

الاتصال ودوره في ادارة الازمات |

قراءة نظرية في النماذج الاتصالية والادارية

Communication and its role in crisis management

Reading theory in communication and administrative

امال قاسيمي

كلية علوم الاعلام والاتصال_ ammola_red@yahoo.fr الجزائر

تاريخ الإستلام: 2019/04/15، تاريخ المراجعة 2019/05/01، تاريخ القبول 2019/05/26

ملخص:

تمثل اتصالات الازمة جزء من الخطة الشاملة او الاستراتيجية العامة لإدارة الازمات، هذه الاخيرة التي في العادة تمنح لمسؤولي العلاقات العامة عند التخطيط لإدارة الازمة، علما أن إدارة الازمة اصلا تتطلب التحكم في سلوكيات الافراد والجماعات المتفاعلين داخل محيط الازمة، لكن يبقى التعامل مع الازمة باستخدام تقنيات الاتصال الفعالة قبل واثناء وبعد حدوثها من انجع السبل للتخفيف من حدتها وتقليص من رقعة انتشارها.

وعليه يهدف هذا المقال طرح وتحليل وتحديد النماذج الاتصالية والادارية التي اهتمت بتقديم مجموعة من القواعد والمعايير الاتصالية بالجمهور والتي هي مزيج بين نماذج اتصالية بصفة عامة ونماذج الازمات بصفة خاصة، مع التعرّيج لمختلف التعاريف المقدمة لاتصال الازمات وإدارة الازمات واستنتاج الفروقات الجوهرية بينهما خاصة وان الاتصال ذو اهمية كبيرة في ادارة الازمة سواء قبل حدوثها او اثناء وقوعها او بعد حدوثها.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، الازمة، اتصال الازمة، ادارة الازمات.

Abstract : Crisis communication is part of the overall plan or strategy of crisis management, which is usually given to public relations officials when planning crisis management. Crisis

management already requires control of the behavior of individuals and groups interacting within the crisis environment, But the dealing with the crisis by using effective communication techniques before, during and after the occurrence is the most effective ways to mitigate and reduce its spread.

So, this article aims to introduce, analyze and define communicative and administrative models that are concerned with presenting a set of communication rules and standards to the public. This is a combination of communication models in general and crisis models in particular, with a broadening of the various definitions of crisis communication and crisis management, In the management of the crisis, whether before or during the occurrence or after the occurrence

Keywords: Communication, crisis, crisis communication, crisis management.

مقدمة

لقد أولت مختلف المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والاعلامية والسياسية عبر العالم في الآونة الاخيرة الاهمية الكبرى لعملية ادارة الازمات وكذا للتقنيات والوسائل التي تستعين بها لتحقيق الادارة الفعالة، وذلك حتى تستطيع السيطرة على مختلف الازمات والسهر على تفاديها في الازمنة الحاضرة، ومن بين هذه الوسائل والتقنيات التي تعتمد عليها نجد مختلف التقنيات الاتصالية، اذ يتطلب الأمر وجود معلومات دقيقة تشرف على تحضيرها مؤسسات مختصة، سواء قبل ظهور الأزمة لتوفير حدٍ أدنى من الشروط لمواجهةها في أثناء حدوثها وتجنب المخاطرة بسبب تصاعدها في أثناء تدبيرها، أو في أثناء وقوع هذه الأزمة لتجنب العشوائية في التعامل معها، أو الاستفادة من معلومات ما بعد الأزمة لاستثمارها في حالة حدوث أزمات لاحقة. ويبقى التعامل مع الازمة باستخدام انجع السبل واحسن التقنيات الاتصالية قبل واثناء وبعد حدوثها من المفاتيح الاساسية للتخفيف من حدتها وتقليص من رقعة انتشارها.

أولا: الاستراتيجيات التقليدية والحديثة لإدارة الأزمات

لقد تنوعت وتطورت الإستراتيجيات التي يجري استخدامها في المؤسسات لإدارة الأزمات، وأهمها:

❖ الاستراتيجيات التقليدية لإدارة الأزمات: وتتمثل في ما يلي.

- **إستراتيجية إنكار الأزمة:** وتمثل أبسط الطرق التقليدية إذ يعلن المسؤول بأنه لا توجد أزمة وأن الوضع القائم أفضل وأحسن الأوضاع وليس بالإمكان بأن يكون أفضل مما عليه الآن، ويطلق عليها طريقة التعتيم الإعلامي للأزمة. وتستخدم هذه الطريقة في ظل وجود إدارة أوتوقراطية شديدة التسلط.

- **إستراتيجية كبت الأزمة:** وفيها تقوم المؤسسة او المنظمة بإغلاق منافذ العناصر الأساسية المكونة للأزمة، وهي إستراتيجية تشير إلى أن المؤسسة المستخدمة لها متسلطة ومستبدة.

- **إستراتيجية تكوين لجان لدراسة الأزمة:** تعتمد عليها المؤسسة عندما لا تتوفر على المعلومات الكافية عن القوى الفاعلة في الأزمة، ويكون الهدف الأساسي من تكوين اللجان لتحديد العناصر الأساسية بنشوتها والمحركين لها وإفقادها قوى دفعها.

- **إستراتيجية بخس الأزمة:** هنا تقوم المؤسسة بالاعتراف بوقوع أزمة معينة مع التقليل من حدتها والادعاء بأنها تحت السيطرة وسيتم التعامل بالأسباب المناسبة. وتفيد هذه الطريقة فعلا في الأزمات البسيطة والمحدودة والجزئية حين تكون المؤسسة قادرة على علاج الأمر بعد التهوين من شأنه والتقليل من حجمه. (فهد علي ناجي، 2012).

- **استراتيجية تفرغ الأزمة:** هي مواجهة حادة وعنيفة مع محركي الأزمة ومؤيديها، وذلك بغرض التعرف على مدى صعوبة المحركين والمؤيدين.

- **استراتيجية عزل قوى الأزمة:** وتشير إلى قيام المؤسسة بإبعاد قوى الأزمة عن الموقف الأزموي، وفي هذا الموقف يتم تحديد المحركين الرئيسيين وعزلهم

جغرافيا، ماديا ونفسيا عن أحداث الأزمة نفسها. ويتم العزل بعدة طرق منها على سبيل المثال: إرسال محركي الأزمة إلى مهام وظيفية وعملية.

-إستراتيجية تنفيس الأزمة: تشير الى تهدئة الأزمة من خلال إيجاد فتحات جانبية في الأزمة للتنفيس من الضغط والتوتر والصراع الموجود داخل الأزمة ومنعها من الانفجار. وهذه الطريقة معروفة أيضا باسم "تنفيس البركان".

-إستراتيجية إخماد الأزمة: وتشير إلى صدام عنيف وعلني وصریح مع قوى الأزمة. وبالتالي فهو عكس الأفكار تماما، وحينما يتم الصدام العنيف يتم أساسا مع المحركين لهذه الأزمة وتصفيتهم، وتتم تصفيتهم من خلال منع أي م وارد مالية عنهم أو حوافز، وكذا منع الاتصال بينهم وبين مؤيديهم. (أحمد ماهر، 2006)

❖ الإستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات، لقد فصل فيها فهد علي ناجي

كما يلي (فهد علي ناجي، 2012):

-إستراتيجية تغيير (تحويل) المسار: تستخدم للتعامل مع الأزمات الشديدة التي يصعب احتوائها، وذلك من خلال خلق روح التحدي لدى الأفراد لتعويض الخسائر ولتحقيق أفضل النتائج.

-إستراتيجية تفتيت الأزمة: تعتمد هذه الإستراتيجية على معرفة كافة التفاصيل للعوامل المسببة للأزمة من خلال تحديد الإطارات المتعارضة والمنافع المحتملة ومن ثم تقسيم أثر الأزمة لأجزاء متعددة قابلة للحل، وتصلح هذه الإستراتيجية للأزمات الضخمة والخطيرة.

-إستراتيجية احتواء الأزمة: وفق هذه الإستراتيجية يتم حصر الأزمة بنطاق محدود وتجميدها عند مرحلة يمكن استيعابها وإفقادها قوتها، وذلك من خلال التركيز على الاستماع إلى مطالب قوى الأزمة والتفاوض معهم من خلال قنوات تفاوض رسمية تمثلهم كالتقابات والأحزاب.

-إستراتيجية تفرغ الأزمة: من أنجح الطرق غير التقليدية للتعامل مع الأزمات، إذ أن الأزمة بحقيقتها تدور حول مضمون معين ومن ثم فإنه وبدون الاتفاق على هذا المضمون يكون من الصعب استمرار الضغط الدافع لنشوء الأزمة.

-إستراتيجية الاحتياطي التعبوي: تلجأ إلى هذه الإستراتيجية المؤسسات الصناعية التي تحتاج إلى مواد خام لعمليات الإنتاج، وبذلك يمكنها من مواجهة أزمة النقص بالمواد الخام.

-إستراتيجية المشاركة الديمقراطية: هذه الإستراتيجية شديدة التأثير عندما تتفوق الأزمة بالعنف البشري، وعادة ما يستخدم في المجتمعات التي تتسم بالحرية الفردية كالسلوك الاقتصادي، السياسي والاجتماعي الحر، إذ يعلن مدى الأزمة وخطورتها وأسلوب مواجهتها، كما تحدد واجبات أبناء المجتمع ومسؤولياتهم تمهيدا للقضاء على الأزمات.

-إستراتيجية تدمير الأزمة ذاتيا: وتسمى أيضا إستراتيجية "التفجير الداخلي للأزمة" أو "بالصدام المباشر" وتستخدم حينما ترى المؤسسة أن هناك خطرا مدبرا للمؤسسة ويهدد بقاءها، وهنا تلجأ المؤسسة إلى التفجير الداخلي لعناصر الأزمة ومحركيها، وذلك بإتباع الخطوات التالية: ضرب مؤيدي الأزمة بشدة والهجوم على فكر الأزمة، استقطاب بعض من قوى الأزمة من المحركين والمؤيدين، استهداف محركي الأزمة ذوي القوة من خلال إبعادهم وربما تصفيتهم، إيجاد قادة بديل للأزمة أكثر اعتدالا يمكنهم تحويل أتباع الأزمة من جهودهم السلبية لمسارات أخرى إيجابية.

-إستراتيجية الوفرة الوهمية: وهي إحدى الطرق النفسية التي يلجأ لها متخذ القرار للتعامل مع الأزمات العنيفة، السريعة ومتلاحقة الأحداث والتي تنذر بخطر مدمر للكيان الإداري مع وجود عامل نفسي مصاحب قد يعمل على

إيجاد حالة من الفزع، ويحفز عوامل الأزمة ومن أمثلتها: الأزمات التمييزية التي تتصل بإحدى السلع الضرورية مثل الخبز، الدقيق... الخ.

ثانيا: استراتيجيات الاتصال كدعامة للتصدي للازمات

تحدد أدبيات اتصال الأزمة عدة استراتيجيات اتصالية تستخدم خلال الأزمات للتصدي للشائعات، وهي على النحو التالي:

- **إستراتيجية التركيز:** ويقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة، ولا تستخدم إلا في حالة توافر إمكانيات وموارد كبيرة تسمح باستخدام أكثر من وسيلة.

- **إستراتيجية الدينامية النفسية:** وتعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس فيما يتعلق بالمنبه والاستجابة عند الفرد، كما تقترح التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة، وتحقيق استمالات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف.

- **الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية:** تقترح هذه الإستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي.

- **إستراتيجية بناء المعاني:** تفترض هذه الإستراتيجية أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تتجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان وإكسابها معاني جديدة.

- **الإستراتيجية القانونية:** وتقوم المعالجة الإعلامية فيها على الاستعانة بآراء الخبراء والمستشارين القانونيين للمؤسسة، وتتمثل في ذكر اقل معلومات، وإنكار الاتهامات الموجهة للمؤسسة لتحويل المسؤولية لجهة أخرى.

-إستراتيجية الاستجابة والدفاع: وتقوم باختصار هذه الإستراتيجية على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم به المتحدث الرسمي للمؤسسة وذلك بالاستعانة بآراء وخبرات كافة المستشارين المعنيون بالأزمة.

-إستراتيجية الاتصال الوقائي: تتميز الإستراتيجيات السابقة بان لها طابع "دفاعي"، من هذا برز التفكير في أهمية وضع إستراتيجية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام من اجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها. كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع بقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعي ويقظة من مناخ الشائعات وأساليب ترويجها. (عادل صادق محمد، 2007) اما في كتابه communicator فقد حدد الباحث الاجنبي Marie-Helene ثلاثة استراتيجيات لاتصال الازمات وهي كالتالي:

1. اتصال ادنى . 2. الاخفاء المتحكم . 3. الشفافية(عادل صادق محمد:

،2007) الجدول الموالي شرح لها(Marie, Helene : 2000)

تعريف	اتصال ادنى	الاخفاء المتحكم	الشفافية
تعريف	تتكلم بشكل وجيز موجز	ارسال المعلومات بشكل جد بطيء	الانفتاح الكلي على الجمهور
الإيجابيات	السرعة- البساطة	الفعالية- القوة	الجدية- المصدقية- مشاركتها وسائل الاعلام

السليبات	استراتيجية محدودة ولا تقدم المعنى احيانا	استراتيجية المخاطرة وتتطلب تقنيات عالية	استراتيجية خادعة في بعض الاحيان
----------	--	---	---------------------------------

ثالثا: النماذج الاتصالية والادارية المستخدمة في عملية إدارة الازمات

رغم أن معظم الدراسات التي اهتمت بدور اتصالات الأزمة في إدارة الأزمات لم تهدف إلى تقديم نموذج نظري يمكن تعميمه على أزمات أخرى إلا مراجعة أو بيانات اتصالات الأزمة تكشف وجود بعض المساعي والمحاولات الجادة والحديثة للخروج من دائرة العمومية والنصائح العامة إلى اقتراح نماذج نظرية عن اتصالات الأزمة، وأهم هذه النماذج نجد:

1- النماذج التي اهتمت بالأسس والمعايير الاتصالية في حالة الازمات

ويقصد بها النماذج التي اهتمت بتقديم مجموعة من القواعد والمعايير الاتصالية بالجمهور بحيث تمثل أساسا لنماذج أخرى في الاتصال بصفة عامة والازمات على وجه الخصوص الى جانب تلك النماذج منها ما يهتم بأنواع الاتصالات ورصد مدى تباينها واهميتها والتي يمكن استخدامها في حالة الازمات مثل نماذج جرونج Grung عن العلاقات العامة والاتصالات، في حين أن أخرى قد سعت إلى تقديم عدة أسس ومعايير وأولويات الاتصال بفئات الجمهور المختلفة، بحيث يتم تفضيل نوعية من الجمهور على آخر عند التعامل مع الازمات وقت الحدوث، وتمثل ذلك نموذج لوكازويكسي عن اهداف وقواعد الاتصال في حالة الازمات، وسنحاول ان نلخصها فيما يلي: (السيد السعيد، 2006)

أنماذج اتصالات العلاقات العامة المتطورة لجرونج وهنيت Grung &

Hunt

تمثل هذه النماذج التي سنذكرها أكثر استخداما في أبحاث العلاقات العامة بصفة عامة، فإنها أكثر احتياجا في أبحاث الأزمات في سياق العلاقات العامة والاتصال، نظرا لاعتماد أكثر النماذج في اتصالات الأزمة عليها، وهو ما يستدعي عرض أسس ومبادئ تلك النماذج ومنظورها عند Hunt & Grung عام 1984 الى ان طورها Grung & Rober وكذلك (1992) Fearn Banks. ومن هذه النماذج نجد :

- نموذج الذبوع والانتشار من خلال الصحافة : محاولة ممارسي العلاقات العامة جعل مؤسساتهم ومنتجاتهم معروفة لدى الجماهير، وذلك باستخدام الطرق المختلفة، سواء إذا كانت المعلومات والتصريحات حقيقية أم غير ذلك، فهي لا تهتم بمدى حقيقة وصحة المعلومات التي تقدمها بقدر الانتشار بين الجماهير، والهدف هو إقناع الجماهير بأي شكل من الأشكال بما تريده المؤسسة وما تقدمه. وبالتالي فهي تستخدم طريقة واحدة تنقل المعلومات إلى الجماهير، ومن ثم فإنها لا تحتاج إلى إجراء المسموح للجماهير لعدم وجود رجوع الصدى من جانب الجمهور هذا وقد وجد كل Grung & Hunt أن 15 % من ممارسي العلاقات العامة يستخدمون من هذا النموذج (1984). في حين دعا المؤلفان إلى التقليل من استخدام هذا النموذج خاصة مع التطورات المستمرة في المؤسسات وعلاقتها بالجمهور، وتطلعات خبراء وممارسي العلاقات العامة، وهذا ما أكده Grung (1992) أن ممارسي العلاقات العامة أصبحوا غير متحيزين لاستخدام هذا النموذج.

- نموذج إعلام وإخبار الجمهور: يختلف هذا النموذج عن النموذج السابق، من حيث الحقائق وصحة البيانات والتصريحات ضرورية وهامة، والتي يتم تقديمها للجمهور من خلال الصحافة، أو ما تنشره الصحافة عن المؤسسة، وهذا النموذج يعتبر سائدا في المؤسسات الحكومية، كما أنه يتخذ طريقة واحدة واتجاها منفردا كسابقه في نقل المعلومات من المؤسسة إلى الجمهور، وبالتالي

فإنه لا يتطلب بصفة مستمرة إجراء البحوث والمسوح، وإنما يتطلب نوعا من التقييم كمسوح القراء أو معرفة كمية القصص الصحفية التي تناولت المؤسسة.

- نموذج ثنائي الاتجاه غير المتناسق أو المتوازن : ويسمى أيضا نموذج الإقناع العلمي أو الفني، حيث يقوم ممارسو العلاقات العامة باستخدام نظرية العلوم الاجتماعية والبحاث كالمسوح لمحاولة إقناع الجماهير بتقبل وجهات نظر المؤسسة، وهنا يوجد بعض التغذية المرتدة (رجع الصدى) من جانب الجمهور، إلا أن ذلك لا يؤثر ولا يغير من إدارة المؤسسة لاتصالها وأسلوبها مع الجمهور كنتيجة لتلك النواحي.

- نموذج ثنائي الاتجاه والمتوازن والمتناسق : ويمثل أفضل النماذج وأكثرها استخداما ونجاحا في برامج الاتصالات مع الجمهور، وهو ما أكده Grung 1992 من أن ممارسي العلاقات العامة يفضلون هذا النموذج بشرط توافر الخبرة عند ممارسته، واهتمام (ووعي المؤسسة بضرورة تطبيقه، وذلك لأن النموذج يهتم بالتفاعل فيما بين المؤسسة والجمهور، ويهتم بتبادل الحوارات والمناقشات والآراء، بحيث تتوافر سمات التفاوض والاتفاق والإنصات والاندماج في الحوار.

- نموذج الاعتذار: تعتمد المؤسسة على هذا النموذج، وذلك من خلال سعيها لإقناع جماهيرها بأن ترى المؤسسة بصورة أكثر إيجابية.

ب. نموذج لوكا زيسكي عن اتصالات الأزمة (Lukaszewski) : يعتمد هذا النموذج على عدة مراحل لتحقيق الأهداف المعيارية للاتصال أثناء إدارة الأزمة.

2. النماذج التي اهتمت بالتخطيط للمراحل المختلفة في ادارة الازمات

وهي تلك النماذج التي قدمت الخطوات والاجراءات اللازمة عند التخطيط للتعامل مع الازمات في المراحل الزمنية الثلاث لمرور الازمة قبل واثناء وبعد الازمة، سواء في مرحلة واحدة من تلك المراحل او في المراحل الثلاث مجتمعة

بحيث تمثل اوجه استعداد المنظمات للتعامل مع الازمات في المراحل التي تمر بها، وتتمثل في ثلاث نماذج هي:

أ- نموذج اتصالات الازمة ونظرية الالعب للباحث "ميرفي، Murphy"

بحيث يفترض ان هناك لاعبين او اكثر وانه لكي تتحقق الاهداف فان احد اللاعبين هو مسؤول العلاقات العامة واللاعب المعرض قد يكون شخصا واحدا او مجموعة من الافراد يلعبون كوحدة -مثل شركة منافسة يجمعهم هدف واحد- وعلى هذه المجموعة اختيار الاستراتيجيات والالعب للوصول الى النتائج، وهنا يظهر اهمية الوقت عند حدوث الازمة وخاصة عند ترتيب مؤتمر صحفي او نشر اخبار عن الازمة، حيث يكون مسؤول العلاقات العامة في تلك الحالة هو اللاعب الاول ومراسلو وسائل الاعلام يمثلون اللاعب الاخر ويكون الفوز لوسائل الاعلام في الحصول على معلومات وقصص صحفية في حين يكون الفوز لمسؤول العلاقات العامة في احتواء الموقف قبل نشره على الجمهور.

ب- نموذج الخمس خطوات في الاستجابة للازمة للباحث "ألبريشت،

Albrecht": هذا النموذج يتكون من خمس خطوات رئيسية وتتمثل في:

-القيام بعملية مسحية لتقدير الاخطار وحدتها وخطورتها وحجمها، وتحديد حجم الضرر

-تحديد الادوار والواجبات عند ادارة الازمة، وذلك بتحديد السلطة المسؤولة عن قيادة الفريق.

-تحديد الهدف والغرض من ادارة الازمة، وكذا تحديد انواع الاحداث الازموية ومدى تأثيرها على المؤسسة.

-الاستجابة والتعامل مع تقرير المخاطر من خلال ضرورة اهتمام الادارة بالاجراء المسحي لتقدير الاضرار والمخاطر.

ج. النموذج المدمج المتوازن لإدارة اتصالات الازمة اهتم المؤلفان " هيريرو

وبرات (Herero & Pratt) بتطوير نموذج يسعى إلى التعامل مع الأزمات

في المراحل " المختلفة من إدارتها، وأطلقا عليه " النموذج المدمج المتوازن لاتصالات الأزمة". وذلك من خلال أربع خطوات رئيسية تشمل:

-إدارة القضايا : وتمثل أول خطوة أمام المسؤولين عن اتصالات الأزمة

-التخطيط من أجل المنع : وتتم هذه المرحلة من خلال استحداث سياسة وقائية للقضية وإعادة تحليل علاقات المؤسسة ب جماهيرها المتعددة .

-الأزمة : تتخذ المؤسسة في هذه المرحلة مجموعة إجراءات منها تكوين أعضاء فريق إدارة والمتحدث الرسمي الذي يتعامل مع وسائل الإعلام وتدريبه .

-ما بعد الأزمة: وفيها تحاول المؤسسة تحسين صورتها لدى الجمهور والعمل على عودتها كما كانت قبل الأزمة.

3.النماذج التي اهتمت بمضمون الرسالة الاتصالية ونوع الخطاب في ادارة الازمات:

وهي تلك النماذج التي اهتمت بكيفية معالجة الازمات من خلال تحديد مضمون الرسالة الاتصالية الموجهة الى الجمهور بفنائه ونوعياته المختلفة والذي يشتمل على عدة اساليب اتصالية تمثل نوع الخطاب الموجه الى هذا الجمهور سواء كان اعتدائي تبريري هجومي دفاعي انكاري، بحيث يمثل مسلك المؤسسة في معالجة الازمة والكيفية التي تعالج بها الاضرار التي لحقت بصورة المؤسسة وسمعتها لدى الجمهور، ومن بين نماذجها نجد: استراتيجية الاعتذار المبنية على نظرية خطاب اصلاح الصورة، نظرية خطاب اصلاح الصورة كنموذج لادارة مواقف الازمات والتي تقوم على اصلاح الخلل الطارئ على الصورة المؤسسية نتيجة الازمة، وهذه النظرية قائمة على عدة استراتيجيات تتمثل في: استراتيجية الانكار، استراتيجية تجنب المسؤولية، استراتيجية التقليل والتهوين من عنف وشدّة الحدث، استراتيجية العمل على تصحيح الاوضاع، واخيرا استراتيجية الاعتراف وطلب الصفح .

4.النماذج القياسية والمعيارية لمدى كفاءة ادارة الازمات

ويقصد بها تلك النماذج التي اهتمت بتقديم اجراءات ادارة اتصالات الازمة والعوامل المؤثرة على مدى فعاليتها بحيث انها تقدم تلك الاجراءات من خلال عدة مقاييس تحدد مدى فعالية واهمية تلك الاجراءات الى جانب انها تقدم العوامل المؤثرة على العلاقات العامة عند التعامل مع الازمات والتي تقيس فعالية العلاقات العامة بمدى تضامنها مع تلك العوامل، ومدى تأثيرها على العلاقات العامة، ومن تلك النماذج نموذج مارا Marra عن العلاقات العامة في ادارة الازمة، ونموذج بيرنات Burnett الاستراتيجي للعلاقات العامة في الازمات، نموذج برون وأولسون Bronn et Olson في صنع القرار الاستراتيجي لمديري العلاقات العامة.

هذه النماذج التي سعت من خلال الافكار التي اتت بها الى ايجاد السبيل الناجع لإنجاح عملية إدارة الأزمة قبل حدوثها او أثناء حدوثها، او بعد حدوثها مع الاخذ يعين الاعتبار نوع الوسائل المستخدمة وكذا تقييم وضعية الجمهور، فاذا ما تحدثنا عن بعض الازمات التي عاشها العالم وعرف كيف يتعامل معها جمهورها، نجد ازمة اعصار إيرما في فرنسا، اين عمل الرئيس الفرنسي على إخماد هذه الازمة عن طريق محاولة انكار وجود ازمة أصلا مع العمل على نشر هذه الفكرة محليا وعالميا رغم ان الاوضاع كلها تشير الى وجود أزمة، وهنا نجد الاعلام المحلي نقل انتقادات زعيمة حزب الجبهة الوطنية اليميني المتطرف الفرنسي، مارين لوبان، سياسة الرئيس إيمانويل ماكرون وحكومته في مواجهة إعصار إيرما ، الذي دمر مناطق واسعة في جزر الأنتيل.

إلى هنا يمكن أن نقول أنه يمكن تسيير أية أزمة عن طريق اتباع تقنيات واستراتيجيات وأساليب مختلفة مثل النماذج التي سبق وان ذكرناها سابقا، لكن يرجع أمر إنجاح ذلك الى الرؤوس المدبرة والمطبقة لبرامج التسيير واحتواء الازمة، فالقائم بالإدارة والتسيير يجب ان يتوفر على امكانيات فكرية كبيرة، مع الاعتماد على وسائل اعلام هادفة.

قائمة المراجع

1. أحمد ماهر، (2006)، إدارة الأزمات، الدار الجامعية، الإسكندرية.
2. عادل صادق محمد: (2007)، الصحافة وإدارة الأزمات (مدخل نظري تطبيقي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
3. السيد السعيد، (2006)، استراتيجيات ادارة الازمات والكوارث، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة.
4. ناجي فهد علي: أثر إستراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي، مذكرة الماجستير في إدارة الأزمات، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012 م، ص ص 32.33.

1. Marie, Helene : Communicator, DUNOD, 3eme édition, Paris, 2000.