

الاتصال الاستراتيجي كمدخل لإدارة الأزمات *Strategic communication and crisis management*

حسينة أقراد كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 (الجزائر)،

agred.hassina@univ-alger3.dz

تاريخ الإستلام: 2022 / 05 / 14 تاريخ القبول: 2023 / 06 / 26 تاريخ النشر: 2024 / 01 / 20

ملخص:

تعيش المنظمات في عصر الأزمات والتهديدات التي يصعب التحكم فيها والسيطرة عليها، وقد أصبحت الأزمات في عصرنا الحاضر ذات خصائص وسمات تجعل حلها صعبا ومعقدا وذلك في ظل عصر المعلومات الذي تنتشر فيه المعلومات والإشاعات بسرعة فائقة، خاصة مع تميز الأزمة بالمفاجأة وضيق الوقت في إدارتها ومعالجتها. تهدف الورقة البحثية الحالية إلى تبيان دور الاتصال الاستراتيجي في إدارة الأزمة، من خلال ثلاث محاور رئيسية

يتناول المحور الأول المفاهيم الأساسية لاتصال الأزمات، ويستعرض المحور الثاني الاتصال الاستراتيجي وإدارة الأزمات، ويتعلق المحور الثالث باستراتيجيات اتصال الأزمات أنواعها ومراحلها الكلمات المفتاحية: الاتصال؛ الاتصال الاستراتيجي؛ الأزمات؛ لمنظمة؛ إدارة الأزمة، إستراتيجية الاتصال

Abstract:

Organizations face many crises and risks, crises have become difficult and complex in the information society in which information and rumors spread very quickly, especially with the complexity of crises and the difficulty to solving them, with the lack of time and the intensification of competition.

The current research paper aims to show the role of strategic communication in crisis management, through three main axes

The first axis relates to the basic concepts of crisis communication, the second axis reviews strategic communication and crisis management, and the third axis relates to crisis communication strategies, their types and stages.

Keywords: Communication; strategic communication; crises, organization, crises management, strategy.

تشكل الأزمات تهديدا لا يمكن تفاديه فالأزمة تعني تهديداً وخطراً متوقعا أو غير متوقع لأهداف وقيم ومعتقدات وممتلكات الأفراد والمنظمات والدول والتي تحد من عملية اتخاذ القرار. أما إدارة الأزمات فهي المحافظة على الأصول والممتلكات، الخاصة بالكيان الذي يتعرض للأزمة، سواء أكان دولة أو شركة، أو ما شابه، وكذلك المحافظة على الأفراد والعاملين بها ضد المخاطر المختلفة.

وإذا كانت الأزمات تحدث في كل زمان ومكان وبعد أن أصبح العالم وحدة متقاربة سياسيا واقتصاديا وثقافيا واجتماعيا بات أي من كياناته عرضة لأزمات تؤثر في مجتمعاته تأثيرات متفاوتة، ولذلك أصبح استخدام المناهج العلمية في مواجهة الأزمات ضرورة ملحة، وهذا طبعا ليس لتحقيق نتائج إيجابية من التعامل معها وإنما لتجنب نتائجها المدمرة.

يعد علم إدارة الأزمات من العلوم حديثة النشأة والتي أبرزت أهميته من خلال التغيرات العالمية التي أخلت بموازن القوى الإقليمية والعالمية وأوجبت تحليل حركتها واتجاهاتها ، إذ يعمل هذا العلم على التكيف مع المتغيرات وتحريك الثوابت ذات التأثير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي.

تقوم إدارة الأزمات على اعتماد مجموعة من الإجراءات والتدابير والمبادرات السلمية والعقلانية التي تجمع بين السرعة والنجاعة، على طريق السيطرة على الأزمة القائمة ومنعها من الخروج عن نطاق التحكم. إنها مجموعة من الإجراءات والمداخل الإدارية والتقنية التي تسمح للمنظمة ببلورة ردود على أزمة حدثت والسعي إلى استخلاص العبر والدروس في هذا الشأن مستقبلا.

تمثل إحدى وظائف الاتصال الحيلولة دون حدوث الأزمة والتغلب عليها في حال حدوثها، ويشير مفهوم اتصال الأزمات إلى التخصص الذي يهتم بتوظيف مبادئ وأساليب الاتصال ووسائله وتقنياته في معالجة الأزمات بل حتى تجنب وقوعها وتفاديها، ويشكل اتصال الأزمة المفتاح الرئيسي لإدارة الأزمة وحلها.

تحاول هذه الورقة البحثية إلقاء الضوء على أهمية وفعالية اتصال الأزمات في إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية في ظل تعاظم مكانة ودور وسائل الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة في التفاعل مع الجماهير وتشكيل الرأي العام، والوقوف عند أسس إستراتيجية اتصال الأزمات. سنحاول إذن الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى فعالية الاتصال الاستراتيجي في إدارة الأزمات؟ وما هي أهم استراتيجيات اتصال الأزمات وما هي مراحلها؟

II. مدخل مفاهيمي

1 - مفهوم الأزمة:

يشير مفهوم الأزمة إلى حالة أو وضعية تهدد الأهداف العامة لوحدة صنع القرار، بحيث يصبح الوقت المتاح لاتخاذ القرار قصير، مع توقع حدوث مفاجآت باستمرار، وتفرض الأزمة اتخاذ قرارات حاسمة على قدر من السرعة، لتجاوز تكاليف الأضرار المادية أو البشرية المحتملة غالبا ما يرافق الأزمة مناخ من التوتر والارتباك، نتيجة لما تخلفه من ضغوط نفسية وتشتت في الأفكار. وندر في المعلومات أحيانا. ويذهب أحد الباحثين إلى أن

أوضح تعبير عن الأزمة أنها تتعلق بوجود تهديد موجه إلى الأهداف والقيم التي ترعاها أطراف الأزمة (البزاز، 2001).

إن إدارة المخاطر والأزمات لا تسند فقط على نشاطات العلاقات العامة، بل تشمل الإدارة الإستراتيجية الوقائية الفعالة (une gestion stratégique et proactive)، وثقافة الوقاية والإستعداد، وتوفير آليات المراقبة لضمان الكشف الفوري لمؤشرات حدوث الأزمة. تؤثر الأزمة على النظام ككل وتضع أعضاء المنظمة محل اختبار، كما أن أثارها تهدد شرعية النظام وبقاءه. (Therrien, 2019)

2 - مفهوم إدارة الأزمات:

هو علم إدارة التوازنات القوى ورصد حركاتها واتجاهاتها، وهو التكيف مع المتغيرات، وهو علم تحريك الثوابت وقوى الفعل في المجالات الإنسانية كافة، وتعد إدارة الأزمات علم وفن.

إدارة الأزمة هي عملية مستمرة ومنظمة تهدف إلى التنبؤ بالأزمات المحتملة من خلال دراسة ومراقبة وتحليل البيئة الداخلية والبيئة الخارجية، بغرض استئثار مؤشرات الخطر واستكشاف بوادر الأزمة، ومن ثم الإعداد لمجابهة الأزمة بتسخير كل الإمكانيات المادية والبشرية للتعامل مع الأزمة في كل مراحلها بكفاءة وفعالية.

يعرف إدارة الأزمة على انه وظيفة إدارية تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة، عن طريق الاستشعار ورصد التغييرات البيئية الداخلية والخارجية المولدة للازمات وتعبئة الموارد والإمكانيات المتاحة لمنع الأزمات، والإعداد للتعامل بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفعالية (التميمي، 2018).

عموما يمكن تعريف إدارة الأزمات على أنها العملية الإدارية المستمرة التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة عن طريق الاستشعار ورصد الموارد والإمكانيات المتاحة للتعامل مع الأزمات بأكبر قدر من الكفاءة والفعالية وبما يحقق أكبر قدر ممكن من الأضرار للمنظمة وللبيئة وللعاملين، مع ضمان العودة إلى الأوضاع الطبيعية في أسرع وقت وبأقل تكلفة ممكنة، ودراسة أسباب الأزمة لاستخلاص النتائج لمنع حدوثها أو تحسين طرق التعامل معها مستقبلا مع محاولة تنظيم الفائدة الناتجة عنها إلى أقصى درجة ممكنة (الشعلان، 2002).

تتمثل أهمية إدارة الأزمات فيما يلي:

- تزايد عدد الأزمات التي تعاني منها الدول والمنظمات العامة والخاصة في السنوات الأخيرة.
- التكلفة الاقتصادية والاجتماعية العالية للكوارث والأزمات وما تحدثه من أضرار إنسانية وبيئية وخسائر مادية ومعنوية مما يستلزم الاعتماد على نظام فعال لإدارة الأزمات.
- التأثير العميق للازمات على الهيئات والشركات وعواقب ذلك على السمعة والصورة الذهنية.
- انتشار الإشاعات والأخبار حول الأزمات والكوارث والتي تسبب في تعقيد الأزمة وضرورة إيجاد الحلول السريعة والفعالة للازمة من طرف فريق إدارة الأزمة.

3 - مفهوم اتصال الأزمات:

يشمل اتصال الأزمات على كافة الأنشطة الاتصالية التي تمارس أثناء المراحل الثلاثة اللازمة، ويندرج في إطار هذه الأنشطة كل أنواع الاتصال بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها، وعلى هذا الأساس فإن الأنشطة والأدوار الاتصالية المختلفة تدخل في نطاق اتصال الأزمة، كما تدخل الأنشطة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيري في مجال اتصال الأزمة (شومان 2002)

يعرف اتصال الأزمات على انه المعلومات الواعية والهادفة التي تقدمها المؤسسة للفئات المستهدفة قبل الأزمة وبعد وقوع الأزمة، وتسمح اتصالات الأزمة المتناسكة من حيث المحتوى والوقت والقناة للمؤسسة الرد على الانتقادات واستعادة ثقة المؤسسة والحفاظ على صورتها (Guide, 2019)

• أساليب الاتصال في إدارة الأزمة:

يمكن رصد أساليب الاتصال في إدارة الأزمات كالتالي: (السيد، 2010)

*- اتصال جماعات العمل: الجماعات الصغيرة لها دور ذو فعالية في عملية الاتصال، ففرق العمل هي التي تحدد حجم الأزمة ثم تسعى إلى وضع البدائل وإيجاد الحلول الفعالة لحل الأزمة عن طريق اختيار أفضل البدائل.

*- الاتصال التنظيمي: هو الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة وبين المؤسسة وبيئتها، ويلعب الاتصال التنظيمي دورا هاما في التعامل مع الأزمات من خلال الاتصال بين مجموعات العمل في تحديد وتوصيف المشكلة ثم طرح الحلول المناسبة.

*- الاتصال الجماهيري: يتم باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية بنقل المعلومات الى الجماهير حول الأزمة والحلول المقدمة لاحتواء الأزمة.

III. الاتصال الاستراتيجي وإدارة الأزمات والكوارث

يعني مصطلح الإستراتيجية "فن القيادة أو الإدارة لشؤون الحرب" (مدحت 2009)

وتعرف الإستراتيجية في الإدارة بأنها "رؤية شاملة لتحقيق الأهداف طويلة الأجل وتوجيه المنظمة بطريقة منظمة وشاملة لمواجهة التغيرات في البيئة الخارجية واستغلال ما تتيحه من فرص وتجنب واستيعاب التهديدات وتعظيم نقاط القوة الداخلية والتقليل من الأثر السيئ لنقاط الضعف". أما إستراتيجية الاتصال فهي مجموعة متناسقة من وسائل العمل في الأسواق التي تسمح للمنظمة الاتصال بمحيطها والتأثير على الجماهير. (صبيح 2012)

كما يعرف الاتصال الاستراتيجي بأنه "اختيار قيادة ربط وتشغيل وتنفيذ الموارد الخاصة بهذا الاتصال، وهو يعتمد على مهارات الاتصال مع تبني المصدقية من اجل الإقناع والتأثير".

1 - الاتصال الاستراتيجي في مرحلة قبل الأزمة:

يمثل التخطيط عملية وقائية لمرحلة ما قبل الأزمة تمكن من تجنب الأزمات المفاجئة، كما تساعد في تقليل تداعيات الأزمة.

• تحليل البيئة الداخلية: في مرحلة ما قبل الأزمة يتم رصد بيئة عمل المنظمة او الهيئة ووضع تصور شامل حول تاريخها ونشاطها ووضعها القانوني والمالي، والمشكلات التي تعرضت لها سابقا والمشكلات

المتوقعة وعلاقات العمل في الداخل والخارج، بالإضافة الى رصد جوانب قوتها وكيفية توظيفها في حالة حدوث أزمة، وعلاقتها مع مندوبي وسائل الإعلام.(مكاوي 2005)

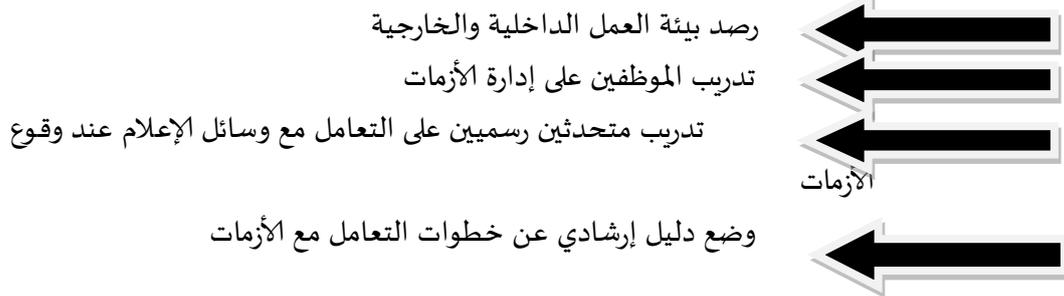
يرتكز التخطيط الاستراتيجي حول تساؤلات محورية: ما هي النواحي الايجابية للمنظمة؟ وما هي السلبيات والنقائص التي تعاني منها؟ وفيما تتمثل نقاط القوة ونقاط الضعف؟

● تحليل البيئة الخارجية: تعني فحص وتحليل متغيرات البيئة الخارجية التي تتميز بأحداث وعوامل بيئية متغيرة ومؤثرة يجب معرفتها وتحليلها جيدا، ومعرفة كيفية استغلالها لصالح المؤسسة والأطراف المستفيدة منها، تتضمن البيئة الخارجية مختلف القوى والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية التي يصعب على المؤسسة التحكم فيها وهي تقع ضمنا خارج الهيئة أو المنظمة. (مزهود 2006)

يمكن تحليل البيئة الخارجية من تحديد الفرص المتاحة فيها، كما تمكن من تحديد المخاطر التي قد تهدد المنظمة وتعرقل نموها وتطورها، بالإضافة إلى تجنب عنصر المفاجأة عند وقوع الأزمة لأسباب خارجية.

هذا ويتم تدريب فريق وموظفي إدارة الأزمات، ويتم خلال مرحلة ما قبل الأزمة وضع دليل إرشادي يتضمن خطوات التعامل مع الأزمة لتحديد ادوار ومسؤوليات كل عضو في فريق إدارة الأزمة، ويتطلب الدليل الإرشادي قاعدة معلومات عن المنظمة وعن محيطها الخارجي وحول طبيعة الأزمة. مع تحديد مسؤوليات وادوار كل أعضاء إدارة الأزمة وتحديد علاقتها مع الهيئات الإدارية الأخرى ومسؤوليات وادوار هذه الأخيرة، إلى جانب تخصيص مركز التعامل مع الجمهور اتصاليا وتنظيميا باعتبار أن هذا المركز هو الجهاز العصبي لإدارة الأزمة.(هامل 2009)

مخطط يمثل الأنشطة الاتصالية في مرحلة ما قبل الأزمة



2 - الاتصال الاستراتيجي أثناء الأزمة:

اتخاذ قرار الأزمة: تتم عملية اتخاذ القرار في الظروف غير الاعتيادية داخل إطار مفعم عادة بالضغط، يتم قرار الأزمة على جانبين الأول من اجل التحكم في الأزمة والثاني من اجل حل الأزمة، وقرار الأزمة الناجح هو القرار القادر على إنهاء الأزمة بأقل قدر من الخسائر، أما قرار الأزمة الفاعل فهو القرار القادر على تحويل الأزمة إلى مكسب يصب في مصلحة الدولة.(الشجيري 2014)

يتمثل دور الاتصال في هذه المرحلة في إعلام الجمهور بحدوث الأزمة وإعلام جميع العاملين وإعدادهم لأداء أدوارهم إضافة إلى إعداد نشرية داخلية وإرسالها لجميع الأقسام والمكاتب، أما على المستوى الخارجي فيتم التركيز على إزالة الغموض التي يكتنف الأزمة لمنع الإشاعات، وذلك بتزويد الصحفيين بالمعلومات باستمرار، ففي هذه المرحلة تصبح المنظمة محاصرة من وسائل الإعلام وتصبح عرضة للانتقاد (بالشمري 2016). يرتكز التعامل مع وسائل الإعلام في إصدار بيانات صحفية حول الحدث تكشف الحقائق بإيجاز ووضوح، وتقدم المعلومات التي تجيب عن التساؤلات الأساسية المتعلقة بالحدث أو الأزمة (ما الذي حدث، لماذا وكيف حدث، متى وأين، ومن كان حاضرا). وفي هذه المرحلة تدخل وسائل الإعلام في علاقات تنافسية مع وسائل الإعلام الأخرى في الحصول على المعلومات حول الأزمة لذا على المنظمة أن تكون حذرة ويقظة في التعامل مع الصحافة.

ترتكز استراتيجية الاتصال في هذه المرحلة على:

- توفير التسهيلات للعاملين بمكتب الاتصال أو خلية الأزمة
- فتح قنوات الاتصال لاستقبال الاتصالات ونشر المعلومات أول بأول حول المستجدات.
- الاستفادة من سجل المنظمة المتضمن إنجازات وامتنيازات التي يمكن أن تدعم مصداقية المعلومات والتصريحات المقدمة لوسائل الإعلام.
- عقد المؤتمرات الصحفية والندوات وتقديم التصريحات والمراسلات مع توثيقها على الموقع الرسمي للمنظمة.
- تخصيص مركز معلومات للطوارئ يعمل 24/24 ساعة.
- كما تقوم إستراتيجية الاتصال على منطلق أن " الأزمة ليست فيما حدث ولكن فيما يعتقد الناس انه حدث"، فسمعة المنظمة تكون موضع تهديد ليس بسبب الأزمة ولكن بسبب أفكار واتجاهات الناس حول المؤسسة، ومن المهم بالنسبة لفريق الأزمة معرفة أفكار الناس بشأن المنظمة وكيف تغيرت آراؤهم، وللتأثير على ردود أفعال الجمهور بشأن ايجابي، ويمن الاستعانة بمستشارين إعلاميين ومتخصصين ومحترفين (مكاوي 2005).

3 - الاتصال الاستراتيجي في مرحلة ما بعد الأزمة:

إن نهاية الأزمة لا تعني نهاية إدارتها، ولعل مرحلة تقييم الأزمة تفيد معرفة مدى سلامة نظام المعلومات ومصداقيته في إعطاء المعلومات السليمة عن الأزمة وأثارها، إضافة إلى الحكم على مدى سلامة أنظمة الاتصالات المستخدمة سواء قبل أو أثناء الأزمة وتقييم مدى فعاليتها وتأثيرها في تحجيم أثارها. تقوم المنظمة في هذه المرحلة باستقصاء رأي الجمهور الداخلي بهدف التعرف على آراءهم حول الإجراءات التي تم إتباعها في إدارة الأزمة، والمتابعة المستمرة لما تنشره وسائل الإعلام من أخبار حول المنظمة. (الطيب 2002)

المحور الثالث: استراتيجيات اتصال الأزمات أنواعها ومراحلها

• إستراتيجية الاتصال خلال الأزمة:

يعد وضع إستراتيجية الاتصال خلال الأزمة إدارة وقائية لدى الإدارة العليا للمنظمة تمكنها من مواجهة التغيرات والمستجدات والحالات الطارئة. تتضمن صياغة إستراتيجية الاتصال الخطوات التالية:

- تحديد الهدف: يجب على فريق إدارة الأزمة رسم الأهداف بوضوح وفق طبيعة الأزمات

- الجمهور المستهدف: يشمل الجمهور الداخلي والخارجي ولكل أزمة جمهورا خاصا بها وذلك حسب طبيعة ونوعية الأزمة، وتتم عملية تحديد الجمهور وفق قاعدة البيانات التي تملكها المنظمة وبحوث مسح الجمهور التي تقوم على الخصائص الديمغرافية والاجتماعية والنفسية، وتشمل: المساهمين، والمستثمرين، الزبائن والعملاء، الموردین والباعة، والمنافسين، والموظفين والعمال، المسؤولين النقابيين، وسائل الإعلام المختلفة.
- إعداد الرسائل الاتصالية: إعداد رسائل اتصالية فعالة لمواجهة الأزمة تتضمن معلومات توضيحية وتطمينية حول الوضعية والأحداث.
- تحديد وسائل الاتصال: أثناء الأزمة تلجأ إدارة الأزمة إلى وسائل الاتصال الأكثر فعالية في التأثير على الجمهور، ومنها البيانات الصحفية الموجهة لوسائل الإعلام ومختلف الصحفيين والمراسلين لتوضيح أبعاد المشكلة وأخر المستجدات، والمؤتمرات الصحفية التي يتم عقدها بين الحين والآخر، يتم إعدادها من طرف خبراء ومحترفين في التعامل مع وسائل الإعلام.
- تحديد المتحدث الرسمي: تتمثل وظيفة المتحدث الرسمي أو الناطق الرسمي في التعامل مع وسائل الإعلام وتحسين صورة المنظمة لدى الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك للتعبير عن موقف أو رأي نحو مختلف الموضوعات المتعلقة بالأزمة.
- تنفيذ ومتابعة الإستراتيجية: عملية المتابعة مهمة في إستراتيجية الاتصال كونها تسمح بمراقبة الأنشطة ومرافقة تدفق المعلومات وسيرورة العملية الاتصالية من المصادر إلى الجمهور المستهدف وكذلك التحكم في عملية رجع الصدى.
- تقويم العمليات الاتصالية: تنبع أهمية التقويم في مساعدة المنظمة على سرعة اتخاذ القرار علاوة على فائدته في توجيه العمل المبدئي والتخطيط الاستراتيجي المستقبلي. هذا بالإضافة إلى التقويم المستمر للتفاعل مع جميع الشركاء ومجاهة الصراعات والخلافات التي يمكن أن تحد من فعالية الاتصال، حيث يفيد قياس التأثير المتراكم في مختلف فترات ومراحل تنفيذ إستراتيجية الاتصال حتى يتمكن فريق إدارة الأزمة من تكييف المضامين الاتصالية وأهدافها مع متطلبات الوضعيات المختلفة على مستوى الجمهور، بالإضافة إلى ضرورة مراقبة وتحليل المادة الإعلامية التي تنشر عبر وسائل الإعلام المختلفة بأسلوب تحليل المضمون، مع تقويم الأساليب الاتصالية المستخدمة لاسيما الأكثر فعالية منها.

• أنواع إستراتيجية الاتصال خلال الأزمة:

*- إستراتيجية الاعتراف الكلي:

تعتمد على الاعتراف بالوقائع والأخطاء المرتكبة، وتركز على استعادة المصداقية من خلال الاعتذار للرأي العام.

*- إستراتيجية الاعتراف الجزئي:

تعترف المنظمة في هذه الحالة بالوقائع الرئيسية وتتحمل جزء من المسؤولية، وتحاول فصل مسؤولياتها عن مسؤوليات الأفراد، وربط أزمته بأزمات أخرى مماثلة. تركز على ثلاث مواقف هي:

- موقف قائم على الاندماج بمعنى أن تعمل المنظمة على البحث عن جهات او قطاعات أخرى تتقاسم معها المسؤولية باعتبارها ليست المسئول الوحيد عن الأزمة " مثلا منظمة ليست الوحيدة المسببة للتلوث".
- موقف قائم على تجاهل الحدث بمنطق لم نكن على علم بما حدث، وهو موقف خطير لا يخدم المنظمة ولا يساهم في حل الأزمة بل يعمقها أكثر.
- موقف فصل المنظمة عن الأشخاص والجهات المسببة للأزمة.

***- إستراتيجية التجنب:**

تهدف هذه الإستراتيجية إلى نقل موضوع النقاش إلى مستوى اوفضاء آخر حتى لا يتم التشكيك في المنظمة، تركز هذه الإستراتيجية على نوعين من المواقف:

- موقف الدسائس والمؤامرة وهو قائم على إبراز الأزمة على أنها مؤامرة وان المنظمة ليست المسببة للأزمة بل هي ضحية.
- موقف الآثار الجانبية وهو نقل موضوع النقاش إلى طرف آخر كأزمة التلوث في المناطق السكنية والعمرانية حيث يتم توجيه النقاش إلى كون الشركات والمصانع شيدت قبل الأحياء السكنية فلماذا تم التصريح بالبناء في مناطق صناعية بالأساس.

***- إستراتيجية الصمت:**

ترتكز هذه الإستراتيجية على موقف الصمت وعدم الاتصال خلال الأزمة، بمعنى غلق قنوات الاتصال والحوار مع الجمهور ومع وسائل الاتصال، يمكن اعتماد هذه الإستراتيجية خلال مرحلة فقط من الأزمة ولا يمكن تبنيها خلال فترة طويلة لان ذلك سيضر بالمنظمة و بمصالحها (Paquet,2008)

***- إستراتيجية الرفض:**

تتبنى هذه الإستراتيجية موقف السكوت بطريقة ممنهجة حيث يتم إنكار الوقائع بشكل قاطع، لاسيما عندما تكون الأحداث ذات أهمية قصوى وخطيرة جدا كالهجمات الإرهابية، وحوادث فيها خسائر معتبرة مادية وبشرية، توظف هذه الإستراتيجية في الأجال القصيرة في معالجة الأزمة (Cartier,2010)

خاتمة

إدارة الأزمات هو نشاط إداري يمكن الإدارة من التنبؤ بحدوث الأزمة والتأهب لمجابهتها، وتهيئة المناخ المناسب لاحتوائها، عن طريق اتخاذ الإجراءات والتدابير الضرورية للقضاء عليها في مراحلها الأولية أو تغيير مسارها لصالح المنظمة وتقليل أثارها.

يشكل الاتصال مدخلا استراتيجيا في إدارة الأزمات حيث يمكن المنظمة من اتخاذ القرارات الصائبة تجاه الأزمة والخروج منها بأقل الأضرار، وقد حاولنا من خلال ما جاء في محاور المداخلة التعرف على فعالية اتصال الأزمات في معالجة الأزمات في مختلف مراحلها قبل أثناء وبعد الأزمة، كما تطرقنا إلى إستراتيجية اتصال الأزمة وخطواتها واهم الاستراتيجيات المتبناة خلال الأزمات.

المراجع

المؤلفات

- البزاز حسن: إدارة الأزمة بين نقطتي الغليان والتحول، (ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2001)، ص67.
- التميمي خلف كريم كيوش: استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018)، ص-ص121-123.
- السيد عثمان فاروق: التفاوض وإدارة الأزمات، (مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010)، ص150.
- الشجيري فايق حسين: أهمية المعلوماتية في اتخاذ قرار الأزمة، (المجلة السياسية الدولية، الإصدار 24، جامعة المستنصرية، بغداد 2014.pdf).
- الشعلان احمد فهد: إدارة الأزمات، (أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض 2002)، ص30.
- الشمري محمد مرضى: المدخل الى دراسة العلاقات العامة والإعلام، (العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2016)، ص32.
- شومان محمد: الإعلام والأزمات، (دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة 2002)، ص132.
- صبيح احمد: استراتيجيات العلاقات العامة والإعلام، (دار النهضة العربية، القاهرة 2012)، ص51.
- مدحت محمد ابو نصر: مقومات التخطيط والتفكير الاستراتيجي (المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2009)، ص124.
- مكاوي احسن عماد: الاعلام ومواجهة الازمات، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005)، ص ص 115-116.
- هامل مهديّة: اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية، (اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009)، ص104.
- paquet Philippe: information communication et management dand lentreprise, ed harmattan, paris, 2008, pp170-172.
- cartier Manuel, helene Delacour : maxi fiche de stratégie, Dunod, paris, 2010 , p157.

المقالات:

- مزهودة عبد المليك: التسيير الاستراتيجي للمؤسسات (مجلة الباحث، العدد4، ورقلة 2006)، ص90.

مواقع الانترنت

- Marie-Christine Therrien, gestion de crise, Dictionnaire encyclopédique de l'administration ...
www.dictionnaire.enap.ca/dictionnaire/docs/definitions/defintions.../gestion_crise.pdf
 consultation 16-07-2019 a 20 :00.
- guide de la communication de crise, www.reseau-chu.org, consulté le 12-07-2019, a 20 :00.