

تفعيل دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات " دراسة تطبيقية "

حسنين السيد طه¹ ، علي حسن حسين² ، عبدالرحمن محسن مناور العنزي³

¹ أستاذ إدارة الموارد البشرية ورئيس قسم إدارة الأعمال وعميد كلية التجارة جامعة مدينة السادات

² مدرس بقسم مسوح الموارد الطبيعية - معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

³ باحث دراسات عليا بقسم مسوح الموارد الطبيعية - معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

ملخص البحث :

ينظر إلى العلاقات العامة بأنها ظاهره اجتماعية ولدت مع الإنسان ونشأت بالضرورة في كل مجتمع بشري فهي تتطور بتطور المجتمعات نتيجة للاحتكاك الاجتماعي بين أفرادها ومنظماتها وهيئاته، ولاشك أن تعقد المجتمع وتشعب العلاقات الإنسانية في شتى الميادين قد جعل الناس يدركون أن هذه العلاقات جديرة بالدراسة والبحث والاستقصاء .

وينبغي الاعتراف بأن عالم اليوم هو عالم الأزمات لأسباب تتعلق بالتغيرات الكثيرة التي حدثت في مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والسكانية والبيئية والتي أثرت في حياة الإنسان داخل الكيان الاجتماعي والتنظيمي ، فقد أصبح من المعروف بأن التحدي الكبير الذي يواجه الأفراد والمنظمات والدول يتحدد بسلسلة من الأزمات التي تختلف في طبيعتها وحجمها وعوامل تحريكها مؤدية إلى خلق الصعوبات والمشكلات وإحداث الانهيارات في القيم والمعتقدات والممتلكات ، لذا فإن مواجهة الأزمات والوعي بها يعد أمرا ضروريا لتفادي المزيد من الخسائر المادية والمعنوية .

وتتلخص مشكلة البحث في الآتي:

- عدم وضوح دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات سواء في حاله وجود فريق لإدارة الأزمة أو عدم وجوده.
 - عدم وجود استراتيجيه واضحة لعمل العلاقات العامة أثناء المواقف الطارئة .
 - عدم توافر الإمكانيات الفنية والتدريبية للعلاقات العامة في التعامل مع الأزمات قبل وأثناء وبعد وقوعها .
- وسعي هذا البحث إلى التعرف علي مفهوم وأهمية العلاقات العامة ، بالإضافة إلى التعرف علي مفهوم وأنواع الأزمات ، ثم دراسة دور العلاقات العامة في التعامل مع والتصدي للأزمات التي تواجهنا في العصر الحديث .
- وتوصل الباحث إلى مجموعة متنوعة من النتائج ، بالإضافة إلى مجموعة من التوصيات التي من الممكن أن تؤدي إلى تفعيل دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات .

Abstract

It looks at public relations as a social phenomenon was born with man necessarily arose in every human society are evolving the evolution of societies as a result of social friction between its members and its organizations and bodies, and no doubt that the complexity of society and the complexity of human relations in various fields has made people realize that these relations worthy of study, research and survey.

It should be recognized that today's world is a world of crises for reasons related to the many changes that have occurred in the areas of political, economic, demographic and environmental life and that influenced the human life within the social and organizational entity, it has become known that the great challenge facing individuals, organizations and nations is determined by a series of crises that differ in nature, size and agitated factors leading to the creation of the difficulties and problems and cause landslides in the values, beliefs and property, so the face of crises and awareness is essential to avoid further material and moral losses.

And dispose of the research problem in the following:

- Lack of clarity of the role of public relations in crisis management, both in the case of a team to manage the crisis or lack of it.
- Lack of a clear strategy for public relations work during emergency situations.

- Lack of technical and training possibilities for public relations in dealing with crises before, during and after the fact.

And the pursuit of this research to identify the concept and importance of public relations, as well as to identify the concept and the types of crises, and then examine the role of public relations in dealing with and responding to the crises that face us in the modern era.

The researcher obtained a variety of results, in addition to a set of recommendations that could lead to the activation of the role of public relations in crisis management

مقدمة :

تطور استخدام العلاقات العامة في دول العالم المتقدم منذ أن بدأت ممارستها في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وهو القرن الذي تميز نصفه الأخير بحدوث الثورة الصناعية، وكانت الأوضاع الجديدة التي نتجت عن هذه الثورة الصناعية هي العامل الأساسي الذي أدى إلى بروز حاجة ملحة لنشاط جديد، يهتم بعلاقة المؤسسات الصناعية والتجارية الضخمة مع الجماهير العريضة التي تتعامل معها، ولهذا فقد أخذت العلاقات العامة في التطور والنمو والوضوح والتبلور بنفس التزاحم والقوة والسرعة التي شهدتها في تلك الفترة المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية. أما من استخدام الاصطلاح لأول مرة، فقد كان دورمان إيتون، فهو أول من استخدم عام ١٨٨٢ عبارة "العلاقات العامة ومستلزمات المهنة الشرعية"، إلا أن الاستخدام الحقيقي للعلاقات العامة طبقاً للمفهوم الحديث لهذا الاصطلاح لم يتم إلا على يد أيفي ليد بيتزلي الذي استطاع بفكره الثاقب أن يدرك أن النشر وحده لا يكفي، إذ لا بد أن يدعم ذلك النشر عمل جيد يذاع للجمهور ليعرف عنه . ومن ثم تطور مفهوم العلاقات العامة من إدارة منفصلة في المنظمة إلى إدارة تتبع إدارة التسويق. (السريع ، ٢٠٠٥)

ويسعى هذا البحث إلى دراسة دور العلاقات العامة في التعامل مع والتصدي للأزمات التي تواجهنا في العصر الحديث .

مشكلة البحث :

تتبع المشكلة البحثية من عدم الاهتمام الكافي من الإدارات في بعض الجهات الحكومية بدور العلاقات العامة في أداء وظيفة التسويق لخدماتها، وهو ما يعود إلى عدم الفهم الدقيق لوظيفة العلاقات العامة، التي يمكن استخدامها بقدرتها الكبيرة على التأثير وتمتعها بوسائل الجذب في الترويج لمختلف الخدمات، وتحقيق فعالية أكبر في تنفيذ برامج الإعلان والتسويق لتلك الخدمات. حيث يدل الواقع العملي على تزايد أهمية العلاقات العامة في مختلف القطاعات الحكومية كوظيفة أساسية تعمل على إيجاد فهم مشترك وصلات وثيقة بين تلك القطاعات وعملائها الخارجيين، كما تعمل على تحقيق درجة كبيرة من التفاهم والتقارب بتلك القطاعات، وهو الأمر الذي يمكن معه إشراك العلاقات العامة في الإعلان والترويج لمختلف الخدمات بغرض تحقيق الأهداف المرجوة.

وبالتالي تعد العلاقات العامة ذات أهمية بارزة للعديد من المؤسسات التي تتعامل مع العديد من الأفراد والمنشآت، وبصفة خاصة تلك المنشآت التي تمارس نشاطاً أو خدمة لها ارتباط مباشر بالجمهور. ولا تقتصر العلاقات العامة على المنشأة والمتعاملين معها، بل تمتد إلى أولئك الذين لهم صلة تتعامل مباشرة. ولكن من المحتمل أن تصبح لهم صلة إن عاجلاً أو آجلاً، فالعلاقات العامة تربط بين المنشآت وبعضها البعض، وتربط بين المنشأة وعملائها، والمنشأة والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه، بل وتربط أيضاً بين العاملين داخل المنشأة بمستوياتهم.

ونظراً لأهمية دور العلاقات العامة في تسويق الخدمات الحكومية وبالتالي التعامل مع الأزمات ، ستعمل الدراسة على بحث دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات المختلفة التي تواجه المنظمات الحكومية بدولة الكويت .

ويمكن التعبير عن مشكلة البحث في ضوء التساؤلات التالية :

- (١) ما هي أهمية وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بدولة الكويت ؟
- (٢) هل هناك إدارة للأزمات التي تواجه المؤسسات الحكومية بدولة الكويت أم لا ؟
- (٣) هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحكومية بدولة الكويت وإدارة الأزمات بها ؟

أهداف البحث :

في ضوء مشكلة البحث وفروضه يهدف هذا البحث إلى :

- (١) التعرف علي أهمية وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بدولة الكويت .
- (٢) التعرف علي مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية بدولة الكويت .
- (٣) التعرف علي نوع وقوة العلاقة ذات دلالة إحصائية بين تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحكومية بدولة الكويت وإدارة الأزمات بها .

فروض البحث :

بناء على مشكلة البحث والدراسات السابقة، تم صياغة فروض البحث على النحو التالي:

- (١) لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقضي منهم حول أهمية وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بدولة الكويت باختلاف خصائصهم الديموجرافية .
- (٢) لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقضي منهم مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية بدولة الكويت باختلاف خصائصهم الديموجرافية .
- (٣) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحكومية بدولة الكويت وإدارة الأزمات بها.

منهجية البحث :

تتضمن منهجية البحث عدة عناصر هي كما يلي :

(١) أنواع البيانات :

يعتبر هذا البحث من أنواع البحوث الوصفية ، ويستخدم نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية والبيانات الأولية

(أ) البيانات الثانوية :

اعتمد الباحث على مجموعة من البيانات الثانوية اللازمة لتحقيق أهداف البحث ، وتتمثل في بيانات عن مفهوم العلاقات العامة ، أهمية العلاقات العامة ، أهداف العلاقات العامة ، مفهوم وأنواع الأزمات ، مفهوم إدارة الأزمات ، طرق إدارة الأزمات، وقام الباحث بالحصول على البيانات الثانوية من مصادرها المختلفة ، ومن أهمها المراجع العربية والأجنبية والمجلات والدوريات العلمية ، والأبحاث المنشورة للجهات ذات الصلة بمجال البحث ، والإحصائيات والتقارير المتاحة بالشركات الحكومية الكويتية .

(ب) البيانات الأولية :

بالإضافة إلى البيانات الثانوية التي تساعد على بلورة مشكلة وأسئلة البحث ، وصياغة فروضه ، ولتحديد الملامح الأساسية لمجتمع البحث ، فقد تم الاعتماد على البيانات الأولية من خلال قائمة استقصاء موجهه إلى العاملين بالشركات الحكومية الكويتية موضع الدراسة .

(٢) مجتمع البحث :

يتضمن الهيكل التنظيمي للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب من ست قطاعات تنظيمية (قطاع المدير العام ، قطاع التخطيط والتنمية ، قطاع التعليم التطبيقي والبحوث ، قطاع الشؤون الإدارية والمالية ، قطاع التدريب ، قطاع الخدمات الأكاديمية المساعدة) ، تمثل مجتمع الدراسة حيث يشير جدول (١) إلى أن مجتمع الدراسة يبلغ 755 مفردة ، وسوف يراعى عند تحديد حجم العينة أن تشتمل على كافة القطاعات .

جدول (١)

التوزيع العددي لعدد العاملين بقطاعات ديوان الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب

عدد العاملين	القطاع
١٠٢	قطاع المدير العام
٣٦	قطاع التخطيط والتنمية
٣٩	قطاع التعليم التطبيقي والبحوث
٣٢٦	قطاع الشؤون الإدارية والمالية
٥٨	قطاع التدريب
١٩٤	قطاع الخدمات الأكاديمية المساعدة
٧٥٥	إجمالي عدد العاملين

عينة البحث :

تم استخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية في تحديد حجم العينة من العاملين بديوان الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب ، وذلك من خلال المعادلة التالية :

$$\text{حجم العينة} = \frac{t^2 \times N \times f(1-f)}{\Delta^2 + t^2 f(1-f)}$$

حيث :

t = الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة ٩٥ % = ١,٩٦ %

f = نسبة النجاح في التوزيع ، من الطبيعي أن تكون نسبة النجاح والفشل = متساويان

Δ = نسبة الخطأ المسموح به والمنتشر على طرفي التوزيع بمقدار متساوي وهي = ٥ %

N = حجم المجتمع ، وباستخدام المعادلة السابقة يتضح أن حجم العينة :

$$\text{العينة} = \frac{(1.96)^2 \times 755 \times 0.5 \times (0.5 - 1)}{(0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times (0.5 - 1)} = 255 \text{ مفردة}$$

وتم تحديد حجم العينة المطلوبة في كل قطاع بطريقة التخصيص المتناسب حيث يتناسب عدد المشاركين الذين يتم اختيارهم عشوائياً من كل قطاع تناسباً طردياً مع حجم العاملين في كل قطاع لتعكس كافة الآراء بما يخدم موضوع الدراسة ، وتم توزيع عدد أكبر من الاستبانة (٣٠٠) لضمان الحصول على حجم العينة المطلوب ، استجاب منهم (٢٨١) مشارك ، وبعد استبعاد الاستبانة غير المستوفاة (١٩) بلغ عدد مفردات العينة ٢٦٢ مشاركاً ، وهو معدل أكبر من حجم العينة المطلوبة بما يسمح بالخروج بنتائج لها قيمة ، كما حرص الباحث على توزيع الاستبانة المخصصة للقيادات التنظيمية على أغلب القيادات التنظيمية الشاغلة للمناصب الإشرافية وقت إجراء الدراسة .

الإطار النظري للبحث :

ظهرت العلاقات العامة بمعناها الحديث في المجالات المختلفة بتقدم المجتمعات الحديثة في ظل التقدم العلمي خلال عشرينات هذا القرن، وبتعدد الحياة الاجتماعية وقيام المؤسسات والهيئات المختلفة بدور هام في حماية الشعوب، حتم عليها ضرورة الاتصال بالجمهور للتعرف على تلك الهيئات من حيث أهدافها وبرامجها وأغراضها، وذلك عن طريق وسائلها المتنوعة. (حسن ومنصور ، ٢٠١٢)

وقد يكون من الصعوبة بمكان اختيار مفهوم أو أكثر من المفاهيم التي طرحت بشأن العلاقات العامة، حيث أن فحص أدبياتها المتخصصة يكشف عن كم هائل من المفاهيم، حيث أن الباحثين المتخصصين في هذا الموضوع لم يتفقوا حول مفهومها وتحديد طبيعتها، وقام أحد المتخصصين في المؤسسة الأمريكية للعلاقات العامة بحصر معظم هذه المفاهيم، حيث وجدها تقترب من المائتي مفهوم، الأمر الذي دعا الكثير إلى القول بأن العلاقات العامة في أمس الحاجة إلى علاقات عامة، بمعنى أن مفهومها لا يزال يكتنفه الغموض.

ونستطيع إعطاء تعريف للعلاقات العامة من خلال عدة مفاهيم كل يعرفها حسب منظور معين، ولعل انتماء العلاقات العامة إلى العلوم الاجتماعية وافتقار هذه العلوم إلى اللغة العلمية وإلى القدرة على تحديد المفاهيم والتصنيف الجيد حتى تصبح علوما كسائر العلوم الطبيعية، ولعله واحد من أسباب التعددية والتزايد في تناول هذا المفهوم، وسوف أحاول في السطور القادمة اختيار بعضها، لاستخلاص المقصود بعبارة العلاقات العامة لتكون خير معين لنا عند تناول كل ما يتعلق أو يرتبط بها في متن هذا البحث.

وقد اختلف العلماء والمفكرين في تعريف العلاقات العامة كل حسب وجهة نظره وفكره وثقافته ومجتمعه، وتتعدد تعريفات العلاقات العامة كالتالي:

• تعريف مور :

فلسفة اجتماعية للإدارة يعبر عنها بشكل سياسات وأعمال تهدف إلى ضمان التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، وذلك باستخدام الاتصال ذي الاتجاهين بين الطرفين، وهي الوسيلة إلى تعديل الاتجاهات الجديدة التي أحدثت التغيير (سلطان، ٢٠١٥).

• وتعريفها جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

نشاط أي منشأة في بناء وتدعيم علاقات سليمة بينها وبين الجمهور لكي تحول سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع (الجحني، ٢٠١١).

• وتعريفها جمعية العلاقات العامة الدولية

هي الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها ومجالاتها إلى كسب تفاهم وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية (الحربي، ٢٠١٢).

• ويعرفها قاموس اكسفورد:

هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والأخلاق العامة (الدليمي، ٢٠١٠).

• ويعرفها قاموس وبستر الدولي:

هي فن وعلم تطوير الفهم الثنائي المتبادل والنيات الحسنة.

• ويعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

هي الجهد المبذول لإيجاد فهم مشترك بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليها (جودة، ٢٠١١).

إن كثرة التعريفات للعلاقات العامة، سواء من قبل المهنيين، أو الباحثين والأكاديميين، أو هيئات

العلاقات العامة، أضافت لمفهوم العلاقات العامة وأفادته كعلم وكمهنة، ظهر أهمها في تحديد سمات مشتركة أجمع عليها معظم المعرفين لها، وأبرز هذه السمات: (برغوث، ٢٠١٠)

▪ وضوح غاية العلاقات العامة المتمثلة في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على تحقيق النجاح.

▪ اعتبار العلاقات العامة عملية مستمرة، قد يكون لها نقطة بداية دون تحديد لنقطة النهاية.

▪ اعتبار الإدارة والاتصال أساساً لعمل العلاقات العامة.

▪ اعتبار الجمهور (الداخلي والخارجي) أساساً لعمل العلاقات العامة.

▪ اتصال العلاقات العامة اتصال إقناعي، وليس موضوعي، لأنه يسعى إلى توجيه سلوك الجمهور إيجابياً.

وبذلك يمكن تعريف العلاقات العامة على أنها علم وفن يجسد بمهارات اتصال إقناعي وصولاً إلى التوافق بين مصالح المؤسسة والجهات ذات العلاقة بها، كعملية مستمرة تمكن المؤسسة من إنجاز رسالتها وفقاً لأهدافها.

➤ هناك العديد من الأسباب والعوامل التي أسهمت في زيادة الحاجة لمهنة العلاقات العامة، مما أسهم في تطورها لعلم أصبح يدرس في الجامعات والمعاهد منذ أوائل القرن العشرين، ومن العوامل والأسباب التي أسهمت في الوصول بالعلاقات العامة لتصبح مهنة متخصصة: (الدليمي، ٢٠١١)

- توسع وتعدت أعمال المؤسسات المختلفة والتي تضم أعدادًا كبيرة من المتعاملين معها.
- تقدم العلوم المتسارع في مختلف الميادين.
- تنوع وتشابك العلاقات بين الأفراد والجماعات.
- سهولة، وسرعة الانتقال بالنسبة للأشخاص والأفكار نتيجة توافر وسائل النقل.
- انتشار التعليم فزيادة أعداد المتعلمين تزداد الحاجة إلى نشر المعلومات والحقائق وممارسة نشاط العلاقات العامة.
- زيادة قوة الفرد وأهميته في المجتمع الحديث، فالشركات والحكومات تسعى دائمًا إلى كسب الفرد والحصول على تأييده.
- نمو العلوم الإنسانية التي تتناول الفرد والدوافع وراء سلوكه وتصرفاته.

ومن المسلم أن لكل برنامج من برامج العلاقات العامة غرضًا معينًا يطلق عليها اسم "الهدف" فلا معنى لنشاط بلا هدف أو غرض ولكن الذي يحدث أن يعمل أفراد أو جماعات أو هيئات أو منظمات بوجه أو أكثر من وجوه العلاقات العامة دون أن يعرفوا على وجه الحقيقة ما يتطلعون إلى تحقيقه عن طريق هذا العمل وهم في العادة يظنون أن لديهم هدف أو غرض وهذا صحيح من الناحية العامة غير أن الغموض يكتنف هذا الهدف؛ فعلى سبيل المثال قد ترغب إحدى الهيئات إلى زيادة عدد أعضائها أو قد تبغي إحدى الجماعات خدمة قضية أو عدل، مما لا شك فيه أن الأهداف والإغراض توضع سلفًا فيتحقق هدف في سلسلة مرتبة والنتيجة العامة هي تحقيق هذه الأهداف جميعًا وفي النهاية بلوغ الأهداف العامة أو الهدف الأسمى المراد؛ فإذا لم تحدد هذه السلسلة من الأهداف سلفًا، فإن النتيجة ضياع الوقت والجهد والمال وبالتالي الفشل الذريع، لذلك وجب عند تحديد الأهداف أن يثار سؤالين هامين هما:

▪ ما الذي ينبغي تحقيقه؟

▪ لماذا يتم اختيار فعل ذلك؟

الجواب على هذين السؤالين ينبغي أن يكون محددًا واضحًا لا مجرد جواب سهل وسيكون لمثل هذا النهج الواقعي المحدد نتيجتان هامتان هما:

▪ أنه يوضح كل رأي وعمل.

▪ أنه يصون الجملة من الشطط والتحليق في الخيال.

وفي إطار ما سبق نتناول الأهداف المتفق عليها على النحو التالي:

- تكوين صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة.
- التوفيق بين مصالح المؤسسة والجمهور.
- تحقيق علاقات يسودها الوئام والوفاق بين الإدارة العليا والعاملين بالمؤسسة.
- اتخاذ الاحتياطات اللازمة بما يجنب المؤسسة التعرض للمشكلات من خلال إعداد البرامج الوقائية التحسب لها.
- الدفاع الموضوعي الصادق عن المؤسسة ضد كل ما يقال أو يشاع أو ينشر عنها.
- الحرص على جلب أفضل المهارات والكفاءات للعمل بالمؤسسة.
- الاهتمام بدراسة الرأي العام الداخلي والخارجي والوقوف على أحدث الطرق لقياسه.
- رصد الميول والاتجاهات وتحليلها واعتبارها مؤشرات لمكانة المؤسسة في المجتمع.
- تقديم المشورة المدروسة للإدارة العليا عند اتخاذ القرارات ورسم السياسات.

- العمل على استمرار الاتصالات بين المؤسسة وجمهورها، مع التصدي لأي محاولة لهدم هذه العلاقة، فهي تنوير للجماهير قبل محاولة التأثير فيهم. (المصري، ٢٠١١)
- معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو سياسة المؤسسة وخططها، من أجل تلبية رغباته ومتطلباته ضمانا لاستمرار تعامله مع المؤسسة.
- نقل وتوصيل المعلومات الصادقة عن المؤسسة للجماهير. (الصدقي و بدوي ، ٢٠١٥)
- معرفة احتياجات العاملين بالمؤسسة من الجوانب الثقافية والترويجية ومحاولة مساعدتهم على حل مشاكلهم.
- تفعيل الاتصال بين المؤسسة والمنظمات الأخرى باستخدام مختلف وسائل الاتصال المتاحة. (الجابري ، ٢٠١٣)

و هناك عدة مجالات رئيسية لتطبيق العلاقات العامة من أهمها : (جودة ، ٢٠١١)

- **المجال السياسي:**
 - و يكون على مستوى الأحزاب السياسية وجماعات الضغط، ويكون للعلاقات دور كبير في مجالات استقطاب الجماهير والتأثير عليهم بهدف الحصول على تأييدهم وأصواتهم في الانتخابات.
 - **مجال الوزارات والدوائر الحكومية :**
 - تسعى العلاقات العامة إلى توعية الجماهير وإرشادها عن طريق شرح وتفسير القوانين والأنظمة بهدف مصلحة الجمهور، ومن أجل كسب تأييده للسياسات والقوانين الحكومية، وقد تتصدى العلاقات العامة لدحض بعض الشائعات.
 - **مجال الإدارة المحلية :**
 - تمارس العلاقات العامة فيه كل ما يتعلق بالشؤون البلدية والمجالس المحلية والتي تديرها مجالس بلدية أو محلية.
 - **مجال المؤسسات العامة**
 - دور العلاقات العامة في هذا المجال يشبه دورها في شركات القطاع الخاص.
 - **مجال القطاع الخاص:**
 - ويشمل كافة المؤسسات الخاصة المنتشرة في كافة أنحاء الدولة، ودور العلاقات العامة يتمثل في إقامة علاقات جيدة مع الجهات ذات العلاقة، ويجب استعمال الأمانة والصدق للحصول على رضا الجمهور وثقته.
 - **المجال التعاوني:**
 - ويشمل مجال الجمعيات التعاونية بكافة أشكالها والتي تسعى لتقديم الخدمات لأعضائها بسعر التكلفة وبدون ربح، ويتضمن دور العلاقات العامة في هذا المجال الحصول على تأييد ودعم أعضاء هذه الجمعيات ومعرفة متطلباتها فيما يتعلق بنوعية الخدمة المقدمة لهم وجودتها.

و تتمثل أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالتالي: (العتيبي ، ٢٠١١)

- إعلام المواطن بالنشاط الحكومي في كافة الميادين، وذلك بغرض خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهم برأيه وتأييده ورضاه عن نشاط حكومته.
- تحويل اتجاهات الرأي العام لاتجاهات إيجابية ترعاها أجهزة إعلامية صادقة.
- إسداء المشورة للإدارة العليا في الآثار المتوقعة للقرارات التي تقوم بها
- العمل على دحض الشائعات والحملات المغرضة

و يحدد بعض الباحثين وظائف متعددة للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كالتالي:

- وظيفة البحوث والدراسات :يقصد بها جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، وتستفيد الإدارة العليا من تلك البحوث والدراسات في رسم السياسات، وتحقيق أهداف المنظمة بفاعلية.

- الوظيفة الإعلامية المعلوماتية: تهدف إلى إعلام الجمهور بالقوانين والنظم الحكومية، إلى جانب إعلام صانعي السياسات بردود الأفعال السريعة للرأي العام.
- الوظيفة الإقناعية: تهدف إلى إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة، أو اعتماد سياسات محددة.
- الوظيفة الدفاعية أو التصحيحية: يقصد بهما حماية المؤسسة من أي هجوم إعلامي قد يقع عليها من الآخرين، أو نشر أخبار غير صحيحة حولها، وتستخدم في ذلك قنوات الاتصال الفعالة والمناسبة.
- الوظيفة الاستشارية: تعمل العلاقات العامة في المؤسسة الحكومية على تقديم المشورة إلى الإدارة العليا بين فترة وأخرى.

وختلف الباحثون حول تعريف الأزمة تبعاً لاختلاف المجالات والمستويات التي تناولوها في دراساتهم، وقد وردت العديد من التعريفات لمفهوم الأزمة خاصة على المستوى التنظيمي. فقد وصفها (Phelps, 1986) بكونها حالة طارئة أو حدث مفاجئ يؤدي إلى الإخلال بنظام العمل المتبع في المنظمة مما يضعف مركزها التنافسي ويتطلب منها تحركاً سريعاً واهتماماً شديداً، وعليه يمكن تصنيف أي حدث بأنه أزمة استناداً إلى درجة الخلل الذي يتركه هذا الحدث في سير العمل الاعتيادي للمنظمة. ويصفها (Coombs, 2011) بأنها حدث لا يمكن التنبؤ به وتهدد توقعات أصحاب المصالح ويمكن أن تؤثر بشكل خطير على أداء المؤسسة وتولد نتائج سلبية. أما (الأعرجي ودقلمسة، ٢٠٠٠) فيعرفان الأزمة على أنها حالة غير عادية تخرج عن نطاق التحكم والسيطرة، وتؤدي إلى توقف حركة العمل أو هبوطها إلى درجة غير معتادة، بحيث تهدد تحقيق الأهداف المطلوبة من قبل المنظمة وفي الوقت المحدد لذلك. كما عرفها (الحيالي، ٢٠١١) على أنها حدث استثنائي أو مفاجئ قد يؤدي إلى فرص ونتائج مرغوب فيها نحو التقدم والنجاح، أو قد يفقد المنظمة إلى نتائج تهدد حياتها. ويرى (Mitroff and Anagnos, 2001, 34-35) أن الأزمة هي حدث يؤثر أو له احتمال التأثير على المنظمة ككل. وتأسيساً على ما تقدم يمكن القول أن الأزمة هي حالة غير مألوفة أو متوقعة يكتنفها عدم التأكد تؤدي إلى الخلل بالأعمال الاعتيادية للمنظمة وتهدد قدرتها على البقاء والاستمرار.

ويمكن تقسيم الأزمات التي تواجه المنظمات إلى ستة أنواع هي (العزاوي، ٢٠٠٩):

- حسب المحتوى: معنوية، ومادية، ومعنوية ومادية.
- حسب إمكانية الاستفادة: تنموية، وعرضية.
- حسب شدة الأثر: شديدة الأثر، وضعيفة الأثر.
- حسب مراحل التكوين: النشوء، والتصعيد، والتكامل، والاحتواء، والنهاية.
- حسب البعد الزمني: متكررة الحدوث يمكن التنبؤ بها، ومفاجئة يصعب التنبؤ بها.
- حسب كيان الضرر: دولية، وقومية، ومجتمع معين، وفردية، وتنظيمية.

وتعد الإدارة الجيدة للآزمات التي تمر بها المنظمة أمراً حيوياً لمواجهةها والتغلب عليها. وتشير إدارة الآزمات إلى النظام الذي يطبق لتجنب الحالات الطارئة وكيفية التعامل معها عند حدوثها لغرض التخفيف من آثارها المدمرة (Goel, 2009). كما تشير إلى منهجية الإدارة في التعامل مع الآزمات في ضوء الاستعداد والمعرفة والوعي والإدراك والإمكانات المتوافرة والمهارات وأنماط الإدارة السائدة (الصيرفي، ٢٠٠٣). كذلك وصفت بأنها مجموعة من العوامل المصممة لمكافحة الآزمات وتخفيف الضرر الفعلي، وهي السعي لمنع أو تخفيف النتائج السلبية للآزمة وبالتالي حماية المنظمة وأصحاب المصلحة من الأذى (Coombs, 2011). ويرى (احمد، ٢٠١٠) بأنها أساليب علمية إدارية تُستخدم لمواجهة الحالات الطارئة (الآزمات) وإجراء الاستعدادات اللازمة لها قبل وقوعها.

ويتفق الباحثون على أن هناك عدة مراحل تمر بها عملية إدارة الآزمات إلا أنهم يختلفون حول ماهية هذه المراحل. فقد قسم (Coombs, 2012) مراحل إدارة الأزمة حسب الأساس الزمني إلى: مرحلة ما قبل الأزمة، ومرحلة الاستجابة للأزمة، ومرحلة ما بعد الأزمة. ويصنف (Fink, 1986) هذه المراحل إلى أربع مراحل هي: مرحلة الإنذار، ومرحلة التأزم، والمرحلة المزمنة، ومرحلة الحل. كما قدم (Faulkner, 2001) نموذج بهذا الصدد يتكون من المراحل الآتية: مرحلة الإنذار، ومرحلة التأزم، ومرحلة الطوارئ، ومرحلة التوسط، ومرحلة الأمد الطويل، ومرحلة الحل. وقدم (Pearson and Mitroff, 1993) نموذجاً اعتمدته العديد من الدراسات فيما بعد، ويتألف هذا النموذج من خمس مراحل هي: مرحلة اكتشاف إشارات الإنذار، ومرحلة الاستعداد والوقاية، ومرحلة احتواء الأضرار أو الحد منها، ومرحلة استعادة النشاط، ومرحلة التعلم.

الدراسة الميدانية واختبار الفروض :

في ضوء الدراسة الميدانية التي تمت تتمثل خصائص العينة في الآتي :

(١) أن القيادات التنظيمية من الذكور بلغت ٢٦ مفردة بنسبة مئوية قدرها ٥٢% ، فيما بلغ الإناث ٢٤ مفردة بنسبة قدرها ٤٨% من حجم العينة ، ويشير أيضاً الجدول إلى أن حجم العاملين من الذكور بلغ ٦٩ مفردة بنسبة مئوية قدرها ٢٦,٣% ، وأن حجم الإناث بلغ ١٩٣ بنسبة مئوية قدرها ٧٣,٧% من حجم العينة مما يشير إلى أن الإناث يشكلون النسبة الأكبر من حجم العينة وهو ما يتفق مع الواقع الفعلي لمجتمع الدراسة .

جدول (٢)

التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير النوع

النوع	القيادات التنظيمية		العاملين	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة
ذكور	٢٦	٥٢	٦٩	٢٦,٣
إناث	٢٤	٤٨	١٩	٧٣,٧
مجموع	٥٠	١٠٠	٢٦	١٠٠

(٢) أن القيادات التنظيمية فقط من الكويتيين حيث أن شغل تلك المناصب قاصراً فقط على أبناء الوطن ، ويشير الجدول أيضاً إلى أن حجم العاملين من الكويتيين بلغ ١٩٤ مفردة بنسبة مئوية قدرها ٧٤% ، وأن حجم الغير كويتي بلغ ٦٨ بنسبة مئوية قدرها ٢٦% ، وتشير العينة أن العمالة الوطنية تستحوذ على النسبة الأكبر من حجم العينة .

جدول (٣)

التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير الجنسية

الجنسية	القيادات التنظيمية		العاملين	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
كويتي	٥٠	١٠٠	١٩٤	٧٤
غير كويتي	٠	٠	٦٨	٢٦
مجموع	٥٠	١٠٠	٢٦٢	١٠٠

(٣) أن تمثيل عينة الدراسة في كل قطاع تنظيمي جاء متوافقاً مع حجم مجتمع الدراسة إلى حد بعيد، وتشير العينة أن القيادات التنظيمية والعاملين في قطاع الشؤون الإدارية والمالية يشكلون النسبة الأكبر من حجم العينة .

جدول (٤)

التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير القطاع التنظيمي

بيان	القيادات التنظيمية		العاملين		
	حجم العينة	النسبة المئوية	حجم المجتمع	النسبة المئوية	حجم العينة في كل قطاع
قطاع المدير العام	١٠	٢٠	١٠٢	١٣,٥٠	٣٤
قطاع التخطيط والتنمية	٠	٠	٣٦	٤,٧٦	١٢
ق. التعليم التطبيقي والبحوث	٥	١٠	٣٩	٥,١٧	١٣

٤٠,٨	١٠٧	١١٠	٤٣,١٨	٣٢٦	٤٨	٢٤	ق. الشؤون الإدارية والمالية
٧,٦	٢٠	٢٠	٧,٦٨	٥٨	٦	٣	قطاع التدريب
٢٥,٦	٦٧	٦٦	٢٥,٧٠	١٩٤	١٦	٨	ق. الخدمات الأكاديمية
١٠٠	٢٦٢	٢٥٥	١٠٠	٧٥٥	١٠٠	٥٠	إجمالي عدد العاملين

(٤) يشير الجدول رقم (٥) إلى أن القيادات التنظيمية الحاصلين على الشهادة الجامعية يشكلون أكثر من نصف حجم العينة ، وأقل فئة الحاصلين على دبلوم الهيئة العامة للتعليم التطبيقي (سنتين بعد الثانوية العامة) وهم غالباً الشاغليين لمنصب رؤساء الأقسام ، ويشير الجدول أيضاً إلى أن ثلثي حجم العينة من الحاصلين على الشهادة الجامعية ، وأن الهيئة تهتم بتعيين الأفراد من حملة الشهادات الجامعية الأولى.

جدول (٥)
التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير المؤهل التعليمي

المؤهل التعليمي	القيادات التنظيمية		العاملين	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
دكتوراه	٢	٤	٠	٠
ماجستير	٦	١٤	١٢	٤,٦
شهادة جامعية	٢٩	٥٨	١٧٦	٦٧,٢
شهادة الدبلوم (الهيئة)	١٢	٢٤	٧٤	٢٨,٢
مجموع	٥٠	١٠٠	٢٦٢	١٠٠

(٥) أن شاغلي الوظائف الإشرافية بديوان الهيئة لديهم خبرة وظيفية " من ١٥ سنة وأكثر " ويشكلون ٦٢% حجم العينة ، يليهم من لديهم خبرة وظيفية " من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ " بنسبة قدرها ٣٠% من حجم العينة ، في حين يشير الجدول إلى أن العاملين الذين لديهم خبرة وظيفية من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ يشكلون ٤١,٦% من حجم العينة ، مما يشير إلى أن ما يعبرون عنه من آراء سوف تكون معبره تعبيراً صادقاً عن الواقع الفعلي لموضوع الدراسة .

جدول (٦)
التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	القيادات التنظيمية		العاملين	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
أقل من ٥ سنوات	٢	٤	٧٣	٢٧,٩
من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠	٢	٤	١٠٩	٤١,٦
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥	١٥	٣٠	٥١	١٩,٥
من ١٥ سنة وأكثر	٣١	٦٢	٢٩	١١
مجموع	٥٠	١٠٠	٢٦٢	١٠٠

(٦) يشير الجدول رقم (٧) إلى أن القيادات التنظيمية التي تتراوح أعمارهم بين ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ " ويشكلون نصف حجم العينة ، في حين يشير الجدول إلى أن العاملين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٥ سنوات إلى أقل من ٣٥ هم الذين يشكلون النسبة الأكبر من حجم العينة ٦١,٥%.

جدول (٧)
التوزيع العددي والنسبي للعينة طبقاً لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	القيادات التنظيمية		العاملين	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
أقل من ٢٥ سنة	٠	٠	٢٩	١١,١
من ٢٥ سنوات إلى أقل من ٣٥	١٨	٣٦	١٦١	٦١,٥
من ٣٥ سنوات إلى أقل من ٥٠	٢٥	٥٠	٦٣	٢٤
من ٥٠ سنة وأكثر	٧	١٤	٩	٣,٤
مجموع	٥٠	١٠٠	٢٦٢	١٠٠

اختبار الفرض الأول :

(١) متغيري النوع والجنسية : بإجراء اختبار (T) لعينيتين مستقلتين لمقاييس أهمية العلاقات العامة بديوان الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت حسب النوع (جدول ٨) وجد أن الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01 < P. value) ، حيث بلغت قيمة اختبار T (٢,٦١) ، كما تبين أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05 < P. value) لمتغير الجنسية حيث بلغت قيمة T (٢,٢٥) ، إي أنه يوجد تباين في آراء أفراد العينة تجاه أهمية العلاقات العامة يعود إلى اختلاف النوع ، والجنسية وأن الذكور والغير كويتيين أكثر إيجابية من الإناث والكويتيين تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة .

جدول (٨)

نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لمقاييس أهمية العلاقات العامة حسب النوع والجنسية

المقياس	النوع	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجة الحرية	معنوية الاختبار (P-value)
النوع	ذكور	٦٩	٣,٣٦	٠,٧٢	٢,٦١	٢٦٢	**٠,٠٠٩
	إناث	١٩٣	١١٣,	٠,٦٦			
الجنسية	كويتي	١٩٤	٣,١٢	٠,٦٩	٢,٢٥	٢٦٢	*٠,٠٢٥
	غير كويتي	٨٦	٣,٣٤	٠,٦٥			

** الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ١%

* لاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥%

(٢) متغيرات القطاع ، المؤهل التعليمي ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية : وعند إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لدراسة اختلاف آراء أفراد العينة تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة مجتمعاً تبعاً لكل من (القطاع ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) وجد أن الاختبار ليس له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) (١,٥٥ ، ٠,٧٣٦ ، ١,٣٤٣) على الترتيب وهي أقل من قيمة (F) الجدولة ، وكما وجد أن الاختبار له فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المؤهل التعليمي حيث أن مستوى الدلالة أقل من (٠,٠٥) ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) (٣,٢٧) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولة ، إي أن آراء الأفراد تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة تختلف باختلاف المؤهل التعليمي .

وباستعراض تحليل مدى تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو مقياس أهمية العلاقات العامة باختلاف المتغيرات الشخصية تبين وجود تباين في آراءهم تعزي لمتغيرات (النوع ، الجنسية ، المؤهل التعليمي) ، فيما وجد عدم وجود تباين في آرائهم تعزي لمتغيرات (القطاع التنظيمي ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) .

جدول (٩) جدول تحليل التباين لمقياس أهمية العلاقات العامة						
المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة اختبار ف	مستوى الدلالة (p-VALUE)	
القطاع التنظيمي	بين المجموعات	٥	٠,٧١	١,٥٥	٠,١٧٦	
	داخــــــــــــــــل	٢٥	٠,٤٦			
	المجموع	٢٦				
المؤهل التعليمي	بين المجموعات	٢	١,٥٠	٣,٢٧	٠,٠٤٠*	
	داخــــــــــــــــل	٢٦	٠,٤٦			
	المجموع	٢٦				
سنوات الخبرة	بين المجموعات	٣	٠,٣٤	٠,٧٣٦	٠,٥٣١	
	داخــــــــــــــــل	٢٥	٠,٤٧			
	المجموع	٢٦				
الفئة العمرية	بين المجموعات	٣	٠,٦٢	١,٣٤٣	٠,٢٦١	
	داخــــــــــــــــل	٢٥	٠,٤٦			
	المجموع	٢٦				

** الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥%

اختبار الفرض الثاني :

(١) متغيري النوع والجنسية : بإجراء اختبار (T) لعينتين مستقلتين لمقاييس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات بديوان الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت حسب النوع (جدول ١٠) وجد أن الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (01 < P. value) ، حيث بلغت قيمة اختبار T (٢,٩٨) ، كما تبين أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (05 < P. value) لمتغير الجنسية حيث بلغت قيمة T (٢,٦٤) ، إي أنه يوجد تباين في آراء أفراد العينة تجاه مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات يعود إلى اختلاف النوع ، والجنسية وأن الذكور والغير كويتيين أكثر إيجابية من الإناث والكويتيين تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات.

جدول (١٠) نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين لمقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات حسب النوع والجنسية							
المقياس	النوع	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجة الحرية	معنوية الاختبار (P-value)
النوع	ذكور	٦٩	٣,٤٨	٠,٧٩	٢,٩٨	٢٦٢	**٠,٠٠٧
	إناث	١٩٣	٣,١٩	٠,٧١			
الجنسية	كويتي	١٩٤	٣,٥٦	٠,٦٥	٢,٦٤	٢٦٢	*٠,٠٢٠
	غير كويتي	٨٦	٣,٨٢	٠,٦١			

** الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ١%

* لاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥%

(٢) متغيرات القطاع ، المؤهل التعليمي ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية : وعند إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لدراسة اختلاف آراء أفراد العينة تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات مجتمعة تبعاً لكل من (القطاع ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) وجد أن الاختبار ليس له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥,٠٥ ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ١,٥٠ ، ٠,٣٥٢ ، ٠,١٦٩ ، على الترتيب وهي أقل من قيمة (F) الجدولة ، وكما وجد أن الاختبار له فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المؤهل التعليمي حيث أن مستوى الدلالة أقل من (٥,٠٥) ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ٣,٥٤ وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية ، أي أن آراء الأفراد تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات تختلف باختلاف المؤهل التعليمي .

وباستعراض تحليل مدي تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات باختلاف المتغيرات الشخصية تبين وجود تباين في آراءهم تعزي لمتغيرات (النوع ، الجنسية ، المؤهل التعليمي) ، فيما وجد عدم وجود تباين في آرائهم تعزي لمتغيرات (القطاع التنظيمي ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) .

جدول (١١) جدول تحليل التباين لمقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات					
المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة اختبار ف	مستوى الدلالة (p-VALUE)
القطاع التنظيمي	بين المجموعات	٥	٠,٦	١,٥٠	٠,١٨٩
	داخل المجموعات	١١٨,٤	٠,٤		
	المجموع	١٢١,٨	٢٦٢		
المؤهل التعليمي	بين المجموعات	٢	١,٦	٣,٥٤	٠,٠٢٢
	داخل المجموعات	١٢٠,٢	٠,٤		
	المجموع	١٢٣,٤	٢٦٢		
سنوات الخبرة	بين المجموعات	٣	٠,٦	١,٣١٥	٠,٣٥٢
	داخل المجموعات	١٢٢,١	٠,٤		
	المجموع	١٢٣,٩	٢٦٢		
الفئة العمرية	بين المجموعات	٣	٠,٤	١,٠٠٦	٠,١٦٩
	داخل المجموعات	١٢٢,١	٠,٤		
	المجموع	١٢٢,٦	٢٦٢		

** الاختبار ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥%

اختبار الفرض الثالث :

وبإجراء اختبار معاملات الارتباط الخطية (بيرسون) لتحديد العلاقة بين تفعيل دور العلاقات العامة وإدارة الأزمات في ديوان الهيئة من وجهة نظر العاملين بها عند مستوى معنوية قدرها ٥,٠٥ ، تبين أن المعطيات الإحصائية الواردة في جدول (١٢) تشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية قدرها (01 < P. value) بين إدراك القيادات التنظيمية بأهمية تفعيل دور العلاقات العامة بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب وإدارة الأزمات بها استناداً إلى أن قيمة (F) تساوي ١٢,٦٦٥ وهي أكبر من قيمتها الجدولة ، وبالتالي تتحقق الفرضية الثالثة : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تفعيل دور العلاقات العامة وإدارة الأزمات بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي من وجهة نظر العاملين .

جدول (١٢)

جدول تحليل التباين لعلاقة الانحدار بين مقياس تفعيل دور العلاقات العامة وإدارة الأزمات

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مربعات	قيمة اختبار ف	مستوى الدلالة (p-VALUE)
الانحدار	١٥٤,٧٣٦	٦	٢٥,٧٨٩	١٢,٦٥٢	**٠,٠٠

** جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى ٠,٠١

النتائج والتوصيات :

توصل الباحث من خلال هذا البحث إلى مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي :

- (١) يوجد تباين في آراء أفراد العينة تجاه أهمية العلاقات العامة يعود إلى اختلاف النوع ، والجنسية وأن الذكور والغير كويتيين أكثر إيجابية من الإناث والكويتيين تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة .
- (٢) عند إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لدراسة اختلاف آراء أفراد العينة تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة مجتمعة تبعاً لكل من (القطاع ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) وجد أن الاختبار ليس له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ١,٥٥ ، ٠,٧٣٦ ، ١,٣٤٣ على الترتيب وهي أقل من قيمة (F) المجدولة ، وكما وجد أن الاختبار له فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المؤهل التعليمي حيث أن مستوى الدلالة أقل من (٠,٠٥) ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ٣,٢٧ وهي أكبر من قيمة (F) المجدولة ، إي أن آراء الأفراد تجاه مقياس أهمية العلاقات العامة تختلف باختلاف المؤهل التعليمي .
- (٣) يوجد تباين في آراء أفراد العينة تجاه مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات يعود إلى اختلاف النوع ، والجنسية وأن الذكور والغير كويتيين أكثر إيجابية من الإناث والكويتيين تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات.
- (٤) عند إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد لدراسة اختلاف آراء أفراد العينة تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات مجتمعة تبعاً لكل من (القطاع ، سنوات الخبرة ، الفئة العمرية) وجد أن الاختبار ليس له دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ١,٥٠ ، ٠,٣٥٢ ، ٠,١٦٩ على الترتيب وهي أقل من قيمة (F) المجدولة ، وكما وجد أن الاختبار له فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المؤهل التعليمي حيث أن مستوى الدلالة أقل من (٠,٠٥) ، حيث بلغت قيمة تحليل التباين المحسوبة (F) ٣,٥٤ وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية ، إي أن آراء الأفراد تجاه مقياس مدي تطبيق مفاهيم ومبادئ إدارة الأزمات تختلف باختلاف المؤهل التعليمي .
- (٥) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية قدرها (P. value < .01) بين إدراك القيادات التنظيمية بأهمية تفعيل دور العلاقات العامة بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب وإدارة الأزمات بها.

ومن خلال النتائج السابقة توصل الباحث إلى التوصيات التالية :

- (١) عادة ترتبط ظاهرة الأزمة بالإحساس بالخطر والتوتر وأهمية عنصر الوقت اللازم لاتخاذ قرارات وإجراءات المواجهة، فالأزمة موقف يحتاج إلى جهود للتعرف على متغيراته وتفسير ظواهره ومحاولة السيطرة على أحداثه وتجنب مخاطره، والتعامل مع هذا الموقف يستلزم توافر رؤية متعمقة للأحداث السابقة لمعرفة أسباب الأزمة والظروف والتربة الخصبة التي أتاحت لها الوجود، كما يستلزم ذهنياً متفتحاً لإدراك جميع الأبعاد المحيطة بالأزمة وأخيراً رؤية مستقبلية لتوقع ما سيحدث من تطورات.
- (٢) تمر الأزمة باعتبارها ظاهرة اجتماعية بدورة حياة ، مثلها في هذا مثل أي كائن حي، وهذه الدورة تمثل أهمية قصوى في متابعتها والإحاطة بها من جانب متخذ القرار الإداري. فكلما كان متخذ القرار سريع التنبيه في الإحاطة ببداية ظهور الأزمة، أو بتكون عواملها كلما كان أقدر على علاجها والتعامل معها، وذلك للحد من آثارها وما ينتج عنها من انعكاسات سلبية.

(٣) ضرورة تفعيل دور العلاقات العامة قبل نشوء الأزمة ، وأثناء حدوث الأزمة ، وبعد الانتهاء من الأزمة للتأكد من أن الأزمة قد تم التعامل معها بالشكل الصحيح .

(٤) تعد الخطة الإعلامية من أهم مقومات إدارة الأزمات، والضرورة تحتم وجود سياسة إعلامية قبل وأثناء وبعد الأزمة. ونظراً لما للإعلام من أهمية كبرى في إدارة الأزمات، ولأنه عندما يهمل الدور الإعلامي يكون لذلك انعكاس سلبي على عملية إدارة الأزمة، لذا يقترح إزاء ذلك تعيين متخصصين متحدثين رسميين على قدر من الكفاءة والتأهيل والخبرة بحيث يتولى الإدلاء بكافة التصريحات عن الأزمة.

المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

- (١) أحمد محمد المصري ٢٠١١، العلاقات العامة، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة: .
- (٢) حسين عثمان أحمد(٢٠١٠) ، أثر جودة المعلومات في إدارة الأزمات، دراسة ميدانية لعينة من شركات الاتصالات الأهلية في الصومال. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عدن، اليمن
- (٣) سلطان العتيبي ٢٠١١.، دور العلاقات العامة في تحقيق أهدافها من وجهة نظر العاملين .رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة نايف، الرياض،
- (٤) سلوى عثمان أصدقي وهناء حافظ بدوي ٢٠١٥.:أبعاد العملية الاتصالية، -رؤية نظرية علمية وواقعية- الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث:
- (٥) عاصم محمد حسين الاعرجي، ومأمون أحمد دقاسمة(٢٠٠٠) ،. إدارة الأزمات :دراسة ميدانية لمدى توافر عناصر نظام إدارة الأزمات من وجهة نظر العاملين في الوظائف الإشرافية في أمانة عمان الكبرى. الإدارة العامة، ٣٩، (٤) .
- (٦) عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات ٢٠١١ العامة في التطبيق .الطبعة الثالثة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- (٧) عبد الرزاق محمد الدليمي ٢٠١٠، الهندسة البشرية والعلاقات العامة .دار وائل، عمان:.
- (٨) عبد الكريم راضي الجابري ٢٠١٣، العلاقات العامة إبداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، بيروت، دار التيسير،
- (٩) علي برغوث ٢٠١٢.: العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة:
- (١٠) علي فايز الجحني ٢٠١١.: مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط٢،
- (١١) فايز العدوي ٢٠١١.: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة .دار أسامة، عمان، الأردن:
- (١٢) فؤاد البكري ٢٠١٠، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية .عالم الكتب، دار روضة عمان الأردن: الطبعة الثانية.
- (١٣) محمد إبراهيم جودة ٢٠١١ ، العلاقات العامة ممارسات ومفاهيم .ط4 ، دار زهران، عمان.
- (١٤) محمد بن سعد السريع ٢٠٠٥، الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الملك سعود،.
- (١٥) محمد صاحب سلطان ٢٠١٥.: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان:
- (١٦) محيي محمود حسن، وسمير حسن منصور ٢٠١٢.: العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية:
- (١٧) نبيلة محمود إسماعيل جودة ٢٠١١م.: نموذج مقترح لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء رسالة ماجستير جامعة القدس فلسطين
- (١٨) نجم العزاوي(٢٠٠٩) ،. اثر التخطيط الاستراتيجي على إدارة الأزمة. وقائع المؤتمر العلمي الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الخاصة، الزرقاء، الأردن)
- (١٩) هياس رجا الحربي ٢٠١٢، العلاقات العامة والإدارة العليا .دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن:

ثانيا : المراجع الأجنبية :

- (1) Coombs, W. T. (2011). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10 (3), 163-176.
- (2) Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (3rd ed.). CA: Sage Publications, Inc.
- (3) Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- (4) Fink, S. (1986). *Crisis management*. New York: American Management Association.
- (5) Goel, Suresh. (2009). *Crisis management: master the skills to prevent disasters*. New Delhi: Global India Publications.
- (6) Pearson, C. and Mitroff, I. (1993). From crisis prone to prepared: A framework for crisis management. *Academy of Management Executive*, 17 (1), 48-59.
- (7) Phelps, Norman L. (1986). Setting up a crisis recovery plan. *Journal of Business Strategy*, 6 (4), 5-10.