أو تحويلها الى فرص يمكن الإستفادة منها إن أمكن ذلك ، وإستخدم الباحث نموذج الإتصال العلاقات (للولر) في توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي:

- أن تقييم نتائج مخطط إتصالات الأزمة ليس بأمر الهين ، بل العكس تماما ، وتكمن الصعوبة في التحكم في إدارة الإتصال لأزمة معينه بإنها إدارة جيدة أم العكس .

- يتم تكوين إستراتيجية إتصالية سليمة للعلاقات العامة من نتائج الأزمة الحقيقية ، وتسعى كوادر المؤسسة إلى الإختلاف في عدة أسباب تكون في غالب الأحيان وهمية ، لا تعود إلا بإستقاص من شأن المؤسسة.

المحور الثانى:- دراسات تناولت إدارة الأزمات:-

1- Study Carsten (2015) Human resource crisis in german hospitals³.

تهدف الدراسة إلى رفع مستوى الوعى فى مجال الموارد البشرية اللازمة لتصبح أكثر مرونة للأزمات، والمساهمة فى وضع خطط عملية للتصدى للأزمات من خلال تحديد وتقييم الأزمات ذات الصلة والمسببات فى المستشفيات، وجمعت الدراسة بين الأساليب النوعية والكمية لتحديد وتقييم الأزمات فى المستشفيات، حيث عقدت حلقة عمل منظم مع الخبراء لتحديد الأزمات وأوصفها، وكذلك الأسباب والنتائج للمرضى والمستشفيات ، ولتقييم النتائج اجريت دراسة استطلاع على الإنترنت لمعدل حدوثها فى الماضى والمستقبل والخطورة من كل أزمة، وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي:

- أن هناك نقص فى عدد الموظفين خاصة بعد الأوبئة وينظر إليها على إنها الأكثر خطورة.
- عدم كفاية الاتصالات خلال إعادة الهيكلة ، وأن التعامل مع الأزمات فى المستشفيات وجودي يتطلب زيادة الوعى.

2- Study Casto Charles(2014)Crisis Management:A qualitative study of extreme event leadership⁴.

تهدف الدراسة إلى معرفة إلى معرفة الأحداث للوصول إلى فهم اعمق للآثار المترتبة على هذه الأحداث لتوسيع المعرفة بإدارة الأزمات ،من خلال مقابلات مع عدد من القادة الوطنيين بالإضافة إلى القادة الذين لهم دور مباشر فى إدارة الأزمات مثل أزمة مفاعل فوكوشيما النووية و العاصمة ساندى،وأعتمدت الدراسة على المنهج الإستقرائى الكيفى لتحليل المقابلات حيث استخدمت الدراسة المقابلة المتعمقة لجمع البيانات ،وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى مايتى:

- أن إدارة الأزمة تتأثر بمجموعة من العوامل المتداخلة منها الخبرات السابقة والمشاعر الشخصية لقادة إدارة الأزمة.
- إستخدمت نتائج المقابلات المتعمقة فى تطوير نموذج لإدارة الأزمة وتم هذا التطور من خلال المفاهيم الستة لإدارة الأزمة وهى (متطلبات الموقف - المشاعر المشابكة- الحوار - أسباب الأزمة- حجم الأزمة - إدارة الأزمة).

المحور الثالث :- دراسات تناولت الإعلام والمرور:

1- دراسة أحمد سليمان (2015) دور العلاقات العامة بمديرية الأمن العام في التوعية المرورية بالأعلام الأمني المرورى في الاردن⁵.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة بشكل عام والإعلام الأمني المرورى بمديرية الأمن العام بشكل خاص في توعية الجماهير بالأعلام الأمني المرورى وتعريفه ، والتعرف على مدى معرفة الجماهير بالأعلام الأمني المرورى ،بالإضافة إلى معرفة مدى رضاهم عن أداء جهاز العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ودوره في التوعية المرورية ، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي ، والتي تم تطبيقها على سائقي المركبات ، وتم اللجوء إلى العينة المتاحة 250 مفردة ، بإستخدام أداة الإستبيان ، وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي :

- أن العلاقات العامة الإيجابية بين مديريةية الأمن العام والجمهور تساعد على تطوير إعلام أمنى مرورى فعال حسب ما وجده الباحث بنسبة 89%.

• تساهم العلاقات العامة بمديرية الأمن العام في التوعية المرورية بنسبة 94% من مجموع العينة .

• تؤدي العلاقات العامة بمديرية الأمن دوراً في التخفيض من حوادث المرور بالأردن.

2-دراسة عبد العزيز الشمري (2014) بعنوان دور الإعلام في التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك⁶ .

تهدف الدراسة إلى تقييم دور الإعلام في التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك ، ومعرفة مستوى الوعي المروري لدى الطلاب ، ومدى فاعلية الإعلام في التوعية المرورية للطلاب ، ومدى إسهامه في الحد من الحوادث، وإستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المدخل المسحي بإستخدام إستمارة الإستبانة لجمع البيانات، وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي:

• لدى مفردات مجتمع الدراسة رؤية متشابهة نحو دور الإعلام في التوعية المرورية مهما اختلفت أعمارهم .

• أن وسائل الإعلام المهمة التي تساهم في التوعية المرورية بدرجة مرتفعة هي الإنترنت وخطب الجمعة والتلفاز .

• أن المجالات التي يركز عليها الإعلام بدرجة مرتفعة لتوعية الطلاب هي الوقوف في المكان الصحيح ، وإحترام الإشارات واللوحات .

الإستفاده من الدراسات السابقة:-

ساهمت في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ، و لمنهج الدراسة ، والأدوات المستخدمة للدراسة ، وتحديد المفاهيم ، وصياغت التساؤلات والفروض .

مشكلة الدراسة :-

لقد لاحظت الباحثة العلاقة المرتبطة بين الأجهزة المختلفة للعلاقات العامة وقدرتها على معالجة وإدارة الأزمات ، ولعل من أهم الأزمات التي يعترضها الواقع الإجتماعي الحالي ، والتي تطرح نفسها بقوة أزمة المرور ، وما ينتج عنها من خسائر مادية وبشرية ، حيث تقاومت المشكلة نظراً للتحوّل الشامل الذي يشهده العالم في كافة المجالات .

وفى ضوء ما أشارت أية نتائج بعض الدراسات من أهمية وحيوية الدور الذى تقوم به العلاقات العامة في إدارة الأزمات ، فتكمن مشكلة الدراسة في معرف (دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات : دراسة ميدانية على أزمة المرور في المنصورة).

أهمية الدراسة :-

تكمن أهمية الدراسة من خلال القضية التى تتناولها وهى كيفية إدارة العلاقات العامة لأزمة المرور، ومعرفة دورها من خلال الإجراءات التى تتخذها لمواجهة الأزمة ، وإمداد الجمهور بالمعلومات حول الأزمة وتفاصيلها ، ومن ثم تتحدد أهمية الدراسة كما يلي:

- 1- توفير الدراسة معلومات وقاعدة بيانات تساعد متخذ القرار لمواجهة أزمة المرور .
- 2- إرتباط المرور بالعديد من القطاعات في البلاد مما جعل لها تأثير مباشر وغير مباشر على تلك القطاعات .
- 3- أن هذه الدراسة توفر أداء تقييم لإدارة أزمة المرور من خلال معرفة آراء المبحثن .

أهداف الدراسة :-

وفى ضوء التحديد السابق لمشكلة البحث ، تتحلل أهداف الدراسة إلى هدف رئيسي مؤداه : في معرفة دور العلاقات العامة في إدارة أزمات: دراسة ميدانية على أزمة المرور في المنصورة، وسوف يتحقق الهدف من خلال التساؤلات التالية:

أولاً التساؤلات الخاصة بموظفي ومسؤولي العلاقات العامة :

- 1- ما دور إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة المرور؟
- 2- ما مدى توفير دورات تدريبية لمسؤولي العلاقات العامة بالمرور ؟
- 3- ما مدى التعاون بين الإدارة العامة بالمرور وإدارة العلاقات العامة في حل الأزمة ؟
- 4- ما الصعوبات التى تواجه إدارة العلاقات العامة بالمرور ؟

ثانياً التساؤلات الخاصة بالجمهور :

- 1- ما مدى مساهمة إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا لدى الجمهور عن جودة الخدمة أثناء أوقات الذروة ؟
- 2- هل تجد الإرشادات الكافية التي توجهك أثناء أوقات الذروة ؟
- 3- ما درجة ثقة المبحوثين في معالجة وسائل الإعلام لأزمة المرور ؟

فروض الدراسة :-

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين مدى مساهمة العلاقات العامة فى تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة فى مواجهة الأزمة.
- 2- يوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين درجة ثقة المبحوثين فى تناول وسائل الاعلام لأزمة المرور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة فى مواجهة الأزمة.
- 3- يوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين سمات التغطية الإعلامية لأزمة المرور والأدوار التى تقوم بها العلاقات العامة حول الأزمة.
- 4- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين إسهامات العلاقات العامة فى تذليل الأزمة، ومدى رضا الجمهور عن الخدمات التى تقدمها العلاقات العامة.

نوع الدراسة :-

تتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التى تهتم برصد الواقع والاحداث والظواهر ولا تقف عند هذا الحد ، فتقوم بتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول لاستنتاجات مفيدة لتصحيح الواقع وتطوره .وقد لا تتوقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك الى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها ⁷. وتعتبر الدراسة الحالية كذلك من الدراسات التى تحاول تفسير الوضع الراهن لدور العلاقات العامة فى ادارة ازمة المرور .

منهج الدراسة :-

وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح وهو جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف للظاهرة محل الدراسة ، ويعتبر منهج البحث من أفضل المناهج البحثية المتاحة للدراسات الإجتماعية ،حيث يمكن الحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع البحث والظواهر المدروسة ⁸، وتوظف الدراسة منهج البحث الإعلامي من خلال المسح بالعينة.

مجتمع وعينة الدراسة:-

وتمثلت عينة الدراسة فى عينة بشرية من الجمهور العام لمدينة المنصورة وقوامها (400) مفردة متنوعة الشرائح (النوع - السن - المستوى التعليمي - الحالة الإجتماعية) كعينة متاحة للدراسة الميدانية (للجمهور العام) ،(11) دراسة حالة لموظفي العلاقات العامة العاملين بالإدارة العامة بالمرور فى المنصورة كعينة لدراسة القائم بالاتصال.

مبررات إختيار العينة:

- 1- لأن الإهتمام الأكبر يقع على مدينة القاهرة من قبل المسؤولين وإهمال المدن الأخرى على الرغم من إنها تعاني من نفس الأزمة .
- 2- صعوبة التعامل مع مسئولى العلاقات العامة فى المرور لكذا إدارة "حيث يحتاج كل فرد فيها إلى تصريح من مساعد وزير الداخلية للإعلام والعلاقات العامة و قد يستغرق فترة طويل جداً.

أدوات جمع البيانات:-

تم تصميم إستمارة إستبيان للحصول على البيانات اللازمة للإجابة عن اسئلة الدراسة وإختيار فروضها كالتالي : إستمارة إستبيان خاصة بالجمهور العام بالمنصورة، وإستمارة إستبيان خاصة بموظفي العلاقات العامة بالمرور.

الإطار النظرى للدراسة:-

تعتبر إدارة الأزمات هى المظلة الكبيرة التى تغطى إتصالات الأزمات ، وهى تسمح للمنظمة ربما بمنع وإعداد ، والإستجابة وتحليل الأزمة قبلها وفى إثنائها وبعد وقوعها⁹، وهى وظيفة تنظيمية هامة حيث يمكن أن يتسبب الفشل فى إدارة الأزمة فى ضرر جسيم لمجموعات المصالح، وخسائر للمنظمة ، أو تنتهى وجودها¹⁰.

وإدارة الأزمة عملية تهدف إلى منع وتقليل ضرر الأزمة الذى يمكن أن يلحق بالمنظمة وأصحاب المصالح فيها ، وإدارة الأزمات ليست شيئاً واحداً فقط ، ويمكن تقسيم إدارة الأزمات إلى ثلاث مراحل :

- 1- مرحلة ما قبل الأزمة: وتعنى مرحلة الوقاية والتحضير.
- 2- مرحلة الإستجابة: وفى هذه المرحلة تستجيب الإدارة إلى واقع الأزمة .
- 3- مرحلة ما بعد الأزمة: ويتم فيها البحث عن سبل الإستعداد بشكل أفضل للأزمة القادمة، وتفي بالالتزامات التى قدمت خلال مرحلة الأزمة بما فى ذلك معلومات المتابعة¹¹.

أساليب للتعامل مع الأزمات لدى إدارة العلاقات العامة¹²:

- 1- أسلوب النعمة(الهروب): نتيجة الشعور بالعجز فى كيفية التعامل مع الأزمة، فان الهروب من الموقف هو الأفضل ، حيث تختلف أشكال الهروب منها الهروب المباشر أو الإعتراف

بعدم القدرة والهروب غير المباشر وذلك عن طريق إصطناع المواقف التي تزهر القائد المسئول بعيداً عن الأحداث اثناء الأزمة والقاء المسؤولية على الآخرين.

2- أسلوب القفز فوق الازمة : وهو أسلوب التظاهر بأنه قد تم السيطرة على الأزمة، ويؤدى ذلك إلى تجاهل العوامل الجديدة والأكثر غموضاً، حيث يعتقد أن الأزمة قد تم السيطرة عليها في الحين إنها تستعد للظهور مرة أخرى .

ويستخدم هذا الأسلوب في إطار ثلاثة مراحل وهي :

- **الدراسة المبدئية لأبعاد الأزمة:** وهي تهدف إلى تحديد العوامل المشتركة في الأزمة، وترتيبها حسب خطورتها وتحديد القوى المؤيدة والمعارضة، ثم تحديد نقطة البداية .
- **الدراسة التحليلية للأزمة :** وهي تهدف إلى التفرة الواضحة يبين الأسباب والظواهر، والتأكد من الأسباب، ومعرفة دور المكون البشرى أو الطبيعي، ومدى تأثيره في الأزمة، ومعرفة المراحل التي وصلت اليها الأزمة وتحديد الإمكانيات المتاحة لإستخدامها .
- **التخطيط للمواجهة والتعامل مع الأزمة :** وتهدف هذه المرحلة إلى وقف تدهور الموقف وتقليل الخسائر ، وتحديد الإجراءات الواجب إتخاذها، وتنظيم عمليات الإتصال داخل مجال الأزمة نفسة ، وتوجيهه الموقف إلى المسار الصحيح ومعالجة الآثار النفسية والإجتماعية الناتجة عن الأزمة، وتطوير الأداء العملي بصورة أفضل وإستخدام أنظمة وقائية ومانعه من الأزمات المتشابهة .

دور العلاقات العامة فى إدارة الأزمة:-

إن للعلاقات العامة دوراً بارزاً في إدارة الأزمات حيث لا يقتصر دورها أثناء حدوث الأزمات فقط ، بل يجب أن يكون قبل ظهور الأزمة وذلك بالسعي لإكتشافها والتنبؤ بها قبل حدوثها ، كما يلتزم أن تكون حاضرة إلى ما بعد مرحلة الإنتهاء من الأزمة لأجل إستخلاص الدروس والعبر منها حتى يتجنب حدوثها مستقبلاً . إذن فدور العلاقات في إدارة الأزمات يجب أن يكون مفعلاً ومهياً لمواجهة مختلف مراحل الأزمة بدءاً بمرحلة إكتشاف إشارتها ، وإنتهاء بمرحلة التعلم والإستفادة منها ، وفيما يأتي بيان لتوضيح الأدوار المنوطة بالعلاقات العامة في إدارتها للأزمات خلال مراحلها الثلاثة¹³ .

المرحلة الاولى مرحلة قبل حدوث الأزمة :-

فالأزمة إذ يمكن أن تحصل في أي لحظة أكانت متوقعة أم غير متوقعة ، كما أن التحضير لمواجهاتها ممكن وبسهولة أيضا، فيجب دراسة الميادين التي يمكن معالجتها في المؤسسة والتحرك بشكل وقائي لإختصار مخاطر الأخطاء الممكنة ، كما يمكن تحديد الحوادث الممكنة الحصول ووضع الخطط والحلول الممكنة لها عند حدوثها مما يمنعها أو يقلل الخسائر الناجمة عنها على أقل حد ممكن¹⁴.

المرحلة الثانية مرحلة أثناء حدوث الأزمة :-

عندما تحدث الأزمة نكون أمام مواجهة وصدام بين إستراتيجيات وفعاليات التخطيط التي تم رصدها لإدارة هذا الحدث ، وبين مدى إستعداد فريق إدارة الأزمات لمواجهة هذا الحدث ، وتطبيق هذه الإجراءات ، خاصة وأن وصول الأزمة ينبأ عن إدارة فريق إدارة الأزمة قد فقدت جميع المبادرات النشطة ، وبالتالي أصبح من الضروري أن تقوم المنظمة وفق هذه المرحلة بتقييم درجة إستجابتها للأزمة ، ومن ثم العمل على إجهاض الدعاية السلبية التي قد تؤذى سمعة المنظمة بفعل الأزمة ، ومن ثم تتمثل أهم إجراءات العلاقات العامة أثناء هذه المرحلة في: جمع المعلومات ، والتعامل مع وسائل الإعلام ، والتواصل مع الجمهور¹⁵.

المرحلة الثالثة مرحلة ما بعد حدوث الأزمة :-

لكل أزمة نقطة نهاية تنتهي عندها أثارها وتداعيتها سواء أحسن التعامل معها أثناء مرحلة المواجهة او أسوء التعامل معها ، ويظل على المسؤولين واجب ومسئولية إعادة التوازن للمنظمة ، والعودة بها إلى سيرتها الأولى لتستمر الحياه مرة أخرى¹⁶.

وفى هذه المرحلة تدرس الإجراءات التي يشارك بها مسئولو العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة وهى تتركز على إستعادة النشاط والتقييم لما إتخذ من أدوار في إدارة الأزمة وقياس مدى فاعلية الخطة الإتصالية والإستمرار في إجراء الحملات الإتصالية بالجمهور لإصلاح الخلل الذى لحق بالصورة الذهنية للمنظمة¹⁷.

مما يتطلب دراسة الدروس المستفادة للأخذ بها حتى لا تتكرر مثل هذه الأزمات وسيادة :

1- حالة من الحزن والاكتئاب .

2- تشوية سمعة المؤسسة ومنتجاتها مما يتطلب معالجة إثارة الازمة وتلعب العلاقات العامة دوراً

بارزاً في ذلك يتمثل في الاتي:

- عقد ندوات ومؤتمرات صحفية لمناقشة وشرح أسباب حدوث الأزمة وبت روح الطمأنينة الصادقة لدى الجمهور .
- تجميع كل ما نشر عن الأزمة بوسائل الإعلام في ملف وثائقي¹⁸ .
- إجراء تعديلات على السياسات والإستراتيجيات اذا لزم الأمر لتسريع مواجهة الأزمة والتخلص من أثارها السلبية على المنظمة¹⁹ .
- ويقع على عاتق العلاقات العامة القيام بأعباء هذه المرحلة ، فهي التي تقيم ردود فعل المنظمة ، وتجدد فريق معالجة الأزمة اداريا ، وتعديل خطة الإتصال في ضوء التجربة السابقة²⁰ .

نتائج الدراسة :-

أولاً الدراسة الخاصة بمسؤولي العلاقات العامة:

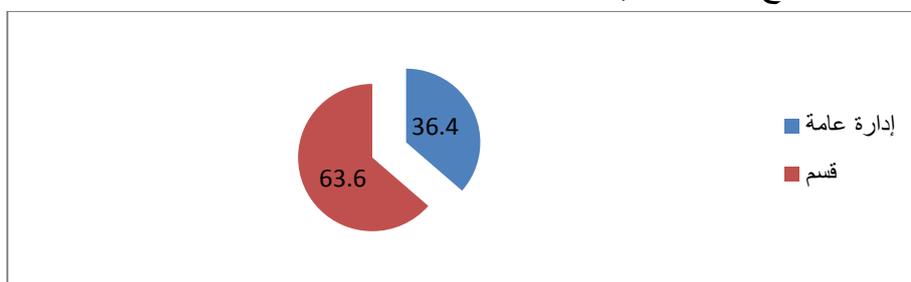
جدول رقم (1)

يوضح المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة بالمرور

المستوى الإداري	ك	%
إدارة عامة	4	36.4
قسم	7	63.6
وحدة	-	-
المجموع	11	%100

شكل رقم (1)

يوضح المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة بالمرور



يوضح الجدول والشكل السابق، المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة بالمرور ، حيث جاء (القسم) في المرتبة الأولى بنسبة 63.6%، يليها (الإدارة العامة) في المرتبة الثانية بنسبة 36.4%.

كما أشارت دراسة نائل بشير درويش (2016) بأن العلاقات العامة في المستشفيات أخذت مسمى قسماً، وفي دراسة الأخضر على البكوش (2016) أخذت مسمى مكتب علاقات عامة .

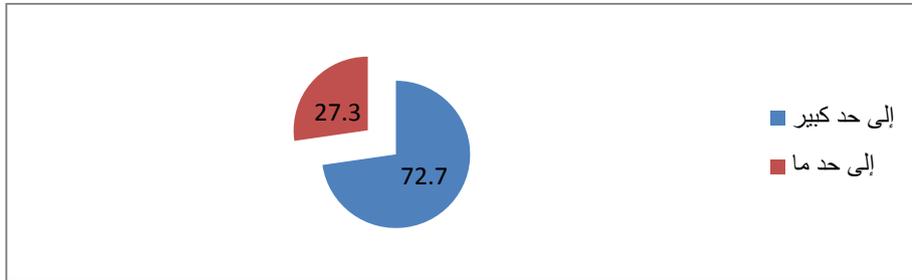
جدول رقم (2)

يوضح مدى اهتمام ادارة العلاقات العامة من قبل المسؤولين بإدارة المرور

اهتمام	ك	%
إلى حد كبير	8	72.7
إلى حد ما	3	27.3
ضعيف	-	-
لا يوجد اهتمام	-	-
المجموع	11	%100

شكل رقم (2)

يوضح مدى اهتمام ادارة العلاقات العامة من قبل المسؤولين بإدارة المرور



يوضح الجدول والشكل السابق، مدى اهتمام ادارة العلاقات العامة من قبل المسؤولين بإدارة المرور، حيث جاء الاهتمام (إلى حد كبير) في المركز الأول وذلك بنسبة 72.7%، يليها جاء الاهتمام (إلى حد ما) في المركز الثاني بنسبة 27.3%.

وأكدت الدراسات السابقة كدراسة هدير فريد(2016) ، ودراسة نائل بشير (2016) إلى ضرورة دعم الإدارة العليا العلاقات العامة لخلق روح الفريق والعمل على مشاركتها ووضع الإستراتيجيات لنجاح المؤسسة ، وأن تكون العلاقة مباشرة لتسهيل عمل العلاقات العامة .

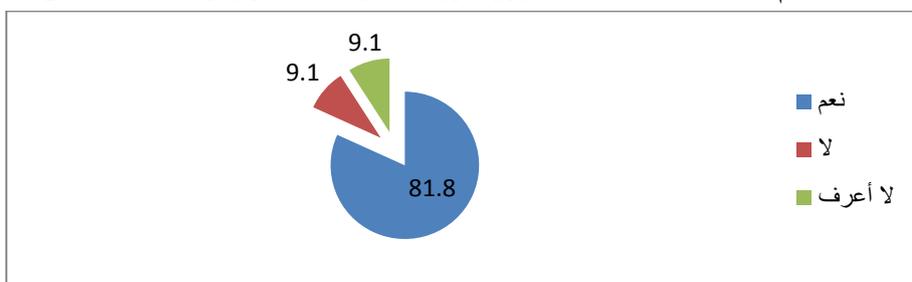
جدول رقم (3)

يوضح مدى تنظيم العلاقات العامة بالمرور دورات تدريبية متطورة وحديثة للعاملين

تنظيم	ك	%
نعم	9	81.8
لا	1	9.1
لا أعرف	1	9.1
المجموع	11	%100

شكل رقم (3)

يوضح مدى تنظيم العلاقات العامة بالمرور دورات تدريبية متطورة وحديثة للعاملين



يوضح الجدول والشكل السابق، مدى تنظيم العلاقات العامة بالمرور دورات تدريبية متطورة وحديثة للعاملين ، حيث جاءت (نعم) في المركز الأول وذلك بنسبة 81.8%، يليها جاء كل من (لا، ولا أعرف) في المركز الثاني بنسبة 9.1%.

أكدت بعض دراسة الأخضر البكوش (2016) بعدم إهتمام الإدارة بتدريب موظفو العلاقات العامة على فنون إدارة الأزمات ، في حين أشارت دراسات بضرورة الارتقاء بمستويات مسؤولي العلاقات العامة باستمرار من خلال الدورات التدريبية بالإضافة إلى دعم العلاقات العامة ماديا للتصدي للأزمات في حين.

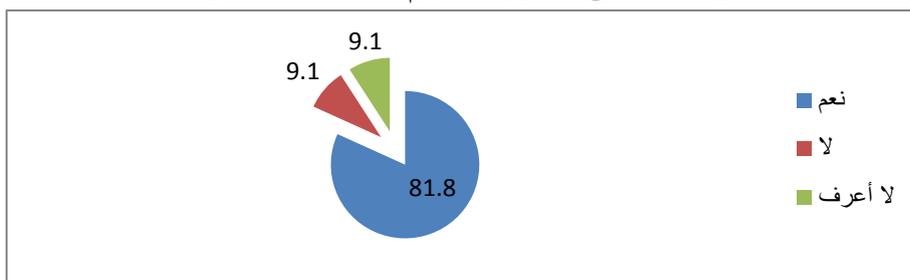
جدول رقم (4)

يوضح مدى رؤية عينة الدراسة فى أن نقص الكفاءات والكوادر المتخصصة فى العلاقات العامة بالمرور هو السبب فى قصورها بالقيام بمهامها المطلوبة

نقص	ك	%
نعم	9	81.8
لا	1	9.1
لا أعرف	1	9.1
المجموع	11	%100

شكل رقم (4)

يوضح مدى رؤية عينة الدراسة فى أن نقص الكفاءات والكوادر المتخصصة فى العلاقات العامة بالمرور هو السبب فى قصورها بالقيام بمهامها المطلوبة



يوضح الجدول والشكل السابق، مدى رؤية عينة الدراسة فى أن نقص الكفاءات والكوادر المتخصصة فى العلاقات العامة بالمرور هو السبب فى قصورها بالقيام بمهامها المطلوبة ، حيث جاءت (نعم) فى المركز الأول وذلك بنسبة 81.8%، يليها جاء كل من (لا، ولا أعرف) فى المركز الثانى بنسبة 9.1%.

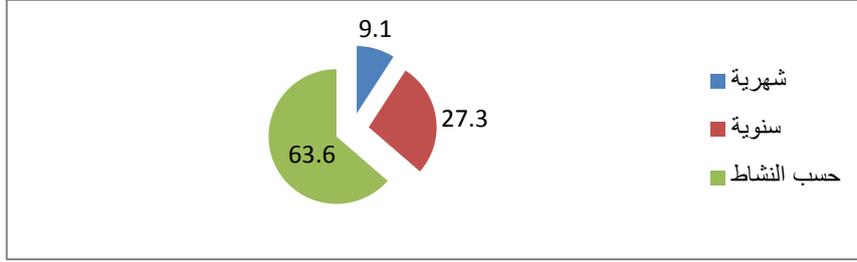
جدول رقم (5)

يوضح مقدار الميزانية التى يمكن أن تقدم لتغطية البرامج والأنشطة المختلفة التى تقوم بها إدارة العلاقات العامة

مقدار	ك	%	الترتيب
شهرية	1	9.1	3
نصف سنوية	-	-	-
سنوية	3	27.3	2
حسب النشاط	7	63.6	1
المجموع	11	%100	

شكل رقم (5)

يوضح مقدار الميزانية التي يمكن أن تقدم لتغطية البرامج والأنشطة المختلفة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة



يوضح الجدول والشكل السابق، مقدار الميزانية التي يمكن أن تقدم لتغطية البرامج والأنشطة المختلفة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة ، حيث جاء (حسب النشاط) في المرتبة الأولى بنسبة 63.6%، يليها (سنوية) في المرتبة الثانية بنسبة 27.3%، ثم (شهرية) جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 9.1%.

وأشارت دراسة نائل بشير درويش (2016) إلى تبني هذا النوع من الميزانيات ، والتي قد تعود إلى سوء الأحوال الاقتصادية للمنظمات .

ثانياً نتائج الدراسة الخاصة بالجمهور:

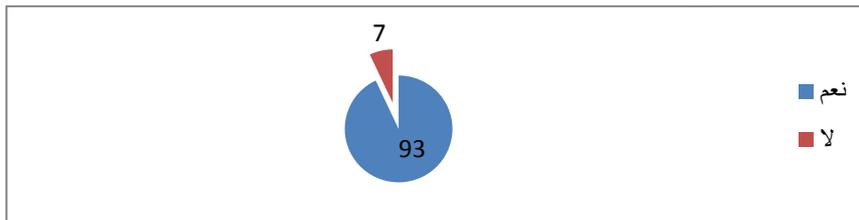
جدول رقم (6)

يوضح مدى تعرض عينة الدراسة لأزمة المرور

تعرض	ك	%
نعم	372	93
لا	28	7
المجموع	400	100%

شكل رقم (6)

يوضح مدى تعرض عينة الدراسة لأزمة المرور



ويوضح الجدول والشكل السابق، إلى أن 93% من أفراد عينة الدراسة يتعرضون لأزمة المرور، بينما 7% لا يتعرضون لأزمة المرور.

تفسر الباحثة هذه النتيجة بمدى تضخم وكبر الأزمة وعدم السيطرة عليها من قبل المسؤولين ، فقد أشار المبحوثون بأنهم يتعرضون للأزمة مرتين يومياً.

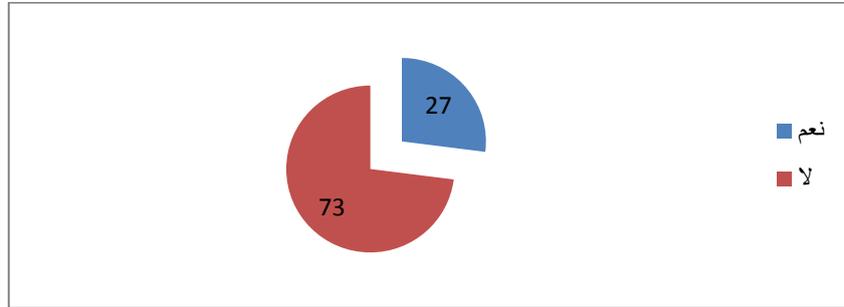
جدول رقم (7)

يوضح إمكانية قيام العلاقات العامة بإمداد عينة الدراسة بالمعلومات حول الأزمة

إمداد	ك	%
نعم	108	27
لا	292	73
المجموع	400	%100

شكل رقم (7)

يوضح إمكانية قيام العلاقات العامة بإمداد عينة الدراسة بالمعلومات حول الأزمة



تشير بيانات الجدول والشكل السابق إلى أن 73% من أفراد العينة يرون أن العلاقات العامة لا تمددهم بالمعلومات حول الأزمة، بينما 27% من أفراد عينة الدراسة يرون أن العلاقات العامة تمددهم بالمعلومات.

فقد أشارت دراسة الأخضر البكوش (2016) بأن العلاقات العامة لا توفر تغطية إعلامية كاملة ومباشرة تنتقل الأخبار والمعلومات للجمهور، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بغياب أهم دور للعلاقات العامة في أي منظمة ألا وهو التواصل مع الجمهور لتزويدهم بالمعلومات حول الأزمة التي يتعرضون لها من أجل الوقوف معهم والتقليل من حدتها ، وكسب تعاطفهم وكسب ثقة وتأييده ، والحد من الشائعات.

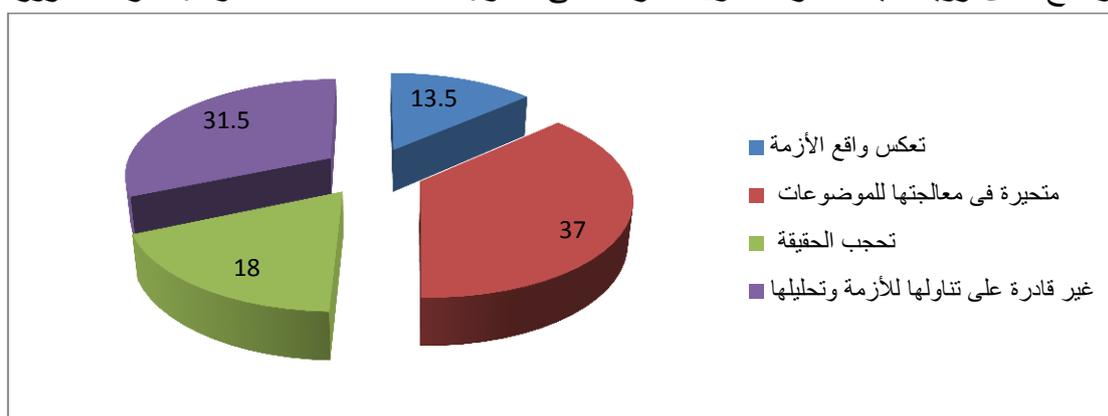
جدول رقم (8)

يوضح مدى رؤية عينة الدراسة حول الفقرات التي تتناولها العلاقات العامة لمواجهة أزمة المرور

الترتيب	%	ك	رؤية
4	13.5	54	تعكس واقع الأزمة
1	37	148	متحيزة في معالجتها للموضوعات المتعلقة بالأزمة
3	18	72	تحجب الحقيقة عند عرضها للأزمة
2	31.5	126	غير قادرة على تناولها للأزمة وتحليلها
	%100	400	المجموع

شكل رقم (8)

يوضح مدى رؤية عينة الدراسة حول الفقرات التي تتناولها العلاقات العامة لمواجهة أزمة المرور



يوضح الجدول والشكل السابق، مدى رؤية عينة الدراسة حول الفقرات التي تتناولها العلاقات العامة لمواجهة أزمة المرور ، حيث جاءت (متحيزة في معالجتها للموضوعات المتعلقة بالأزمة) في المرتبة الأولى بنسبة 37%، يليها (غير قادرة على تناولها للأزمة وتحليلها) في المرتبة الثانية بنسبة 31.5%، ثم جاءت (تحجب الحقيقة عند عرضها للأزمة) في المرتبة الثالثة بنسبة 18%، ثم في المرتبة الرابعة جاءت (تعكس واقع الأزمة) وذلك بنسبة 13.5%.

وترى الباحثة نتيجة أن العلاقات العامة جاءت متحيزة في معالجتها للموضوعات قد ترجع بسبب عدم مشاركة العلاقات العامة الجمهور في حل الأزمة، وغير قادرة في تناولها للأزمة بسبب عدم توضيح أسباب الأزمة وعدم الإستعانة بالخبراء لتحليل جوانب الأزمة وأبعادها ، وما السيناريوهات المحتملة

لتطويرها وذلك بسبب عدم توضيحها ماهى الإجراءات والقرارات المتخذة للحد من الأزمة، وتحجب الحقيقة نتيجة عدم ملاحظتم تغير ملموس للحد من الأزمة .

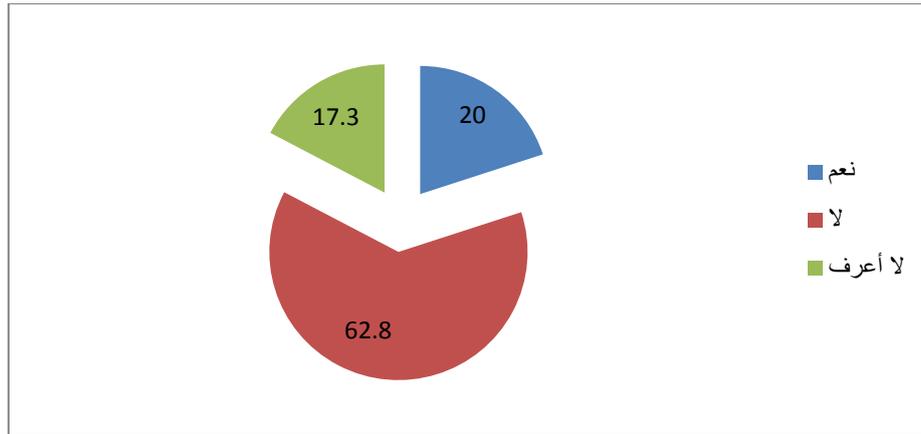
جدول رقم (9)

يبوضح مدى وجود ارشادات كافية توجه عينة الدراسة أثناء أوقات الذروة

ارشادات	ك	%
نعم	80	20
لا	251	62.8
لا أعرف	69	17.3
المجموع	400	%100

شكل رقم (9)

يبوضح مدى وجود ارشادات كافية توجه عينة الدراسة أثناء أوقات الذروة



ويوضح الجدول والشكل السابق، مدى وجود ارشادات كافية توجه عينة الدراسة أثناء أوقات الذروة ، حيث كان (لا) بنسبة 62.8%، بينما (نعم) بنسبة 20%، ثم (لا أعرف) بنسبة 17.3%.

تؤكد بعض الدراسات السابقة كدراسة الاخصر البكوش (2016) بأن العلاقات العامة توجهة الإرشادات الكافية للجمهور، أكدت أيضاً بأن مجهودات العلاقات العامة واستشعر بها الجمهور ، فى حين أكدت بعض الدراسات كدراسة نزمين على عجوه (2004) وعلى برغوث (2002) إلى إفتقار مجهودات العلاقات العامة فى إدارة الأزمات، واقتصارها على اصدار البيانات الصحفية.

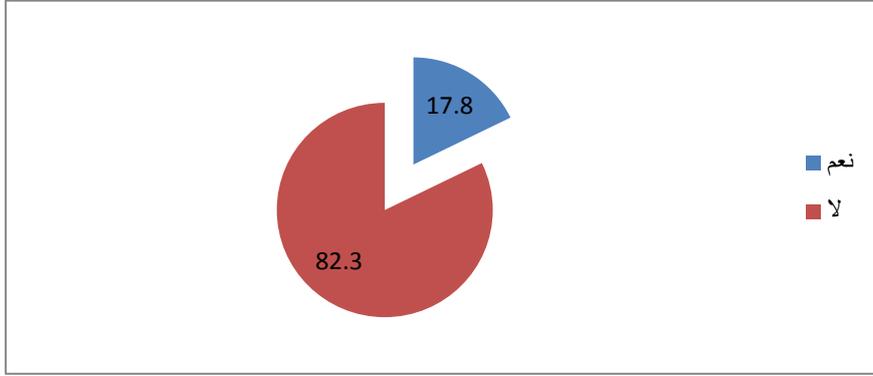
جدول رقم (10)

يوضح مدى معرفة عينة الدراسة لقانون المرور

معرفة	ك	%
نعم	71	17.8
لا	329	82.3
المجموع	400	%100

شكل رقم (10)

يوضح مدى معرفة عينة الدراسة لقانون المرور الجديد



توضح بيانات الجدول والشكل السابق إلي أن 82.3% من أفراد العينة لا يعرفون بقانون المرور الجديد، بينما 17.8% من أفراد عينة الدراسة يعرفون بقانون المرور الجديد.

تفسر الباحثة هذه النتيجة سبب غياب دور وتوجيهات معظم مؤسسات الدولة (الإعلامية، والدينية، والتربوية، وغيرها).

ثالثاً النتائج الخاصة بالفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مدى مساهمة العلاقات العامة فى تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة فى مواجهة الأزمة. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بينهما.

جدول رقم (11)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين مدى مساهمة العلاقات العامة في تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمة.

مستوى الرضا		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
دالة	**0.286	مدى مساهمة العلاقات العامة في تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية للتوعية

**دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من الجدول السابق مايلي :

وجود علاقة ارتباط إيجابي ذات دالة إحصائية بين مدى مساهمة العلاقات العامة في تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمة. عند مستوى دلالة (0.01).

وبذلك يقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة احصائية بين مدى مساهمة العلاقات العامة في تنظيم وتنسيق حملات وندوات اعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمة.

جدول رقم (12)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين اسهامات العلاقات العامة في تذليل الأزمة، ومدى رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة.

مستوى الرضا		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
دالة	**0.505	اسهامات العلاقات العامة في تذليل الأزمة

**دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من الجدول السابق مايلي :

وجود علاقة ارتباط إيجابي ذات دالة إحصائية بين اسهامات العلاقات العامة في تذليل الأزمة، ومدى رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة، عند مستوى دلالة (0.01).

وبذلك يقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إسهامات العلاقات العامة فى تذليل الأزمة، ومدى رضا الجمهور عن الخدمات التى تقدمها العلاقات العامة.

النتائج العامة للدراسة:-

- تباينت مسميات العلاقات العامة داخل الإدارة العامة للمرور حيث أشارت نسبة 63.6% من إجمالى أفراد العينة إلى أن العلاقات العامة التى ينتسبون إليها عبارة عن قسم فى الإدارة العامة للمرور، فى حين أشار 36.4% إنها تأخذ مسمى إدارة عامة.
- أظهرت نتائج الدراسة مدى الإهتمام بإدارة العلاقات العامة من قبل المسؤولين بإدارة المرور، حيث جاءت ممثلة فى الإهتمام (إلى حد كبير) بنسبة 72.8%، الإهتمام (إلى حد ما) بنسبة 27.3%.
- تمثلت أهم نواحي القصور لقيام العلاقات العامة بمهامها المطلوبة تتمثل فى نقص الكفاءات والكوادر المتخصصة فى العلاقات العامة بالمرور، حيث جاءت نعم فى المركز الأول بنسبة 81.1%، يليها لا بنسبة 9.1%، ثم لا أعرف بنسبة 9.1% .
- أكدت نتائج الدراسة بأن 93% من إجمالى أفراد العينة بأنهم يتعرضون لأزمة المرور، بينما 7% لا يتعرضون لأزمة المرور .
- أكدت نتائج الدراسة إلى أن 82.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة لا يعرفون قانون المرور الجديد، بينما 17.8% من إجمالى مفردات عينة الدراسة يعرفون قانون المرور الجديد.
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مدى مساهمة العلاقات العامة فى تنظيم وتنسيق حملات وندوات إعلامية لتوعية الجمهور، ومستوى رضاهم عن دور العلاقات العامة فى مواجهة الأزمة.
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إسهامات العلاقات العامة فى تذليل الأزمة، ومدى رضا الجمهور عن الخدمات التى تقدمها العلاقات العامة.

توصيات الدراسة:-

فى ضوء ما وضحته نتائج الدراسة من مؤشرات بحثية وتحليلية، أمكن أن نوصى ببعض الأمور التى فى ضوءها تطوير مجال الدراسة على النحو التالى:

- توصى الدراسة (العاملين بالعلاقات العامة) بضرورة الإرتكاز على التخطيط المستقبلي للتنبؤ بالأزمات قبل حدوثها وبناء السيناريوهات المختلفة للتعامل مع الأزمة ، فلا يقتصر دور العلاقات العامة على التخطيط والتنبؤ فقد بل يمتد للمشاركة بفاعلية فى إتخاذ القرارات .
- توصى الدراسة (الإدارة العليا) بزيادة عدد العاملين بكوادر أمنية إعلامية متخصصة فى المجالين لإتاحة العمل بشكل فعال ومؤثر، وعمل دورات تدريبية وتأهيلية لغير المؤهلين أكاديمياً فى مجال العلاقات العامة والإعلام .
- ضرورة قيام العلاقات العامة بحملات وندوات إعلامية للتوعية بإستمرار بالإشتراك مع مؤسسات الدولة الأخرى (إعلامية ، دينية ،قضائية، تربوية ، وغيرها) ، فلا يقتصر دورها على قيامها بندوه بإحدى الجامعات أو المدارس
- توصى الباحثة (وزارة الداخلية) بالإستفادة من التجارب السابقة للدول الأخرى سواء عربية أو عالمية والتي تشتمل على ظروف مشابهة ، وذلك من خلال الإستعانة بالخبراء والمتخصصين فى هذا المجال .
- أن هذه الدراسة توفر أداء تقويم لإدارة أزمة المرور المنصورة من خلال معرفة آراء المبحثن ، مما يمكن الإستفادة منها على مستوى الإدارات الأخرى داخل الدولة.

المراجع:-

- ¹ هدير فريد محمود(2016) ،"دور إستراتيجيات العلاقات العامة فى إدارة الازمات :دراسة تطبيقية على جهاز الشرطة المصري عقب أحداث 20 يناير 2011"، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة حلوان ، كلية الآداب ،قسم الإعلام.
- ² مراد كموش (2015)،"العلاقات العامة وإدارة أزمات المنظمات : التصورات والنماذج"، بحث منشور ، الجزائر ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية، ع2.
- ³ Carsten C Schermuly Michael Draheim(2015) , "**Human resource crisis in German hospitals:explorative study**",this is an open access article,distributed under the terms of the creative commons,berlin.
- ⁴ Casto Charles(2014), "**Crisis Management:A qualitive study of extreme event leader ship**",un published Doctoral thesis, Kennesaw state university, College of business,USA.
- ⁵ أحمد سليمان الكساسبة (2015)،"دور العلاقات العامة بمديرية الأمن العام فى التوعية المرورية بالإعلام الأمنى المرورى فى الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة اليرموك ، كلية الاعلام .
- ⁶ عبد العزيز محمد الشمري (2014)،"دور الإعلام فى التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة نابف ، كلية الدراسات العليا ، قسم العلوم الادارية .
- ⁷ محمد عبد الحميد (2004) البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية ، ط2، القاهرة ، عالم الكتب،ص153.
- ⁸ سامى طابع (2001)،بحوث الاعلام ، القاهرة ، دار النهضة العربية ،ص167.
- ⁹ Erica Goldfine(2011),**BestPractices: The Use of Social Media Throughout Emergency ,Disaster Relief**,Master Thesis , School of Communcation ,American Washington,D.c.,p.7.

¹⁰ Combs W .Timothy (2014), **Crisis Management and Communications**, Update Sptember2014,p20.

¹¹ Combs W .Timothy (2014), **Crisis Management and Communications**, op.cit,p20.

- ¹² إبراهيم المسلمي(2014)الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي،ص137.
- ¹³ محمد بو لقصاع(2016)العلاقات العامة وإدارة الأزمات رؤية قرآنية، الجزائر، مجلة دراسات الجامعة الاغواط، جامعة، غرداية،ع43،ص8-9.
- ¹⁴ إسماعيل عبد الكافي (2012) **الإعلام والأزمات والعلاقات العامة**، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ط1، ص120.
- ¹⁵ فداء ناصر(2010)**دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات**، سوريا، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد،ص8.
- ¹⁶ حمدي محمد شعبان (2005) **الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث**، القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات،ص127.
- ¹⁷ أمينة محمد عبد المنعم الرفاعي(2015)إستراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمة الأضرابات والإحتجاجات بالشركات الصناعية عقب ثورة 25يناير:دراسة تقييمية لعينة من شركات القطاع العام والخاص،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية،كلية الآداب،قسم إجتماع،شعبة الإتصال والإعلام،ص116.
- ¹⁸ عصام الدين فرج (2010)**إدارة العلاقات العامة**، ط2، القاهرة،دار النهضة العربية 134-135.
- ¹⁹ دوج نيو سوم، بوب كارل (2003)**الكتابة للعلاقات العامة الشكل والأسلوب**،ترجمة فايد رباح، مي الخاجة، غزه، دار الكتاب الجامعي،ص547.

²⁰Newson Doug Hanne's Haynes Jim (2008)"**public relation writing forms style**", publisher Thomson learning academic resource center printed in united states of America,p408.