

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة باتنة 1
قسم علوم الإعلام والاتصال

الملتقى الافتراضى الدولى الأول حول: العلاقات العامة وإدارة الأزمات - الواقع والتحديات

استمارة المشاركة:

اسم الأستاذ(ة) و لقبه(ها): وليد عبدلي
المؤسسة : جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي -
الاختصاص : علم اجتماع تنظيم وعمل.
الدرجة العلمية : أستاذ محاضر "ب"

الهاتف الجوّال 0659050404

العنوان الإلكتروني: abdelloualid10@gmail.com

اسم الأستاذ(ة) و لقبه(ها): بشرى برش
المؤسسة : جامعة محمد لمين دباغين - سطيف-2
وسائل الإعلام والمجتمع

الدرجة العلمية : أستاذ محاضر "ب"

الهاتف الجوّال: 0797893753

العنوان الإلكتروني: bouchra.journaliste@yahoo.com

محور المداخلة: المحور الثاني العلاقات العامة وإدارة الأزمات الإجتماعية

عنوان المداخلة: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الإجتماعية في ضوء الإعلام
الجديد

رؤية مفاهيمية

الملخص:

يعتبر الإعلام الجديد احد أبرز وسائل الاتصال الرقمية الحديثة التي تساهم في تطوير نشاط العلاقات العامة في مختلف المجالات وفي إدارة الأزمات على اختلاف أنواعها ومن بينها الأزمات الاجتماعية التي تنشأ من عوامل وأسباب اجتماعية ناشئة أساسا عن اختلال التوازن الاجتماعي وكثرة حدوث المشاكل الأسرية والأزمات السياسية والاقتصادية للوصول إلى الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وتعمل العلاقات العامة من خلال هذه الوسائل الإلكترونية الجديدة لجعل المعلومات متاحة وقت الأزمات الاجتماعية، حيث تسعى إدارة العلاقات العامة إلى التأثير على الجمهور المستهدف من خلال أماكن تواجدهم على (المدونات- المنتديات- المجلات الإلكترونية- المواقع الإخبارية- البريد الإلكتروني- مواقع التواصل الاجتماعي).

وإذا كان استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية مهماً في الظروف العادية فإنه أشد أهمية وقت حدوث هذه الأزمات، حيث يحدث خللاً يتسم بكونه يرتبط بموقف يحدث بشكل فجائي ويؤثر على النظام الكلي للمؤسسة يصل إلى حد تهديد بقائها. من هنا تكمن المهمة الاستراتيجية للعلاقات العامة حيث تظهر بوضوح عندما تواجه المؤسسة أزمة تهدد وضعها ووجودها وقدرتها على العمل والمنافسة، وتكمن خبرة وقدرة العلاقات العامة في التأهب قبل وقوع الأزمة وفي حلها والخروج منها إذا حدثت، ولا يعد حدوث الأزمات شيء جديد في حد ذاته، ولكن الشيء الجديد في المؤسسة هو أساليب استخدام العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكتروني في تناولها للأزمة الاجتماعية .

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الأزمة، إدارة الأزمة، الأزمات الاجتماعية، الإعلام الجديد

Summary:

The new media is one of the most prominent modern digital means of communication that contributes to the development of public relations activity in various fields and to the management of crises of all kinds, including social crises that arise from social factors and causes arising mainly from social imbalance and the frequent occurrence of family problems and political and economic crises to reach The internal and external audience of the institution, and public relations works through these new electronic means to make information available in times of social crises, as the Public Relations Department seeks to influence the target audience through their locations on (blogs - forums - electronic magazines - news sites - e-mail - Social Media.)

And if the public relations department's use of electronic media is important in normal circumstances, it is even more important at the time of these crises,

where a defect occurs that is related to a situation that occurs suddenly and affects the overall system of the institution up to the point of threatening its survival.

From here lies the strategic mission of public relations, as it appears clearly when the institution faces a crisis that threatens its status, existence, and ability to work and competition. The experience and ability of public relations lies in preparing before the occurrence of the crisis and in solving it and exiting from it if it occurs. The occurrence of crises is not a new thing in itself, but The new thing in the institution is the methods of public relations use of electronic media in dealing with the social crisis.

Keywords: public relations, crisis, crisis management, social crises, new media

مقدمة:

يعتبر الإعلام الجديد المكتسب للمنظمات من الوسائل التي تحقق أهداف العلاقات العامة وتترجم قوة أدواتها ونجاح عملها، وذلك بتعزيز الصورة الذهنية للمنظمة تجاه الجمهور وإكسابها سمعة قوية وناجحة. ويتمثل الإعلام المكتسب عبر ما ينشر ويتداول عن أعمال المنظمة الناجحة وإنجازاتها، حيال مختلف الأزمات التي تحيط بالأفراد والمجتمعات ، خاصة منها الأزمات الاجتماعية

التي أصبحت تتفاقم حدة حدوثها ، وتأسيسا على ذلك ومع تطور تقنيات الإعلام الجديد أصبحت العلاقات العامة تركز جهودها وحملاتها الإعلامية التي تنقل عن طريق مختلف وسائط الإعلام الجديد كالمواقع الافتراضية، وشبكات التواصل الاجتماعي إلى الجمهور الخارجي، ومع ثورة الإعلام الجديد في العقد الأخير وقوة تأثيره وسرعة انتشاره، اعتمدت المنظمات على قنوات تواصل جديدة مع الجمهور عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي. ومع زيادة وعي الجمهور ورغبته بالبقاء على تواصل مع المنظمات ورغبتهم في الحد من تفاقم الأزمات الاجتماعية التي يتعرضون لها ونقل حدة توترها عبر الجهات الاتصالية التي تحسن التواصل والبحث عن الأسباب التي تتعلق بهذه الأزمات والكشف عن نتائجها من خلال متابعة تطوراتها عن كثب، ولهذا تعمل العلاقات العامة على تجسيد وظائفها وفنونها الاتصالية في سبيل نقل هذه الأزمات إلى السلطات المعنية والجمهور على حد سواء، التي يتعامل معها ومعرفة الأخبار من مصدرها الرئيسي، وبالتالي أصبح على المنظمات الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية والخدمات التي تعمل في سياقها العلاقات العامة أن تولي اهتماما لتطوير قنوات التواصل مع جمهورها، والتعامل بالتقنيات الحديثة التي يتعامل بها الجمهور بهدف احتواء الأزمة في أسرع وقت وايداعه حداثها إلى الأطراف المعنية، وأصبح أمام العلاقات العامة تحدٍ كبير ويحتاج للخبرة والتمكن من أساليب الاتصال الفعالة مع الجمهور عبر هذه الوسائط الحديثة على اختلافهم، وتكوين فريق متخصص في إدارة المحتوى، وإظهار المواد الإعلامية بطريقة احترافية، تمثل هوية ورؤية ورسالة المنظمة، مما جعل المنظمات تتخذ منها رقما يتماشى مع تأثير الإعلام الجديد في المجتمع، واحتوائه للأزمات الاجتماعية وتسعى إلى التعامل معه بفاعلية واحترافية.

وعليه تسعى هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الاجتماعية في ضوء توظيف وسائط الإعلام الجديد.

أولا: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة:

تعريف جمعية العلاقات الفرنسية: " العلاقات العامة هي طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام " ، والاتصال يهدف لإقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها، تقوم هذه العلاقات العامة على المعرفة والفهم المتبادلين بين المنشأة ذات الشخصية الاعتبارية التي تمارس وظائف وأنشطة، وبين الجماهير الداخلية والخارجية التي تتأثر بتلك الأنشطة والخدمات". (جميل ، 1998، ص23)

يشير هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة هي أسلوب من أساليب الإعلام والاتصال تستخدمها المؤسسة لتحقيق الانسجام والتواصل بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي، هذا التواصل والانسجام يكون أساسه الثقة والفهم المتبادلين.

تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني: " العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها". (طلعت محمود، 2002، ص20)

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: "هي وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل ، أو يمكن أن تتعامل معهم، التفاهم والتأييد والمشاركة". (بلخيري، 2014، ص169).

إذن نخلص إلى أن العلاقات العامة تمثل إحدى وظائف المؤسسة تهدف إلى تقوية الاتصال بين الإدارة والموظفين (الجمهور الداخلي) داخل المؤسسة من جهة وبين المؤسسة و المستفيدين من خدماتها من جهة أخرى (جمهور خارجي).

ثانيا: مفهوم إدارة الأزمات:

إن اقتران الأزمة بالإدارة يعني محاولة التحكم في الأزمة بشكل أفضل وذلك بسحب الوظائف الإدارية الأساسية عليها؛ أي استخدام عمليات التخطيط والتوجيه والرقابة والتنظيم وتسخيرها لتسيير الأزمة لصالح المؤسسة وتعرف إدارة الأزمة بـ: " كيفية التعامل والتغلب على الأزمة بالأدوات العلمية المختلفة وتجنب سلبياتها والاستفادة منها مستقبلا" ، أي إخضاع خطوات تتبع مراحل الأزمة للدراسات العلمية لإنقاذ ما يمكن إنقاذه .وتستخدم إدارة الأزمات لتفادي الأزمة على الإطلاق في حال تكرارها فهي "عملية إرادية مقصودة تقوم على التخطيط والتدريب ، بهدف التنبؤ بالأزمات والتعرف على أسبابها الداخلية وال خارجية، وتحديد الأطراف الفاعلة والمؤثرة فيها . واستخدام كل الإمكانيات والوسائل المتاحة للوقاية من الأزمات ، أو مواجهتها بنجاح بما يحقق الاستقرار ويتجنب التهديدات والمخاطر . مع استخلاص الدروس واكتساب الخبرات جديدة تحسن من أساليب التعامل مع الأزمات مستقبلا ، فإدارة الأزمة عملية إرادية مقصودة وهادفة . نخطط ونستعد لها للوقوف على أسبابها وأبعادها ، مع توظيف كل الإمكانيات المادية والمعنوية ووضع مجموعة من البدائل لتفادي الأزمات ، أو على الأقل التقليل من آثارها مع محاولة استغلالها كفرصة للتغيير والتجديد بما يضمن إعادة التوازن والاستقرار للنسق. ولكن يجب علينا أن نفرق بين إدارة الأزمات والإدارة بالأزمات . فالإدارة بالأزمات تقوم على افتعال الأزمات لحل بعض المشاكل التي تعترض النسق. فهي:" علم صناعة الأزمة للتحكم والسيطرة في الآخرين .

وفي الغالب يستعمل هذا المصطلح ويطبق على مستوى العلاقات الدولية وعلى مستوى المؤسسات، كما يحتاج لخبرة لدى ممارسيه . على خلاف ذلك فإن إدارة الأزمات تكون غير مفتعلة، وتبحث في كيفية التغلب على الأزمة وفقاً للطرق العلمية. ومع ذلك فإن إدارة الأزمات والاستعداد والحيطة سيختلف باختلاف المجال الذي تظهر وتنمو فيه الأزمة، وهذا يتطلب تمييز رشيد للحدود الفاصلة بين مفهوم الأزمة ذاته وبين المفاهيم المشابهة له.

*تداخل مفهوم الأزمة مع بعض المفاهيم المشابهة:

:لقد سبق لنا الإشارة إلى أن استعمال مفهوم الأزمة لا يقتصر على مجال علمي متخصص بعينه؛ بل شمل مجالات متعددة ومتنوعة سمحت بظهور خلط كبير بينه وبين مفاهيم أخرى مشابهة تبدو لنا في بعض الأحيان مرادفة لها ومن بين هذه المفاهيم : الحادثة "Accident"، "المشكلة" "Problème" والصراع "Conflit" والكارثة "Disaster" والواقعة "Incident".

- **تعريف الواقعة :** " شيء حدث وانتهى أثره وهي مجرد خلل في مكون أو وحدة أو نظام فرعي في نظام أكبر " وما يمكن استنتاجه أن الواقعة خلل جزئي حدث في الماضي وانتهى دون أن يخلف آثار وخيمة؛ وعليه فهي تختلف عن الأزمة لأن هذه الأخيرة تكون تأثيراتها شاملة على كامل النسق، كما أن مدتها أطول بكثير من تسلسل أحداث الواقعة.

- **الحادثة :** فتشير إلى : " خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام بأكمله الذي يتوقف إنتاجه أو يجب إيقافه حتى يتم إصلاح الخلل"، كما يمكن أن يكون أيضاً " شيء مفاجئ غير متوقع، تم بشكل سريع وانقضى أثره فور إتمامه ولا تكون له صفة الاستمرارية بعد حدوثه الفجائي العنيف .

تتوافق الحادثة مع الواقعة في قصر مدة تتابع الأحداث لكليهما وتختلف عنها في درجة التأثير فهي ذات تأثير شامل وليس جزئي كما في الواقعة . كما أن الحادثة لا تتناسب مع الأزمة العامة لمجتمع ما بسبب قصر مدتها، وتشبه في بعض جوانبها أزمة المؤسسة مادام هناك توقف عن الإنتاج أي إعاقة وظيفية المؤسسة الإنتاجية، ولكن وقت الأزمة بالمؤسسة يكون أطول ومحدد بمراحل قبلية وبعديّة وأنيّة، أما الحادثة فقد تتداخل مراحل الأزمة بشكل سريع جداً .

- **المشكلة :** وهي تنتج عن حالة من عدم الاستقرار في القواعد الأساسية وتتسم المشكلة بالأخذ بالأسباب والأبعاد؛ ولهذا فهي تحتاج لجهود ضخمة لمدة للتعامل معها بشكل فعال وفعلي، لأن المسألة هنا لا تعني حل المشكلة في ذاتها وإنما الجهود تكون موجهة للأسباب التي أدت لوجود هذه المشكلة لاستئصالها من جذورها المسببة لها .

- **الصراع** : يشير إلى تضارب بين قوتين أو أكثر نتيجة للتعارض في المصالح أو الرأي أو القيم أو الأهداف، ويأخذ الصراع أشكال متعددة و لعل أهمها الصراع الدولي: والذي يعرف على أنه : ذلك التفاعل الناجم عن المواجهة والصدام بين المصالح والمعتقدات والبرامج وغير ذلك من الكيانات المتنازعة " (لكريني، 2003، ص31)

كما نجد أيضا صراع الأجيال وصراع الحضارات وصراع العمال... إلخ، لكن الواقع يؤكد أن أطراف الأزمة يصعب تحديدها على خلاف الصراع، وعليه يكون الصراع مصدراً رئيسياً لحدوث اضطراب الهيكل الرمزي للنظام وسبباً مباشراً للأزمات.

- **الكارثة** : فهي من المفاهيم التي يصعب الفصل بينها وبين الأزمة وما يسمى أيضا مصدراً للخطر - تهديد - ومع ذلك نجد أن هذا الأخير يقتصر على وجود تهديدات تواجه الإنسان أو المنظمة أو المجتمع ككل، غير أن هذه التهديدات من نوع جديد، وبذلك تكون العلاقة بين الخطر (التهديد) سبب الأزمة أو بمثابة إنذار لظهورها كما قد يكون من نتائج الأزمة تهديد بخطر من نوع جديد . وعليه يمكن التفريق بين الكارثة والأزمة على أساس أن الكارثة أكبر من حيث الحجم ومدى الانتشار أو التوسع والقطاعات المتأثرة بها، وبالتالي يكون حجم الخسائر المادية والبشرية وحتى الرمزية التي تتجسد في صورة وشهرة وعلامة المؤسسة - كبيرة وبذلك تتطلب جهوداً أكبراً من تلك التي تستدعيها أزمة ما، فالكارثة أشمل وأوسع من الأزمة . ونظراً لأهمية موضوع الأزمة وما يطرحه من إشكال إزاء التفريق بينه - كمفهوم - وبين مفهوم الكارثة فإن الكثير من الباحثين والمهتمين أخذوا يحددونه كمفهوم متميز عن بقية المفاهيم المتداخلة معه ولهذا حدد الاتحاد الدولي لمنظمات الهلال والصليب الأحمر " في إعداد التقرير السنوي عن الكوارث في العالم والذي صدر لأول مرة عام 1993 تعريف الكارثة : بأنها حدث يقع لأسباب بشرية أو طبيعية مقصودة أو غير مقصودة وينتج عنه مصرع عشرة أشخاص أو أكثر، أو تضرر أو إصابة مائة شخص أو أكثر أو خسائر مادية تقدر بمائة ألف جنيه أو يترب على الحدث اهتمام إعلامي كبير يرتبط بوقائع وصددمات عنف أو إرهاب أو شغب ناتجة عن أسباب سياسية أو دسيسة " والواضح إن مفهوم الكارثة يركز أكثر على الآثار السلبية للحدث ونتائجه أكثر من اهتمامه بمراحل الأزمة التي قد تحدث وينتج عنها أضرار مادية وبشرية تمس المجتمع أو المؤسسة . على العموم؛ يمكن توضيح الفروق الأساسية بين الأزمة والمفاهيم السابقة في ضوء البعد الزمني لظهور واختفاء الأزمة ونتائجها وأسبابها، فتحديد الواقعة والحادثة مرتبط بشكل جلي بالزمن السريع الذي تظهر وتختفي فيه أو أنها قد حدثت وانتهى الأمر، أما الأزمة فلها مراحل زمنية محددة؛ قبل وأثناء وبعد الأزمة . وترتكز المشكلة على أسباب وأبعاد الضرر، ويمكن لكل من الواقعة والحادثة والمشكلة وكذا الصراع أن يتجسد في النسق المؤسستي أو أي نسق فرعي في المجتمع . أما بالنسبة للكارثة فهي ضخمة من الخسائر وتتطلب جهوداً أكبراً كما تخص في الغالب النسق الكلي -

المجتمع - أو قد تشمل مجتمعات متعددة في ذات الوقت إلى جانب صراع الذي قد يظهر هو الآخر على المستوى الكلي - المجتمع والمجتمعات الإنسانية - إذ قد يرتقي هذا الصراع إلى درجة الحرب. ونظرا لهذا التداخل بين مجموع المفاهيم وعلى الرغم من مصاحبة الأزمة لمفهوم الكارثة في الكثير من الدراسات؛ إلا أن هذه الدراسة ستتناول الأزمة كمرادف للمشكلة والحادثة والواقعة بناء على متطلبات واقع المؤسسة الجزائرية التي عانت من أزمات حدثت في الماضي ارتبطت بمراحل تسييرها المختلفة وعرفت مشاكل متعددة ومتنوعة على المستويين الأدائي والتنظيمي. سنستبعد في هذه الدراسة الأزمات التسييرية والتي تأخذ الطابع السياسي والاستراتيجي للمؤسسة والذي يعكس النظام السياسي للبلاد. لهذا يمكن تحديد تعريف إجرائي للأزمة يتناسب مع واقع المؤسسة الجزائرية: " فهي تمثل حالة طارئة ومفاجئة تتداخل فيها الأسباب بالنتائج تجعل المؤسسة تعيش حالة اللااستقرار واللاتوازن وتحدث خللاً في ثوابت وقيم النظام وتعرقل مسارها العادي الإنتاجي أو الخدمي؛ وقد تتجسد في الأزمة المالية أو أزمات متكررة كحوادث العمل والأخطار الصناعية والحرائق والإضرابات وغيرها، كما يمكن أن تنتقل أزمة ما من خارج محيط المؤسسة إلى داخلها إذا كان القطاع الذي ظهرت فيه الأزمة له علاقة مباشرة بالمؤسسة مع إمكانية أن تكون هذه الأخيرة جهة أساسية لمجابهة الأزمة الخارجية، وتصاحبها سلسلة من الأحداث المتسارعة الحدوث التي تظهر في فحوى مراحل الأزمة الأساسية مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة انفجار الأزمة ومرحلة ما بعد الأزمة". (هامل، 2008، 2009، ص31،30)

ثالثاً: نماذج عن الأزمات الاجتماعية:

تعريف الأزمات الاجتماعية: يتمثل جوهرها في عدم الحفاظ على الوحدة الأساسية للمجتمع عبر توفير أساسيات العيش الكريم؛ إذ تقر الدول الأطراف في العهد الدولي على "وجوب منح الأسرة أكبر قدر ممكن من المساعدة في تكوينها ونهوضها عبر حماية الأمهات والأطفال والمراهقين من الاستغلال الاقتصادي والاجتماعي واستخدامهم في أي عمل من شأنه إفساد أخلاقهم أو الإضرار بصحتهم أو تهديد حياتهم بالخطر أو إلحاق الأذى بنموهم"، ويفرض على الدول حدوداً دنياً لسنّ العمل مدفوع الأجر وإذا كانت الأزمات التنموية والاجتماعية من الأزمات الكلية والإطارية، فقد فصل العهد الدولي للحقوق في عدة أزمات نابعة منهما، نذكر أهمها: (<https://studies.aljazeera.net/en/node/4318>)

1. أزمة البطالة: تنبع من عدم احترام تطبيق حق العمل مواد 6، 7، 8، وما ينفرع عنه من أزمات الحصول على الأجر العادل وتكوين التنظيمات النقابية والعمالية، وحق الإضراب وممارسته... إلخ

2. أزمة الضمان الاجتماعي: إذ يجب أن توفر الدولة لمواطنيها الحدود الدنيا للعيش الكريم التي تحفظ عليهم حياتهم. وتقر الدول الأطراف في المادة 9 بحق كل شخص في الضمان والتأمينات الاجتماعية.

3. أزمات الغذاء، والسكن: وتتضمن "الحق في الحصول على الغذاء الكافي، والحصول على السكن المناسب والملائم"؛ حيث تنص المادة 11 من العهد على حق كل شخص في مستوى معيشي كاف له ولأسرته، يوفر ما يفي بحاجتهم من الغذاء والكساء والمأوى، وبما يضمن التحرر من الجوع وبحقه في تحسين متواصل لظروفه المعيشية، "كما تتعهد الدول بالتدابير المشتملة على برامج محددة ملموسة تقوم على تحسين طرق إنتاج وحفظ وتوزيع المواد الغذائية، عن طريق الاستفادة الكلية من المعارف التقنية والعلمية، ونشر المعرفة بمبادئ التغذية، وتأمين توزيع الموارد الغذائية العالمية توزيعاً عادلاً في ضوء الاحتياجات، يضع في اعتباره المشاكل التي تواجهها البلدان المستوردة للأغذية والمصدرة لها على السواء".

4. أزمات الصحة والعلاج: والمترتبة على غياب الحق في العلاج والتأمين الصحي؛ حيث تنص المادة 12 من العهد الدولي على "حق كل إنسان في التمتع بأعلى مستوى من الصحة الجسمية والعقلية" بداية من تأمين نمو الطفل نمواً صحيحاً، وتحسين جميع جوانب الصحة البيئية والصناعية، والوقاية من الأمراض الوبائية والمتوطنة والمهنية والأمراض الأخرى وعلاجها ومكافحتها". وهناك العديد من الأزمات الأخرى المرتبطة والمكملة "وفقاً لمواد العهد الدولي 13-15" من: أزمات المياه (النابعة من عدم الالتزام بتنفيذ الحق في الحصول على المياه للشرب والزراعة والصرف الصحي)، وأزمات التعليم (الحق في الحصول على التعليم المناسب)، وأزمة المواصلات (الحق في التنقل الحروبصد مؤشرات قياس هذه الأزمات وتطورها وازدياد حدتها، تقدم تقارير التنمية ونوعية الحياة الصادرة عن الأمم المتحدة للباحثين عددًا من "المقاييس العلمية" تتضمن منظومة من المؤشرات الكمية والكيفية الصالحة لقياس وجود وتطور وتساعد هذه الأزمات. وتدلنا مراجعة وتحليل هذه التقارير في السنوات السبعة الأخيرة، منذ بداية ثورات الربيع العربي وانقلابات الثورات المضادة 2001-2018، على أن هذه الأزمات وصلت إلى درجات عالية من التدهور والخطورة في غالبية بلدان المنطقة العربية لا تتسع صفحات هذه الورقة لذكرها وتحتاج دراسة تفصيلية؛ مما يدل على أن المنطقة قد تكون على أبواب موجة جديدة من التغيير، وهذا ما نخضعه للتحليل والاستشراف المستقبلي. (فاروق يوسف ، 1980 ، ص 128- 132)

رابعاً: وظائف العلاقات العامة في إدارة الأزمات:

عُرفت العلاقات العامة باعتبارها نشاط تقوم به المنظمات، بعد أن تقرر لها ميزانية خاصة بها، وقد لاقت فكرة تخصيص ميزانية لنشاط العلاقات العامة اعتراضات كثيرة عند الإدارة العليا ولكن من هم أخصائيو العلاقات العامة؟

. وماذا يفعلون؟.. وما هو عملهم؟.. فقد وصف كثير منهم بأنهم متحدثون لبقون، ويعدون الناس بالكثير، ولكنهم لا يفعلون إلا القليل، وهم يسعون في غالبية الأمر إلى الحصول على مكاسب شخصية، حتى ولو كان ذلك على حساب الشركة التي يعملون بها!.. وهذه كلها أوصاف لا تنسجم مع حقيقة العلاقات العامة.

وقد اقترحت المنظمات والمؤسسات إنشاء إدارات وأقسام للعلاقات العامة، بعد أن اكتشفوا أنها من أهم أقسام المؤسسة، وأنها حيوية وذات تأثير فعال، وأنها يمكن أن تحل المشكلات التي تواجه المؤسسات.

وحتى المؤسسات التي ليس لديها قسم للعلاقات العامة، فإنها تلجأ إلى مكاتب ومستشاري العلاقات العامة في خارج المؤسسة، وذلك نظير أجر، ومن هنا بدأت وظيفة ومسئوليات إدارات وأقسام العلاقات العامة.

وتبدو أهمية وضرورة تحديد وظائف وأنشطة العلاقات العامة في أن عدم تحديد هذه الوظائف يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات العامة على أنه عمل فرد في المنظمة، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة، وإن كل من ينتمي إلى المنظمة يستطيع القيام بهذا العمل، ويمكن القول بأن المنشأة كلها يجب أن تكون موجهة بالعلاقات العامة، ولكن هذا لا يعني عدم وجود إدارة متخصصة تكون مسؤولة عن تخطيط وتنفيذ أنشطة العلاقات العامة، كما يؤدي عدم تحديد نشاط العلاقات العامة إلى الخلط بينها وبين غيرها من الأنشطة الأخرى، مثل الإعلان والدعاية، مما يترتب عليه زيادة الصراعات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى مثل (إدارة التسويق) حول مدى أحقية كل إدارة في ممارسة النفوذ والرقابة على هذه الأنشطة.

وليس لقسم العلاقات العامة سلطة على بقية أقسام المنشأة، وبذلك لا يكون من سلطة مدير أو رئيس قسم العلاقات العامة إعطاء أوامر للأقسام الأخرى، فهو يرسل وجهة نظره إلى الأقسام المختلفة، في شكل مقترحات واستشارات، والجهة التي تصدر منها الأوامر الإدارية الخاصة بأعمال العلاقات العامة هي الإدارة العليا للمنشأة، ممثلة في عضو مجلس الإدارة أو أي شخص آخر يكلف بالإشراف على أعمال العلاقات العامة.

وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها. وفي الواقع تختلف مسؤوليات هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها. وعموما تهتم إدارة العلاقات العامة بالبيئة أو المناخ الاجتماعي، ومن ثم فإن العاملين في مجالها يجب أن يهتموا اهتماما كبيرا بالنظريات والاكتشافات التي سيخرجها علماء الاجتماع وعلماء الإدارة.

يذهب العديد من الكتاب إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وهي:

1- البحث: تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الحصول على حقائق

صحيحة حول الأزمة، فبالنسبة للجامعة مثلاً، يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور. وفي الجيش يمكن معرفة الرأي بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين. وفي الشركات والوزارات تدرس اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال. وبالإضافة إلى ذلك تقاس اتجاهات الرأي بين الجماهير الخارجية كالمساهمين والمستهلكين والتجار.

وتدرس العلاقات العامة كذلك التطورات المستمرة التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها. وتشمل الأبحاث أيضاً المبادئ الفنية للعلاقات العامة، وتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقدمها، وتحديد أي الوسائل الإعلامية أكثر فعالية، فضلاً عن البحوث التي تتناول التطور الذي يطرأ على العلاقات العامة، وتدرس كذلك آراء واتجاهات قادة الرأي في المناهج، كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم.

2- التخطيط: يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة، ورسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها، في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، الخاصة بإدارة الأزمة من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً، مما يعاون في إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، فهي تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها، والتعاون معها.

3- التنسيق: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا والمستويات العليا، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها.

<http://mediacom.arabblogs.com/archive/2009/9/940262.html>

4- الإدارة: تعني تقديم الخدمات لسائر الإدارات والأقسام والمساعدة على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير، فهي تساعد إدارة المستخدمين في اختيار الموظفين، وتساهم في تدريبهم، كما تمد مجلس الإدارة بالأراء الفنية والاشتراك في وضع التخطيط العام لسياسة المؤسسة وإطلاع إدارة المؤسسة على رد فعل سياستها بالنسبة لجمهورها الداخلي والخارجي، في ادارتها للأزمة، كذلك إعلام الجمهور بالمؤسسة وشرح خدماتها والدور الذي تقوم به في المجتمع في أسلوب سهل وصادق ودقيق لتكوين رأي عام مبني على أساس الحقائق. (غريب ، 2006 ، ص65).

5- الانتاج: يتصل بهذه الوظيفة عدد كبير من الأعمال الهامة المتعلقة بالنشر بالإضافة إلى الاتصالات الصحفية وإصدار البلاغات والبيانات ، وعقد المؤتمرات وإعداد النشرات والإعلانات، وإقامة الحفلات والمهرجانات في الأعياد والمناسبات، وتنظيم الزيارات للمؤسسة ، تنظيم الندوات والمحاضرات، والمؤتمرات وغيرها. (عبد الفتاح محمد ، 2005 ، ص 58)

ولقد قدم الباحثون والمتخصصون العديد من التقسيمات لوظائف العلاقات العامة في إطار إدارتها للأزمات ،نذكر منها:

1- التقسيم الذي طرحه كاتليب Cutlip وسنتر Center و بروم Broom ، حيث رأوا أن العلاقات العامة كوظيفة إدارية تنهض بأداء الوظائف التالية:

- توقع اتجاهات الرأي العام وتحليلها وتفسيرها ودراسة القضايا ذات التأثير الإيجابي والسلبي على خطط المنظمة وعملياتها السلوكية.
- تقديم النصح والمشورة لإدارة المنظمة عبر مختلف المستويات.
- موازلة عمليات البحث وإعداد البرامج الاتصالية وتقويمها
- إعداد الخطط وفق أهداف المؤسسة، وتحديد الميزانيات وتجنيد العناصر اللازمة لأداء الوظائف المشار إليها وتدريبهم.

2- التقسيم الذي طرحه إيفلي: يرى إيفلي أن وظائف العلاقات العامة تتحدد في:

- مساعدة الجمهور على التكيف مع طبيعة عمل المؤسسة، وإشراكهم في تقديم الاقتراحات لمواجهة الازمة
- استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة سليمة، وهنا لا بد من دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الرأي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

الإقناع أي خدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات. (ساعد ،

2012، ص 55 ، 56)

خامسا: جهود العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات الإجتماعية من خلال توظيف وسائل الإعلام الجديد: " رؤية مفاهيمية"

إن الإعلام الجديد بحسب ما ورد من مداخل وتعريفات ونقاش ليس بثأ أحاديا وتلقيا إجباريا،مثل ما كانت تتميز به من نظم الإعلام القديم،ولكن تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركونهم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدا، وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد وتزداد أهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الأخرى، رغم التسليم بالوظائف الإيجابية التي يقدمها الإعلام الجديد إلا أن هذا العالم الجديد بما فيه من حفريات

تكنولوجية عميقة بدأت تغير من القيم والسلوك، وهذا ما تعيشه الإنسانية اليوم، عالم يبشر بإنسان جديد، ونظام جديد، وثقافة جديدة، وإعلام جديد، واقتصاد جديد، ويقدم مدخلا تسوده الفوضى على المستويين التقني والمعرفي.

تستخدم العلاقات العامة وسائل الإعلام الجديد لمواجهة الأزمات الاجتماعية على اختلاف أنواعها، كل ذلك من أجل تحقيق أفضل صورة من التعاون بين مجموعات العمل المختصة بإدارة الأزمات ووسائل الاتصال والإعلام الجديدة التي أصبحت في الوقت الراهن تستخدم كأفضل وسائل للاتصال بالشرائح الاجتماعية المستهدفة من الحملة الإعلامية المعدة بدقة لمواجهة الأزمات من قبل إدارة العلاقات العامة في المؤسسة المعنية.

وترتبط عملية الاتصال من خلال وسائل الإعلام الجديد في ظروف الأزمات الاجتماعية، بالتقديرات الدقيقة التي يضعها الخبراء للمخاطر، والفوائد المتوقعة من نشر المعلومات، لأن فاعلية المعلومات المنشورة ترتبط بالقدر الذي تؤخذ فيه النصائح المقدمة من كبار الخبراء، والمتخصصين العاملين في مجال العلاقات العامة.

وتفرض الأزمات الاجتماعية عادة إتباع طرقاً معينة مرتبطة بخصائص المشكلة لمواجهة الأزمة دون تقديم ضمانات تكفل بالخروج السريع من الأزمة التي تواجهها الهيئة الحكومية أو مؤسسة المجتمع المدني اعتماداً على خبرات الخبراء والمتخصصين العاملين في مجال العلاقات العامة للخروج من الأزمة من خلال العوامل الرئيسية التي يمكن أن تضمن نجاح عملية الاتصال خلال الأزمة والتي تعتمد على:

- وجود خطة محددة للاتصال من ضمن الخطة العامة المرسومة للتغلب على الأزمة؛
- تشكيل فريق متخصص لمواجهة الأزمة عند نشوبها؛
- تسمية شخص محدد للقيام بدور الناطق الرسمي لطرح البيانات الإعلامية والصحفية طيلة الفترة التي تمتد خلالها الأزمة. من ضمن معادلة: من يتحدث، ومع من يتحدث، وعن ماذا يتحدث، ومتى يتحدث، وما الفائدة المرجوة من الحديث.

وعلى مجموعات العمل المتخصصة بإدارة الأزمات عدم تجاهل العامل الاجتماعي في سياق الأزمة لأن العاملين في الجهة التي تعاني من أزمة معينة سيخوضون نقاشات دون تفويض من الجهة المعنية مع الأوساط الاجتماعية التي يعيشون ويعملون فيها وسيردون وفق إمكانياتهم الذاتية على الأسئلة التي ستوجه إليهم من مختلف الجهات، ولهذا على ما نعتقد يجب تضمين الخطة الموضوعية إشراك العاملين على مختلف مستوياتهم وتحديد أدوارهم في تنفيذ خطة مواجهة الأزمة للوصول إلى حد يمنع التصريحات الخاصة من خارج الخطة الموضوعية عن طريق شرح مساوئها للعاملين في الجهة المعنية وأخطار بث

الإشاعات من قبل غير المتخصصين بمواجهة الأزمة، والإعلان عن الجهة المختصة للرجوع إليها داخل الجهة المعنية عد الحاجة.

ولا بد أيضاً من تسمية جهة مختصة بجمع وتدقيق وتحليل وتقدير راجع صدى ومدى تأثير التصريحات الرسمية وغير الرسمية والشائعات واقتراح أساليب محددة للتعامل معها طيلة فترة الأزمة. لأنه من المعروف أن التصريحات الرسمية يقوم بإعدادها خبراء مختصون متفرغون لمواجهة الأزمة يساعدهم مستشارون في المجالات القانونية والإعلامية بشكل مركزي وبتفويض من إدارة الجهة المعنية في الأزمة توخياً للحذر والدقة للوصول إلى الأهداف المرسومة.

أخذين بعين الاعتبار ضرورات الصراحة والعلنية في التصريحات، وتجنب نشوء نزاعات قانونية قد تثير أزمات قضائية غير متوقعة من تلك التصريحات، لأن الخصوم يتمسكون عادة بحرفية ما أعلن لتحقيق أهدافهم من إثارة الأزمات، لأن الصراحة والعلنية من مسوغات مواجهة الأزمات من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، وهو ما أكده **"روبرت ديلينشنايدر"** المدير السابق لإحدى كبريات الشركات المتخصصة في العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية بقوله أنه: "على المؤسسة التي تتعرض لأزمة الخروج إلى الجمهور مباشرة بعد الإعلان عن الأزمة عبر قنوات الاتصال ووسائل الإعلام الجماهيرية".

وبرأيينا هذا لا يمكن أن يتم دون ناطق رسمي متخصص في مجالات العلاقات العامة يتحرك داخل وخارج الجهة المعنية في الأزمة على حد سواء. ودور الناطق الرسمي عادة يسند لمدير الجهة المعنية بحكم وظيفته، ولكن الجهات المعنية خلال الأزمات كثيراً ما تلجأ لتعيين ناطق رسمي متخصص في مجال الأزمة الطارئة قادر على تقدير أهميتها وأثارها المحتملة وله إلمام كامل بطرق الاتصال والحوار مع الجمهور المستهدف والتعامل مع وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية. وعادة ما يكون الناطق الرسمي من أعضاء فريق العمل لمواجهة الأزمة، ومراعاة أن يكون هناك أكثر من بديل لاستبدال الناطق الرسمي خلال فترة الأزمة دون تعريض خطة الخروج من الأزمة لأية هزات قد لا يحمد عقباها.

وأن لا ينسى مدير الجهة المعنية في الأزمة من اختيار الناطق الرسمي من بين أكثر الأشخاص قبولاً من قبل القطاعات المستهدفة من الخطة المعدة للخروج من الأزمة، لأنه على عملية اختيار شخصية الناطق الرسمي تتوقف النتائج السلبية والإيجابية لعملية إدارة الأزمة.

ويأتي دور العاملين في الجهة المعنية في الأزمة ضمن الخطة الموضوعية رديفاً ومكماً لعمل الناطق الرسمي في حال لو أحسن فريق العمل مواجهة الأزمة، والعمل في أوساط العاملين في الجهة المعنية لإدخال الطمأنينة إلى نفوسهم على مصائرهم التي تهددها الأزمة

العابرة، أولاً، ومن ثم رسم دور واضح لهم في عملية الاتصال الجارية مع الأوساط الاجتماعية اللذين هم جزءاً منها والاستفادة من عملية نقلهم لراجع الصدى الإعلامي للبيانات والتصريحات التي يسوقها فريق العمل من خلال نشاطاته لمواجهة الأزمة والخروج منها وما يدور حول الجهة المعنية في الأزمة من شائعات وأقاويل لأن مصير الجهة المعنية في النهاية هو مصيرهم ومستقبلهم أيضاً وما يعينها يعنيهم بشكل مباشر. خاصة وأن من مهام العلاقات العامة لدى الحكومات ومؤسسات المجتمع المدني على الدوام العمل على تعزيز الثقة بين الإدارة والعاملين في الجهة المعنية وتعزيز الثقة المتبادلة بين الجهة المعنية وجمهورها. <https://www.arabmediasociety.com>

وفي ظل التطور الهائل لإمكانيات وسائل الإعلام المختلفة وتقنياتها الجديدة، تعاضد دور الإعلام الجديد في التعامل مع الأزمات بشكل خاص، وأصبح من الأهمية بمكان الالتزام والاستناد في المعالجات الإعلامية للأزمات الاجتماعية على اختلاف أنواعها كأزمة السكن، أزمة البطالة، أزمات العنف الأسري.... وغيرها، حيث تعتمد في ذلك على نشر معلومات وبيانات وإحصائيات تخص مراحل تطور هذه الأزمات وتفاقمها معتمدة في ذلك اتباع خطط استراتيجية تركز على القواعد والأسس العلمية لإدارة الأزمة، أيًا كان مجالها الاجتماعي، من جانب القائمين بالاتصال (إعلاميين أو سياسيين أو مؤسسات مجتمع مدني، دبلوماسيين أو مسؤولين) ومن هذه الأسس والركائز التي تعتكدها العلاقات العامة في إدارة الأزمات الاجتماعية عبر مختلف وسائط الاتصال الحديثة، كالمواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي..... نذكر:

(1) أصبح الإعلام الجديد عبر وسائله المتعددة أداة التفاعل بين الأزمة الاجتماعية والكثير من أطرافها وحتى من ليس طرفاً مباشراً فيها، كما لم يعد ممكناً التعتيم أو الصمت الإعلامي على أية أزمات مهما تفاوتت في حدتها أو حجمها، فعلى سبيل المثال، كان يمكن في الماضي للسلطات في أية دولة عدم نشر المعلومات بشأن أية كارثة أو أزمة قد تقع في محيط الدولة.

(2) الإعداد الدقيق لإدارة الأزمة الاجتماعية، وذلك بتقدير حجم وقوة وتأثير الإعلام المضاد محلياً أو خارجياً، وعدم الانفراد بإدارة الأزمة إعلامياً وإلكترونيا دون مشاركة جهات الاختصاص المسؤولة عن طبيعة الأزمة.

وعلى سبيل المثال، فإن التحرك الإعلامي الداخلي لاحتواء أزمة اجتماعية داخلية عبر المواقع الإلكترونية الرسمية لخلايا الاتصال ومسؤولي العلاقات العامة للمؤسسات الاجتماعية، يكون في سياق التشاور مع الوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية والخبراء

ذوى الصلة، والتحرك الإعلامي الخارجى يكون من خلال الخطاب السياسى والتحرك الدبلوماسى على المستوى الخارجى والدولى.

(3) الاعتراف بوجود أزمة، بمعنى عدم إنكارها وتوجيه الرسالة الإعلامية الإلكترونية الصحيحة المتصلة بها، ومنها على سبيل المثال قيام المسئول الإعلامى أو المتحدث الرسمى بتحديد الأسئلة المتوقعة والإجابات المناسبة لها قبل بدء أى لقاء إعلامى، مع مراعاة أن التصريح لوسائل الإعلام الجديدة المختلفة بمعلومات أو بيانات غير صحيحة، أو التهرب أو الامتناع من الإجابة على أسئلة معينة يأتي بنتائج عكسية غير مرغوب فيها. ومن هنا، فإن البحث عن حل أمثل أو على الأقل حل أفضل بين البدائل المتاحة هو أساس التسوية السلمية للأزمة الاجتماعية.

(4) رصد الدروس المستفادة من الأزمة قبل طى ملفها، ومثل تلك الدروس يشكل تراكماً معرفياً لا غنى عنه لمواجهة أزمات المستقبل قبل أن تنشب وتستفحل، كما يشكل التراكم المعرفى بدوره مرجعيات.

خاتمة:

نخلص فى الأخير إلى أن العلاقات العامة كجهاز إدارى اتصالي تركز جهودها فى إدارة الأزمات الاجتماعية لاحتواءها قبل حدوثها، أثناء حدوثها وبعدها، نظراً لظهور وسائل الإعلام الجديدة وتطور تقنياتها التي تتابع عن كثب وترصد مراحل تطور هذه الأزمات الاجتماعية، خاصة منها التي تشكل أهمية لدى الفرد والمجتمع بما فيها أزمة السكن وأزمة البطالة،... وغيرها حيث تلعب إدارات العلاقات العامة والإعلام، أو ما يُسمى الآن «التواصل الحكومى» أو التواصل الإعلامى، أو حتى إدارة التسويق - تلعب دوراً محورياً فى إيصال الرسالة التي تُريدها الوزارات بالشكل المضمون، المُطمئن للوزير أو المسئول ممّا يُضفي الرضاء من قبله على هذه الإدارة أو تلك، وتتكون غالبية هذه الإدارات من مجموعة من المسرولين المُتمرسين فى علم الاجتماع والإعلام والكلام المعسول للإيحاء للمُتلقي بأن جميع البرامج تسير بالوجه المطلوب، وأن المشاريع «عال العال» وبالتالي تكون التقارير المرفوعة للمسئول ايجابية ويتلقون المُكافآت المُجزية جراء هذه التقارير وهذا الانجاز العظيم برأيه.

قائمة المراجع:

(1)- جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، ط1، دار المسيرة للتوزيع والطباعة، عمان، 1998.

(2)- منال طلعت محمود: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2002.

(3)- رضوان بلخيري، سارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

(4)- إدريسي لكريني : العلاقات الدولية، مفاهيم أساسية وقضايا معاصرة، المغرب، 2003 .

(5)- هامل مهدية: اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالات لوحداث من المؤسسات الصناعية والخدماتية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2008، 2009.

(6)- أحمد، فاروق يوسف، دراسات في الثورة والتغيير الاجتماعي، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1980.

(7)- غريب عبد السميع:الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة،- الإسكندرية، 2006 .

(8)- محمد عبد الفتاح محمد:سيكولوجية الإعلام والاتصال، أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005 .

(9)- كريمة ساعد :العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، جامعة منتوري قسنطينة أنموذجا، مذكرة- مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة،قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011، 2012.

(10)- <https://www.arabmediasociety.com>

(11)-

<http://mediacom.arabblogs.com/archive/2009/9/940262.html>

(12) - <https://studies.aljazeera.net/en/node/4318>