

وسائل الاتصال في إدارة الأزمات بمؤسسة سونلغاز قسنطينة 02

Means of communication in crisis management at Sonelgaz Constantine 02نايلي خالد¹، بوشارب بولوداني خالد²¹ جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، naili.khaled@univ-guelma.dz² جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، bouchareb.khaled@univ-guelma.dz

تاريخ الاستلام: 2020/10/07 تاريخ القبول: 2022/01/16 تاريخ النشر: 2022/06/28

ملخص:

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية، الكشف عن مختلف الوسائل الاتصالية والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي توظفها مؤسسة سونلغاز قسنطينة 02 في إدارتها للأزمات التي تعترضها بين الحين والآخر. حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي، الذي يقوم على تفسير الظاهرة بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق ومتكامل للأزمة التي تقوم على الحقائق المرتبطة. كما وظفنا الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات. وفي الأخير خلصنا إلى نتيجة أساسية مفادها، أن المؤسسة تعتمد على بعض الوسائل والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، كما تغفل البعض الآخر. كلمات مفتاحية: وسائل الاتصال، الأزمة، اتصال الأزمة.

Abstract:

Through this research document, we will try to discover the different means of communication and the modern information and communication technologies that Sonelgaz Constantine 02 uses to manage the crises that it encounters from time to time. Where we relied on the descriptive approach, which is based on the explanation of the phenomenon in order to conclude a precise and complete practical description of the crisis based on the associated facts. We also used the questionnaire as a basic tool for data collection. In the end, we have come to the fundamental conclusion that the institution depends on certain modern information and communication means and technologies, but neglects others.

Keywords: Means of communication, crisis, crisis communication.**Résumé: Moyens de communication en gestion de crise chez Sonelgaz Constantine 02**

A travers ce document de recherche, nous tenterons de découvrir les différents moyens de communication et les technologies modernes de l'information et de la communication que Sonelgaz Constantine 02 utilise pour gérer les crises qu'elle rencontre de temps en temps. Où nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive, qui est basée sur l'explication du phénomène afin de conclure une description pratique précise et complète de la crise à partir des faits associés. Nous avons également utilisé le questionnaire comme outil de base pour la collecte de données. En fin de compte, nous sommes arrivés à la conclusion fondamentale que l'institution dépend de certains moyens et technologies modernes d'information et de communication, mais en néglige d'autres.

Mots clés : Moyens de communication, crise, communication de crise.

1. الإشكالية:

لقد شهد العالم بأسره منذ بداية القرن العشرين (20م) وخاصة في النصف الثاني منه -وذلك في ظل العولمة - تحولا وتغيرا كبيرا وواضحا مس جميع المجالات والميادين على غرار الميدان الاجتماعي والسياسي والثقافي والتكنولوجي والاقتصادي... وكذا الميدان الاتصالي، هذا الأخير الذي كان نتيجة للتقدم الكبير والهائل في وسائل الاتصال الجماهيري والوسائل التكنولوجية، إضافة إلى كل هذا بروز طرق ومناهج جديدة في مجال تسيير أو إدارة المؤسسات.

هذه التحولات والتغيرات كما أوردها كل من " **Bernard Brochand et Jacques Lendrevie** " في كتابهما المعنون ب " **Le PUBLICITOR** " كانت نتيجة لانفتاح الأسواق والمنافسة بين المؤسسات من جهة ولبروز النزعة الأخلاقية في إدارة المؤسسات من جهة أخرى، وكذا دور الاتصال والإشهار والعلاقات العامة كعناصر لها دور في تحسين صور المؤسسة وإضافة إلى ربط ولاء الجماهير الداخلية والخارجية بالمؤسسة من أجل تحقيق أهدافها. (**Bernard Brochand. 1993. P78.**)

ويحظى اتصال الأزمة باهتمام كبير من جانب الباحثين في العلوم الاجتماعية بصفة عامة والاتصال الجماهيري بشكل خاص، وذلك طبعا على ضوء الثورة التكنولوجية التي يعيشها العالم الآن في مجال الإعلام والاتصالات، والتي تنقل الأحداث والأزمات فور وقوعها من أي مكان في العالم، ومن بين الفروع الهامة في مجال إدارة الأزمات هو كيفية إدارة الأزمة على مستوى الجمهور الداخلي وكذا الجمهور العام (الجمهور الخارجي) ووسائل الإعلام وهو ما يعرف باتصالات الأزمة. (قدري علي عبد المجيد. 2008. ص5). وقد مورست إدارة الأزمات منذ عصور قديمة جدا، وكانت مظهر من مظاهر التعامل الإنساني مع المواقف الطارئة أو الحرجة التي واجهها الإنسان منذ أن جوبه بتحدي الطبيعة، ولم تكن تعرف آن ذاك باسم إدارة الأزمات وإنما كانت تسمى بمسميات مثل: الحنكة الدبلوماسية أو براعة القيادة أو حسن القيادة.....، وكانت هذه الممارسة هي المحك الحقيقي لقدرة الإنسان على مواجهة الأزمات

والتعامل مع المواقف الحرجة فيما توفر لديه من طاقات إبداعية وقدرات على الابتكار. (محمد رشاد الحملاوي. 1995. ص01)

وتعتبر المؤسسة مهما كان نوعها كوحدة اجتماعية مصغرة عن المجتمع الكبير تضم مجموعة من الفاعلين يعملون وفقا لنظام تقسيم السلطة والعمل، وتسعى إلى تحقيق أهداف معينة وجدت من أجلها، وأثناء سيرها العادي قد تعترضها أزمات ما كالأزمات الاقتصادية أو المالية وكذا الأزمات التسييرية أو اهتزاز سمعتها أو صورتها لدى جماهيرها المستهدفة.

واتصال الأزمة هو اتصال المؤسسة الذي يتم تكيفه أثناء الأزمات، فهو بذلك مرتبط بوضع المؤسسة وبمراحل التحضير لمواجهة الأزمة، وعليه يتحدد في إطاره الاتصال العام " كعملية اجتماعية الجامع لشبكات اتصال المؤسسة الداخلية والخارجية والتي يتم تسخيرها وتجنيدها في مختلف مراحل الأزمة بشكل مقصود، أما من أجل الوقاية أو العلاج أو الترميم والتحسين لإعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه على الأقل أو الخروج بأقل الأضرار، ويعتبر فرصة للتغيير والتجديد " (هامل مهدية. 2009. ص ص 01-02) والهدف الأساسي من توظيف الاتصال أثناء أو وقت الأزمات هو بالدرجة الأولى تفادي انحراف المعلومات لهذا يكون من الضروري أن يعمل الجهاز الاتصالي جنبا إلى جنب مع الاستراتيجيات المتبناة لمواجهة الأزمات وهذا بطبيعة الحال يكون على المستوى العام.

لقد تعرضت المؤسسة الجزائرية بمختلف مجالاتها وميادنها لأزمات مختلفة نتيجة لانتقالها من نموذج تسيير لآخر ابتداء بالتسيير الذاتي فمرحلة الشركات الوطنية ثم مرحلة التسيير الاشتراكي فاستقلالية المؤسسات، وأخيرا خصصتها وظهور القطاع الخاص الوطني والأجنبي ودخول بعض المؤسسات الجزائرية مرحلة الشراكة الأجنبية، وقد فرض هذا الوضع الجديد متطلبات معينة، لعلها حوكت المؤسسات وما تستجوبه من شفافية، مساءلة، لامركزية وفاعلية على جميع المستويات. كما لا يمكن تجاهل تأثير المحيط الدولي - العولمة الاقتصادية والتجارية والمعلوماتية والثقافية على المؤسسة الجزائرية وعلى طريقة تسييرها مما قد يعرضها لأزمات مختلفة في الوقت الراهن، كما يفرض عليها إعادة النظر في أساليب وطرق العمل وفي كيفية إدارة الأزمات التي قد تعترضها (هامل مهدية. 2009. ص 05)

وانطلاقا من هذا سنحاول تجسيد ما أشرنا إليه سابقا في هذه الإشكالية من خلال الدراسة الميدانية لإبراز وسائل الاتصال في إدارة الأزمات بمؤسسة سونلغاز قسنطينة 02، ويكون ذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي سيحدد لنا المسار العام لهذه الورقة البحثية في شقها النظري والميداني، والذي ارتأينا أن نطرحه بالصياغة الآتية:

"ما هي وسائل الاتصال التي توظفها مؤسسة سونلغاز قسنطينة 02 في إدارتها للالتزامات التي تعترضها؟".

أما مؤشرات التساؤل فكان على النحو التالي:

- الجرائد المحلية والوطنية.
- الراديو (إذاعة سيرتا FM).
- التلفزيون.
- الموقع الإلكتروني الرسمي لمؤسسة سونلغاز قسنطينة02.
- اللافتة.
- التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

2. قراءة في مفهوم الأزمة:

1-2- المفهوم اللغوي للأزمة:

تعود الأصول الأولى لاستخدام كلمة "أزمة" إلى علم الطب الإغريقي القديم وقد كانت هذه الكلمة تستخدم للدلالة على وجود نقطة تحول مهمة أو وجود لحظة مصيرية في تطور مرض ما، ويترتب على هذه النقطة إما شفاء المريض خلال مدة قصيرة وإما موته. (يوسف أحمد أبو فارة. 2009. ص. 21) فكما قلنا سابقا فإن مصطلح الأزمة مشتقا أصلا من الكلمة اليونانية *KIPVEW* وبالإنجليزية *to decide* بمعنى لتقرر. (جبر محمد صدام. 1996. ص. 66)

والأزمة في اللغة العربية مشتقة من الفعل أزم ويعني "شدة العصف بالفم وقيل بالأنياب، والأنياب هي الأوازم، والأزمة هي الشدة والقحط ويطلق على طريق بين جبلين مأزم". (قاموس لسان العرب) أما اللغة الصينية فقد برعت إلى حد كبير في صياغة مصطلح الأزمة إذ نجد أن *liwet* وهي عبارة عن كلمتين، فالكلمة الأولى *li* تدل على الخطر أو التهديد. أما الثانية *wet* فتدل على الفرصة التي يمكن استثمارها، وتكمن البراعة هنا في تطور إمكانية تحويل الأزمة وما تحمله من مخاطر إلى فرصة لإطلاق القدرات الإبداعية التي تستثمر الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول السليمة أو السديدة. (ربحي عبد القادر الجديلي. ص. 03) وقد كان هناك تأثير واضح للمفهوم اللغوي للأزمة، لذلك نجد أن قاموس أكسفورد قد عرفها (الأزمة) كالاتي: "نقطة تحول حاسمة في حياة الناس". (OXFORD. 2008. P154.)

2-2- المفهوم الاصطلاحي:

كما أشرنا في البداية أن مفهوم الأزمة من المفاهيم الواسعة الانتشار في المجتمع المعاصر، ولقد تعددت المداخل المختلفة لدراسة الأزمات لذلك نجد أن كل علم يتناولها من زاوية مختلفة، لذا يتناولها كل باحث من اختصاصه وإيديولوجيته التي ينتهي إليها:

• المفهوم الاجتماعي للأزمة:

من وجهة نظر الاجتماعيين فإن الأزمة تعرف كما يلي: "الأزمة هي توقف في الأحداث المجتمعية والمنظمة والمتوقعة، مما ينتج اضطرابا في العادات والعرف السائد مما يستلزم التدخل السريع من أجل التغيير وإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة". (عبد العزيز عطا الله المعاينة).

2007. ص283). ويمكننا أن نستشف من هذا التعريف، أن علماء الاجتماع يرجعون الأزمة إلى عدم المساواة الاجتماعية ونقص الدوافع والحواجز وزيادة الفردية أو انهيار نظام الأسرة وتدهور المجتمع.

• مفهوم الأزمة من وجهة نظر علم الاقتصاد:

ومن الناحية الاقتصادية فقد عرفت الأزمة على النحو التالي: "الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية مما يهدد سلامة الأداء المعتاد". وتعتبر الأزمة عن التناقضات القائمة بين الطبقات الاجتماعية وبين قيم التبادل. (عبوي زيد منير. 2008م، ص19) ويرجع علماء الاقتصاد الأزمة إلى معايير مختلفة على غرار التضخم، البطالة والركود-----الخ.

• المفهوم الإعلامي للأزمة:

وفقا للمنظور الإعلامي تعرف الأزمة على أنها: "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين، العاملين، السياسيين النقابيين والتشريعيين". وهي كذلك (الأزمة): " عبارة عن حادث خطير يؤثر على سبيل المثال في أمن الناس والبيئة ويؤدي إلى تهديد سمعة المنظمة كلما اتسع انتشاره عبر وسائل الإعلام". ومن التعريفات الإعلامية للأزمة أيضا، نجد أنها (الأزمة) "عبارة عن نشريء غير متوقع "Unexpted bad mal" وعادة ما يكون النشر هو المتسبب في إلحاق الضرر بالمنظمة وليس الحطام الناتج عن الأزمة". وفي المنظور الإعلامي يزداد اتساع نطاق الأزمة كلما حجت المنظمة المعلومات عن الجماهير ذات الصلة، ويشير الشكل التالي إلى معالجة الأزمة إعلاميا. (حسن عماد مكايي. 2005م، ص49) وفي كتابه المعنون ب: "la communication de crise" لصاحبه "tibert thierry" عرف الأزمة ب: «المرحلة الأخيرة لتبعات الخلل الوظيفي الذي يهدد شهرة وسمعة المؤسسة" (tibert Thierry. 2005. P. 10) وما يمكن أن يلاحظ على هذا التعريف هو اختزال المراحل الأولى للأزمة في مرحلة أخيرة فقط، فالخلل الوظيفي يبدأ في المرحلة الأولى للأزمة وعندما لا يكتشف المشكل بالتشخيص الدقيق فيتفاقم المشكل إلى أزمة. ومن هنا يمكن القول، أن الأزمة يمكن أن تكون في المرحلة الأولى وليست الأخيرة.

وما يمكن أن نستشفه عن مجموع التعريفات السابقة للأزمة أنها:

- حدث يشكل نقطة تحول مهمة للمؤسسة.
- تتطلب ابتكار أساليب وأنشطة سريعة تواكب الظروف الجديدة.
- تستلزم اتخاذ قرارات حاسمة.
- تجعل التصرف السليم والسريع من جانب المنظمة يساعد على تحويل الأزمة إلى استثمار.
- أن يستدعي الأمر تغطية واسعة وسلبية من وسائل الإعلام.
- أن ينعكس الموقف سلبا على أحد جمهور المؤسسة الأساسيين للمنظمة، بحيث يتحول من جمهور واعي (مدرك) بمسؤولية المنظمة عن الأزمة إلى جمهور نشط يتجاوز مرحلة الوعي إلى بدأ

بتنظيم أعضائه لاتخاذ تصرفات وإجراءات فعلية ضد أو حيال المؤسسة. (حسن عماد مكاوي. 2005. ص. 51)

3. مفهوم اتصال الأزمة: قراءة في الخلفية

ترجع بداية الاهتمام بدراسة وظائف الاتصال والإعلام أثناء الأزمات إلى عقد الستينات من القرن العشرين، حيث تنبه بعض الباحثين إلى أهمية دور الإذاعة في نقل رسائل التحذير عن الكوارث، وأهمية صياغة الرسائل الإعلامية وخصائصها أثناء وقوع الأزمة والكارثة، غير أن معظم هذه الدراسات لم تول عمليات الاتصال ما قبل الأزمة ومرحلة ما بعدها الاهتمام الكافي والوافي. (حسن عماد مكاوي. 2005. ص. 70)

وقد ظهرت في هذه الفترة محاولات فردية لتحليل الجوانب المختلفة لإعلام الأزمات، حيث أعد (Ewell williams) عام 1953م، رسالة ماجستير، تضمنت تحليل مضمون لصحيفة نشرت وسائل، تقارير وصور عن إعصار ضرب إحدى المدن الأمريكية. وقد قام "هاري مور" (Harry More) عام 1958م، بإعادة شرح وتحليل المواد الصحفية التي قام بها "وليامز" بتحليلها عن نفس الكارثة. (قدري علي عبد المجيد. 2008. ص. 182)

ومن جهة أخرى، أخفق الباحثون الأوائل في إدراك الدور المزدوج للإعلام في الأزمات والكوارث، فوسائل الإعلام تقرر الأحداث وتنقل الوقائع، وفي الوقت ذاته تعمل كمنظمات رئيسية في التحضير والاستعداد والاستجابة للأزمات والكوارث.

أما فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي، فقد شهدت زيادة مطردة في بحوث اتصالات الأزمة، وذلك نتيجة زيادة عدد الأزمات القومية والدولية واتساع مجالها من جهة، وكذلك التطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وسرعة تبادل الرسائل عبر وسائل غير مسبوق، مما انعكس على كثافة الاهتمام ببحوث اتصالات الأزمات والكوارث. (حسن عماد مكاوي. 2005. ص. 73)

1.3. مفهوم اتصال الأزمة:

لقد أصبح اتصال الأزمة من أكثر المجالات استخداما في المؤسسات، وهذا نظرا للدور الكبير الذي يلعبه قبل، أثناء وبعد الأزمة، وكذلك نظرا للأهداف التي يحققها كتحسين صورة وسمعة المؤسسة، وكذا تقليل الخسائر إلى أدنى حد ممكن أثناء الأزمات. ولهذا سنتقصى التعاريف الذي وضعها الباحثون العرب والأجانب لمفهوم اتصال الأزمة.

جاء في "الموسوعة الإعلامية" لصاحبها "محمد منير حجاب" التعريف الآتي لاتصال الأزمة: "اتصالات الأزمة هي عملية التفاعل اللفظي، الشفهي أو المكتوب أو المرئي أو المسموع بين المؤسسة وجماهيرها، باستخدام وسائل وأساليب اتصالية متنوعة تتضمن وصول المعلومات إلى الجماهير قبل، أثناء وبعد وقوع الأحداث السلبية للأزمة، وهذه الاتصالات قد صممت لتقليل الأضرار الواقعة على سمعة المؤسسة، وتعتمد على دور ممارسي العلاقات العامة في القيام بأنشطة اتصالية متعددة،

ليتعاملون فيها مع مندوبي وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمطبوعة بما يحقق مصلحة المؤسسة، ويضمن رسائل تحمل معلومات صحيحة ودقيقة وكافية للجماهير". (محمد منير حجاب. 2003م، ص 38-39).

أما الباحث "محمد شومان" فيعرف اتصال الأزمة على النحو التالي:
 "يشمل اتصال الأزمة كافة الأنشطة والأدوار الاتصالية التي تمارس أثناء المراحل المختلفة للأزمة، ويندرج في إطار الأنشطة الاتصالية كل أنواع الاتصال بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها، وعلى هذا فإن الأنشطة والأدوار الاتصالية المختلفة التي تقوم بها المؤسسات أثناء مراحل الأزمة، بما في ذلك أنشطة إدارات العلاقات العامة تدخل في نطاق اتصال الأزمة، كذلك فإن الأنشطة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيري في المجتمع تدخل في نطاق اتصال الأزمة". (محمد شومان. 2002م، ص 70). يعني هذا أن اتصال الأزمات ليس قاصرا على وظائف ومهام العلاقات العامة، بل أن مسؤولية القيام به تقع أيضا على عاتق وسائل الإعلام الجماهيري والتي تعمل وتتأثر بطبيعة النظام الإعلامي السائد وإمكانياته المتاحة سواء كانت مادية أو بشرية أو فنية.

ويذهب البعض إلى تحديد اتصال الأزمة، بأنه: "عملية تجريها العلاقات العامة في المؤسسة المعنية عند حدوث الأزمة، ويتبع ذلك أن تتصف هذه العملية الاتصالية بكونها تجرى في ظروف غير اعتيادية وفي جو مشحون بالسلبية والعداء من قبل وسائل الإعلام ومن قبل واحد أو أكثر من الجماهير الاستراتيجية للمؤسسة المعنية". (علي منصور الشميري. 2008م، ص 12-13).

وحسب "*Baudouin Velge*" فإن اتصال الأزمة يمثل: "ذلك الاتصال الذي يتم في الأوقات الصعبة أين لا يمكن توقع ما سيحدث". كما يضيف قائلا: اتصال الأزمة هو الأكثر صعوبة، فهو يحتاج إلى تفكير عميق في وقت قصير أين يجب تسيير كل عناصر التنظيم للوصول إلى حالة من التوازن مع وضع في الحسبان أنه لا توجد أزمة تشبه أخرى. أما الباحث "*Max Bezard*" فيعرفه بأنه: "إعادة تدريب الاتصال لإعادة الثقة وذلك من خلال الاستعانة بالأفعال". (سطوطاح سميرة. 2010. ص 04).

2.3. دوافع الاهتمام باتصالات الأزمة:

يرى عدد من الباحثين، على غرار الباحث "قدري علي عبد المجيد"، أن الاتصال يؤدي دورا مهما في مختلف مراحل إدارة الأزمة، ولذلك زاد الاهتمام النظري والتطبيقي (العملي) باتصالات الأزمة. وتطورت هذه الدراسات لتبلي حاجة المجتمع المعاصر للمعرفة. ولا تقتصر الأزمات فقط على المؤسسات التجارية والصناعية، (والتي كثرت خلال العقدین الأخيرین من القرن السابق) بل تصيب الشركات والمؤسسات التي لا تهدف للربح والهيئات الحكومية، ودور العبادة والعائلات..... الخ، فهي لا تعرف حدودا عندما تقع.

وتعرض هذه الأزمات سمعة تلك المؤسسات وصورتها المؤسسية بل وبقائها للخطر، وتضع هذه الأزمات تلك المؤسسات أمام اختيار صعب، وغالبا ما يلقي على عاتق العلاقات العامة أمر التصدي

للازمة والقيام بإجراء الاتصالات اللازمة (وهو ما يعرف باتصالات الأزمة *Crisis Communications*) مع جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية بما فيها وسائل الإعلام وأطراف الرأي العام لإخراج المؤسسة من ورطتها، وتهيئة الظروف لإعادة سمعتها وصورتها إلى ما كانت عليه قبل الأزمة. (قديري علي عبد المجيد. 2008. ص. 18).

ويمكن حصر دوافع الاهتمام باتصالات الأزمة فيما يلي:

- تزايد عدد الأزمات التي تعاني منها المؤسسات، الهيئات والشركات في السنوات الأخيرة، وما يصاحبه من تزايد سخط الجماهير والمقاضاة القانونية للشركات ومنتجاتها وتصرفاتها. وتجدر الإشارة، انه قد أشارت نتائج الأبحاث التي أجراها معهد "كنتاكي" لإدارة الأزمات عام 1995م، إلى أن الأزمات التي تعاني منها المؤسسات المختلفة في تزايد ملحوظ، وأن أهم الأزمات التي استدعت تغطية كبيرة من وسائل الإعلام هي أزمات ناتجة عن قرارات وتصرفات إدارية، حيث بلغت نسبتها 78% من مجموع الأزمات التي تمت تغطيتها إعلاميا، مقابل 17% فقط للأزمات الناتجة عن مشكلات في الإنتاج والحوادث والانفجار.
- تزايد اهتمام وسائل الإعلام بتغطية أخبار الأخطار الصناعية والبيئية المحدقة بالجماهير والتي يتأثر بها، واللجوء إلى تغطيتها بعمق من خلال:
 - ✓ استخدام تقارير تفصي الحقائق.
 - ✓ استخدام التحقيقات المطولة.
- التأثير العميق والمدمر للأزمات على المؤسسات والهيئات، وما يعنيه ذلك من عواقب وخيمة على السمعة والصورة الذهنية للمؤسسة.
- تحظى الأزمات والكوارث بتغطية واسعة في وسائل الإعلام، باعتبارها من الأخبار السلبية التي تحقق الانتشار لوسائل الإعلام، وتلبي حاجة الناس إلى المعرفة وحب الاستطلاع.
- يعد المشتغلون بالعلاقات العامة قطب الأزمات اهتمام السياسيين وجماعات المصالح الخاصة، والذين يحاولون استثمارها لمنافعهم الشخصية.
- تؤثر طريقة تعامل المشتغلين بالعلاقات العامة مع مندوبي وسائل الإعلام على طبيعة التغطية الإعلامية للأزمة سلبا وإيجابا.
- تستقطب الأزمات اهتمام السياسيين وجماعات المصالح الخاصة، الذين يحاولون استثمارها لمنافعهم الشخصية.
- لا يقف المردود السلبي لتأثير الأزمة عند حد مؤسسة بعينها، بل قد يتجاوز إلى التأثير على قطاع كامل في الاقتصاد والبيئة. (حسن عماد مكاوي. 2005. ص. 71).

لذلك كله، فلا غرو، أن تظهر الحاجة الملحة إلى الاتصال بصورة واضحة أثناء مواجهة الأزمات، حيث تعتمد الإدارة بدرجة كبيرة في نجاحها في التعامل مع الأزمة على الاتصال. ولتأكيد، ما تم استنتاجه، من طرفنا، فهناك اتفاق بين الباحثين على أن الاتصال يلعب دورا بالغ الأهمية في المراحل المختلفة للأزمة، ومن هنا تنامي الاهتمام النظري والعملي باتصالات الأزمة والتي تتسع لكل أنماط الاتصال ومجالاته أثناء الأزمات.

4. الإجراءات المنهجية:

1.4. المنهج المستخدم بالدراسة:

يعتبر المنهج ببساطة الدراسة الفكرية الواعية للمناهج المختلفة التي تطبق في مختلف العلوم، وقسم من أقسام المنطق، والمنهج العلمي هو بمثابة العمود الفقري لتصميم البحوث الاجتماعية والإعلامية لأنه يسمح بتحديد المفاهيم وشرح المعاني الإجرائية وتحديد مجتمع البحث (عمار بوحوش ومحمد محمود. 1995م، ص11). والمنهج العلمي ليس سوى خطوات منظمة يتبعها الباحث في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة. وبما أن دراستنا تتمحور حول "توظيف وسائل الاتصال في إدارة الأزمات التي تعترض مؤسسة سونلغاز قسنطينة02". فإنها تنتهي إلى "الدراسات الوصفية الشائعة في البحوث الإعلامية والاتصالية والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للأزمة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الانتماء إلى وصف عملي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة (أحمد بن مرسللي. 2005م، ص. 173) والمنهج المناسب لدراستنا هذه هو "المنهج الوصفي". ويعتمد المنهج الوصفي على التحليل الكيفي والنوعي للمعطيات مما يساعدنا في الوصول إلى نتائج يمكن أن تخدم ميدان البحث العلمي والعملي، كما أنه يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً. (بلقاسم سلاطينية وحسان الجيلاني. 2006م، ص134).

2.4. مجتمع البحث:

اعتمدنا في موضوعنا هذا على "المسح الشامل" لكل إدارات المؤسسة والبالغ عددهم 93 إطار.

3.4. أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة اختيار أدوات جمع البيانات أو المعطيات هامة جدا لأن طريقة اختيار جمع المعطيات والبيانات هي التي تحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يراد دراسته (لا يمكن جمع معلومة بأي طريقة) وهكذا فقبل تحديد نوعية المعلومات التي يراد جمعها، يجب توضيح الأدوات المختارة لجمع المعطيات. (لارامي وفالي. 2006. ص 212).

للإشارة، فإنه سبق لنا وأن حددنا بأن موضوع دراستنا هذه تحاول جمع المعلومات المتنوعة والمفصلة حول وسائل اتصال الأزمة وكيفية إدارته للأزمات التي تتعرض لها مؤسسة سونلغاز قسنطينة02. حيث اعتمدنا على أداة أساسية وهي:

الاستمارة:

تستعمل الاستمارة كثيرا في الدراسات الخاصة بالاتصال والبحوث المتعلقة بدراسة الجماهير الداخلية لبعض المؤسسات، فهي طريقة اتصال بين الباحث والمبحوث وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد معطيات ومعلومات عنها. (فوزي عبد الله العكش. 1986م، ص 25). وقد اعتمدنا على محور واحد فقط وأساسي، وهو على النحو التالي:

توظيف الوسائل والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في إدارة الأزمات التي تعترض مؤسسة سونلغاز قسنطينة 02.

وتجدر الإشارة، أن أسئلة المحور قد تضمنت المؤشرات الإمبريقية (الميدانية) التي تمكننا نوعا ما من معرفة الوسائل والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الموظفة في إدارة الأزمات التي تعترض مؤسسة سونلغاز قسنطينة 02.

5. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤل:

والذي كان مضمونه: "ما هي وسائل الاتصال التي توظفها مؤسسة سونلغاز قسنطينة 02 في إدارتها للآزمات التي تعترضها؟". فمن خلال تحليل استمارة البحث وبالتحديد في الجدول رقم (08) حيث كشف لنا بأن المؤسسة قامت باستخدام وسائل الاتصال بنسبة كبيرة جدا بلغت 90.14%، وكذا من خلال مقابلة مع المكلفة بالاتصال تؤكد هي الأخرى على استخدام المؤسسة لوسائل الاتصال، ومن هذه الوسائل نجد:

1. استخدام وسائل اتصال داخلية: ويتبين لنا هذا من خلال الجدول رقم (10) حيث اتضح أن المؤسسة استخدمت الاتصال الشخصي وذلك بنسبة بلغت 78.87%، بل أن المكلفة أكدت بأن أول وأكثر وسيلة استخدمتها المؤسسة في إدارتها لأزمة فيفري 2012م، كما استخدمت ما يسمى بـ: **INTRANET**، فقد كشف لنا الجدول رقم (12) بأن المؤسسة استخدمت **INTRANET** وذلك بنسبة 43.53%، واستخدمت الهاتف النقال بنسبة بلغت 51.76%، بالإضافة إلى الملصقات الداخلية والفاكس ومجلة المؤسسة، وهذا بالذات ما أكدته لنا المكلفة بالاتصال من خلال مقابلة بحث أجريناها معها.
2. استخدام وسائل الاتصال الخارجية: استخدمت المؤسسة الوسائل الاتصالية الخارجية، ومنها: الإذاعة المحلية (سيرتا **FM**)، والصحافة المحلية بنسبة بلغت 98.59% والجدول رقم (11) يوضح ذلك، وهذا ما أكدته المكلفة بالاتصال بأنها كانت يوميا وعلى مدار أيام الأزمة تنزل إلى إذاعة سيرتا وتقدم مستجدات حول الأزمة وكذا تقديم طرق وقائية، كما استخدمت الجرائد والتلفزيون والجدول رقم (13) يوضح ذلك. وقد كان الغرض من استخدام الوسائل الاتصالية، هو: توضيح وتفسير أسباب الأزمات التي تعترضها، تنبيه المواطن بخطورة الأمر، تقديم طرق وقائية للتغلب على الأزمة، تكذيب إشاعات، وتحسين صورة وسمعة سونلغاز

وكذا إبراز جهود المؤسسة في مواجهة الأزمة وهو ما يسى بلغة العلاقات العامة بإشهار مؤسساتي.

كما أن المؤسسة لم تستخدم كل من الوسائل الاتصالية والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التالية: مواقع التوصل الاجتماعي (*Twitter, Face book*) وكذا الإكسترنات (*Extranet*)، كما لم تستعمل وسيلة اللافتة (الملصقات الإشهارية)

وبالتالي، ومن خلال المؤشرات الميدانية التي تم عرضها، تبين لنا أن المؤشرات الميدانية (الإمبيقية) محققة إلى أبعد الحدود، وذلك على الرغم من عدم استعمال الوسائل والتكنولوجيات الاتصالية على غرار مواقع التوصل الاجتماعي (*Twitter, Face book*) وكذا الإكسترنات (*Extranet*)، وكذا اللافتة، إلا أن المؤسسة استخدمت الوسائل الاتصالية التي يتعرض لها الجمهور أكثر. والهدف النهائي من التنوع في استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هو الوصول إلى كل موظفي وزبائن ومواطني (الجمهور الداخلي والخارجي) مؤسسة سونلغاز قسنطينة02.

6. الخاتمة:

وأخيرا، يمكننا القول بأن اتصال الأزمة أصبح يلعب دورا كبيرا في إدارة الأزمات بالمؤسسات الجزائرية، وخير دليل على كلامنا هذا هي دراستنا هذه، التي أثبتت مدى مساهمة الاتصال في إدارة الأزمات التي تتعرض لها مؤسسة سونلغاز قسنطينة02، حيث الذي كان وراء نجاح الاتصال في إدارة أزمة فيفري 2012م، هو حسن استخدام وتوظيف مختلف الوسائل والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على غرار الاتصال الشخصي، الهاتف والهاتف النقال، مجلة المؤسسة، *INTRANET*، الإذاعة المحلية (سيرتا *FM*)، الجرائد المحلية والوطنية، التلفزيون...

7. المراجع:

- القواميس والموسوعات:

1. قاموس لسان العرب.
2. محمد منير حجاب: (2003) الموسوعة الإعلامية (المجلد1)، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. OXFORD Learner's Dictionary:(2008) printed in china, third Edition.

- الكتب:

4. أحمد بن مرسل: (2005)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
5. بلقاسم سلاطينة وحسان الجيلاني: (2006)، منهجية العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الهدى.
6. جبر محمد صدام: (1996) المعلومات وأهميتها في إدارة الأزمات، تونس، المجلة العربية للمعلومات.
7. حسن عماد مكاوي: (2005)، الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
8. ربيعي عبد القادر الجدلي: (2003)، إدارة الأزمات (إطار نظري)، القاهرة.
9. عبد العزيز عطا الله المعايطه: (2007)، الإدارة المدرسية في ضوء الفكر الإداري المعاصر، عمان، دار الحامد.
10. عبوي زيد منير: (2008)، إدارة الأزمات، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
11. عزي عبد الرحمان، (2011)، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية.

12. علي منصور الشميري: (2008)، دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات الأمنية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
 13. عمار بوحوش ومحمد محمود: (1995)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
 14. فوزي عبد الله العكش: (1986)، البحث العلمي والمناهج والإجراءات، الإمارات، مطبعة العين الحديثة، الإمارات.
 15. قدرى علي عبد المجيد: (2008)، اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات، القاهرة، دار الجامعة الجديدة.
 16. لارامي ولافالي: (2006) البحث في الاتصال - عناصر منهجية - ترجمة فضيل دليو وآخرون، قسنطينة، مخبر علم الاجتماع للاتصال والترجمة.
 17. محمد رشاد الحملاوي: (1995)، إدارة الأزمات، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
 18. محمد شومان: (2002)، الإعلام والأزمات (مدخل نظري وممارسات عملية)، القاهرة، مصر، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
 19. يوسف أحمد أبو فارة: (2009)، إدارة الأزمات (مدخل متكامل)، عمان، إثراء للنشر والتوزيع.
 20. Bernard Brochand et Jacques Lendrevie : (1993) Le PUBLICITOR, Quatrième édition, Paris, Dalloz.
 21. Thierry Libaert. (2005) La Communication de Crise. Paris. Deuxième édition. DUNOD.
- الأطروحات:
22. هامل مهدية: (2009م) اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية (دراسة حالات لوحداث من المؤسسات الصناعية والخدماتية)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر.