

## بحث بعنوان

دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي  
دراسة تطبيقية على شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح

**The Role of Public Relations Management in Raising  
Awareness of Local Community Crises  
An Applied Study on the Drinking Water and Sanitation  
Company in Matrouh**

إعداد الباحث

ياسمين صبري زكى السيد عبداللله أبوظير

باحثة دكتوراه

قسم إجتماع – كلية الآداب – جامعة السويس

## المستخلص

يهدف هذا البحث إلى تحليل دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي، من خلال دراسة تطبيقية على شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح. انطلقت أهمية الدراسة من ارتباطها المباشر بقضية مجتمعية حيوية تمس حياة المواطنين اليومية، وهي الأزمات المتعلقة بخدمات المياه والصرف، وما تفرضه من تحديات تستدعي استجابة مؤسسية فاعلة. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مع التطبيق الميداني على عينة قصدية قوامها (٦٠) موظفًا من مجتمع العاملين البالغ عددهم (٣٧٩٠) موظفًا، ممثلين لإدارات العلاقات العامة وفِرَق الأزمات. تم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان تم إعدادها خصيصًا لهذا الغرض، وتضمنت مجموعة محاور مرتبطة بعمليات التنبؤ بالأزمات، وأدوات الاتصال، ودور العلاقات العامة في إدارة الأزمة، والمعوقات التي تحد من فاعليتها . أظهرت النتائج وجود قصور مؤسسي في تبني جهة متخصصة للإنذار المبكر وتوثيق قواعد بيانات للحوادث السابقة. كما بينت النتائج أن العلاقات العامة تقوم بأدوار مهمة في نقل المعلومات والتواصل مع الجمهور أثناء الأزمة، لكنها تواجه معوقات تتعلق بضعف الإمكانيات، والتداخل الإداري، ونقص التدريب.أوصت الدراسة بضرورة إنشاء وحدة متخصصة لإدارة الأزمات داخل الشركة، وتبني استراتيجيات اتصال وقائية، وتعزيز التكامل بين الإطار النظري والتطبيق العملي في إدارة الأزمات .

**الكلمات المفتاحية:** علاقات عامة - أزمات - إدارة الأزمات - المجتمع المحلي.

## Abstract

This research aims to analyze the role of public relations management in raising awareness of local community crises, through

an applied study on the Drinking Water and Sanitation Company in Matrouh Governorate. The importance of the study stems from its direct connection to a vital social issue that affects citizens' daily lives—namely, crises related to water and sanitation services, which impose challenges requiring effective institutional response. The study adopted the descriptive-analytical method, with a field application on a purposive sample of (60) employees out of a total workforce of (3790), representing public relations departments and crisis management teams. Data were collected using a specially designed questionnaire that included several dimensions related to crisis forecasting, communication tools, the role of public relations in crisis management, and obstacles limiting its effectiveness.

The findings revealed institutional shortcomings in adopting a specialized unit for early warning and in documenting databases of past incidents. The results also indicated that public relations play important roles in information dissemination and public communication during crises, but face constraints related to limited resources, administrative overlap, and insufficient training. The study recommended establishing a specialized crisis management unit within the company, adopting preventive communication strategies, and strengthening the integration between theoretical frameworks and practical applications in crisis management.

**Keywords:** Public Relations – Crises – Crisis Management – Local Community

## التمهيد

تُعَدُّ الأزمات من الظواهر الملازمة لحياة الأفراد والمؤسسات على حد سواء، إذ لا تكاد تخلو مؤسسة من مواجهة مواقف حرجة تتطلب استعدادًا استباقيًا وتعاملًا منهجيًا. وفي ظل ما يشهده المجتمع من تحولات متسارعة وتحديات متنامية، تتزايد حدة الأزمات المرتبطة بالخدمات الأساسية، وعلى رأسها المياه والصرف الصحي، لما لها من انعكاسات مباشرة على الحياة اليومية للمواطنين.

إن الاهتمام بكيفية إدارة هذه الأزمات لا ينفصل عن دور العلاقات العامة باعتبارها وظيفة إدارية واتصالية تهدف إلى بناء الثقة وتوفير المعلومات الدقيقة للجمهور، والتقليل من حدة الشائعات، وتهيئة بيئة مناسبة للتعاون بين المؤسسة والمجتمع. ومن هنا يبرز البعد الاجتماعي لإدارة الأزمات، حيث لا يقتصر الأمر على الجوانب الفنية أو الإدارية فحسب، بل يمتد ليشمل وعي المواطنين وتفاعلهم مع ما يُقدَّم من خدمات وتوضيحات. ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في السياق المحلي لمحافظة مطروح، نظرًا لخصوصية طبيعتها الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، واعتماد قطاعات واسعة من سكانها على خدمات المياه والصرف باعتبارها عصب الحياة. ومن ثم، فإن دراسة دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي تفتح آفاقًا لفهم أعمق لآليات التعامل مع هذه التحديات، وكيفية توظيفها بما يخدم استقرار المجتمع وتمميته.

## المقدمة

شهدت العقود الأخيرة تزايدًا ملحوظًا في الاهتمام بإدارة الأزمات كأحد المجالات الحيوية في الإدارة الحديثة، إذ لم تعد الأزمات أحداثًا عارضة، بل ظواهر متكررة تتطلب استعدادًا مؤسسيًا واستراتيجيات واضحة للتعامل معها. وفي هذا الإطار، برزت العلاقات العامة كأداة رئيسية للتواصل وبناء الجسور بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، بما يعزز من فاعلية إدارة الأزمة ويحد من آثارها السلبية. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن نجاح المؤسسات في مواجهة الأزمات لا يتوقف على الحلول الفنية أو الإدارية وحدها، بل يتطلب توافر منظومة اتصالية متكاملة قادرة على نقل المعلومات بسرعة وشفافية، وتشكيل صورة ذهنية إيجابية، والتقليل من حدة القلق والشائعات. ومن هذا المنطلق، تركزت هذه الدراسة على تحليل دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي من خلال دراسة تطبيقية على شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح، باعتبارها إحدى المؤسسات الخدمية التي تتعامل بشكل مباشر مع حياة المواطنين، وما يترتب على أداؤها من انعكاسات اجتماعية واسعة.

## مشكلة الدراسة

على الرغم من تزايد الاهتمام الأكاديمي والعملي بمجال إدارة الأزمات، إلا أن هناك فجوة واضحة في تناول البعد الاجتماعي لهذا المجال، خاصة فيما يتعلق بدور العلاقات العامة في رفع وعي المجتمع والتواصل معه أثناء الأزمات. كما أن المراجعة الميدانية لواقع شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح تكشف عن وجود قصور في بعض الجوانب، مثل ضعف وجود جهة متخصصة للإنذار المبكر،

وغياب قواعد بيانات توثق الأزمات السابقة، فضلاً عن محدودية الاستفادة من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في التنبؤ والتعامل مع الأزمات.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:  
إلى أي مدى تسهم إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي بمحافظة مطروح، وما أبرز المعوقات التي تحد من فاعليتها في هذا المجال؟

### أهمية الدراسة

#### أولاً: الأهمية النظرية

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالعلاقات العامة وإدارة الأزمات، من خلال إبراز البعد الاجتماعي لعمل العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية.
- تقدم إطاراً يجمع بين المنظورين النظري والتطبيقي، بالاعتماد على نظريتي الدور والاعتماد على وسائل الإعلام لتفسير نتائج البحث.
- تضيف إلى الدراسات العربية في هذا المجال من خلال تطبيقها في سياق جغرافي واجتماعي مميز (محافظة مطروح).

#### ثانياً: الأهمية التطبيقية

- تمكن مسؤولي شركة مياه الشرب والصرف الصحي من التعرف على مواطن القوة والقصور في إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمات.
- تضع توصيات عملية يمكن الاستفادة منها في تحسين آليات التنبؤ بالأزمات، وتعزيز كفاءة الاتصال المؤسسي مع الجمهور.

- تساعد صانعي القرار المحليين في فهم أفضل لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات المجتمعية، بما يساهم في استقرار المجتمع وتنميته.

### أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي بمحافظة مطروح، وذلك من خلال عدد من الأهداف الفرعية المحددة:

١. تحديد مدى اعتماد شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح على أساليب الرصد المبكر للتنبؤ بالأزمات.
٢. التعرف على أدوات الاتصال التي توظفها إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمات.
٣. الكشف عن طبيعة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في إدارة الأزمة والتواصل مع الجمهور.
٤. رصد أبرز المعوقات التي تحد من فاعلية إدارة العلاقات العامة في التوعية بالأزمات.
٥. تقديم مقترحات عملية لتعزيز دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمجتمع المحلي.

### تساؤلات الدراسة

انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها، تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما مدى اعتماد شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح على أساليب الرصد المبكر للتنبؤ بالأزمات؟
٢. ما أهم أدوات الاتصال التي توظفها إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمات؟

٣. ما طبيعة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في التوعية بالأزمات

والتواصل مع المجتمع المحلي؟

٤. ما أبرز المعوقات التي تحد من فاعلية إدارة العلاقات العامة في إدارة

الأزمات؟

٥. ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور إدارة العلاقات العامة في

التوعية بالأزمات؟

### مفاهيم الدراسة

**الدور** : لغه : من فعل دار ، يدور ، دوارا ، اى تحرك إتجاهات متعددة فى

مكانه ، والدور هي كلمة مستعاره من حياة المسرح ، واول من استعملها بهذا المعنى

هو نيش ( NICHE ) حيث ان الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح

، وكأن التنظيم الاجتماعى مسرح حياة الجماعة ، وافرادها يملكون تلك الادوار

المتعددة المختلفة حسب إختلاف مراكزه(عدلي،٢٠٠١: ١٤). ويُعرف "قاموس

مصطلحات العلوم الاجتماعية" "الدور" بأنه السلوك والاتجاهات والقيم الملزمة

بالإضافة إلى الحقوق المرتبطة بمكانه.

**إصطلاحا** : عند النظر من زاوية التفاعل الاجتماعى ، فنجد ان الدور

سياق مؤلف من مجموعة من الافعال المكتسبة يؤديها شخص فى موقف تفاعل

اجتماعى ، ومن المهم من وجهة نظر الجماعة هو مجموع الخدمات ، ولكن المهم

من وجهة نظر الفرد هو الدافع وكيف يمكنه ان يجد ما يرضيه من خلال

دورة(مذكور،١٩٧٥: ٢٦٧) . فإن الدور عباره عن سلوك متوقع يرتبط بوضع

اجتماعى معين .

التعريف الاجرائي للدور : في هذه الدراسة يُقصد بالدور: الوظائف والمهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بشركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح أثناء الأزمات، مثل إصدار البيانات الرسمية، متابعة الشكاوى، نشر التوعية عبر الوسائل الإعلامية، والتنسيق مع الإدارات الأخرى للحد من آثار الأزمة.

العلاقات العامة اصطلاحا : تناول العديد من الكتاب والمتخصصين موضوع العلاقات العامة بالتعريف و التوضيح حيث أكدوا جميعا على أنها نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون و التفاهم بين المؤسسة و جمهورها.

فقد عرفه المعهد البريطاني فقد أوضح بان العلاقات العامة هي الجهود الإدارية و المخططة و المستمرة لبناء و صيانة، و تدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها.

الأن هذا التعريف ينقصه التركيز و التحديد فهو لا يتطرق إلى طبيعة تلك الجهود و على أية جهة من المؤسسة تقع المسؤولية كما انه لا يوضح المقصود بجماهير المؤسسة لكنه بشكل عام يحتوي على مقومات العلاقات العامة إذ اخذ بعين الاعتبار أن الجهود الإدارية تتضمن بدون شك السعي إلى توفير سلع وخدمات جيدة ترضي الجماهير و قد أوضح التعريف ناحية هامة حينما أكد بان نشاط العلاقات العامة هو نشاط مخطط وهادف.

تعريف العلاقات العامة إجرائيا: يقصد بالعلاقات العامة في هذه الدراسة: جميع الجهود الاتصالية والمعلوماتية التي تمارسها إدارة العلاقات العامة بالشركة محل الدراسة، من خلال النشرات التوعوية، الحملات الإعلامية، البيانات الصحفية، ووسائل التواصل الاجتماعي بهدف إدارة الأزمات وبناء الثقة مع المجتمع المحلي.

التوعوية : لغه : ويُعرفه "قاموس المنجد" بأنه وعى الشيء أى جمعه وحواه وتدبره وحَفِظَه، ويقال فلان أوعى من فلان أى أحفظ وأفهم(قاموس المنجد، ١٩٨٦: ٥١).

ويُعرفه "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية" بأنه إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً، وهو أساس كل معرفه ويمكن إرجاع مظاهر الشعور بالوعى إلى ثلاثة : هم الإدراك والمعرفة والوجدان أو النزوع أو السلوك(بدوى، ١٩٩٣: ١٤٠).

اصطلاحاً : يعرف الوعى على انه إتجاه عقلي إنعكاسي يمكن الفرد من الوعى بذاته وبالبيئته المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد ، حيث ان يتضمن ذلك كلا من وعى الشخص بالوظائف الجسيمة والعقلية وايضا وعيه بالاشياء والعالم الخارجى المتلازم معه وكذا إدراكه لذاته والقيام بدور الاخرين(يودين، ١٩٩٥: ٥٨٦) .

اجرائياً : يقصد بالتوعية في هذه الدراسة: العملية الاتصالية التي تنفذها إدارة العلاقات العامة لتزويد المواطنين بالمعلومات والإرشادات أثناء الأزمات، مثل الحملات التوعوية، الرسائل عبر الإعلام والإنترنت، واللقاءات المباشرة مع الجمهور، بما يساعدهم على التعامل مع الموقف وتقليل آثاره.

الازمة : لغه: الازمة كلمه من اصل لاتيني (crisis) وهى تعنى نقطه الانتقال الى الاحسن او الى الاسوء من مرضى حاد(ابن منظور، ١٩٦٧: ٢٨٢) ، وهى تشير الى التغيير المفاجئ وفي الاغلب الى الاسوأ ، والازمة هى تغيير نسبي ( غير موضوعى )

الازمة إصطلاحا : هي حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديده سلبية او ايجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة(شعلان، ٢٠٠٢: ٢٦)

قد سعى الباحثون الى تحديد مفهوم الازمة ، فبعضهم يروا ان مفهوم الازمة من الناحيه الاجتماعيه ( توقف الاحداث المنظمة المتوقعه وأضطراب العادات والعرف مما يستلزم التغيير السريع لاعادة التوازن ولتكوين عادات جديده أكثر ملائمه ) (مصطفى، ٢٠٠٩: ١٥)

اجرائيا : المواقف المفاجئة المرتبطة بخدمات المياه والصرف الصحي في محافظة مطروح، والتي تؤدي إلى تعطيل أو تهديد استمرارية تقديم الخدمة، وتستدعي تدخل إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور وتخفيف حدة الموقف.

تعريف إدارة الأزمة : هي عملية الاستعداد وسرعة الاستجابة للحدث السلبي غير المتوقع، للحد من تصاعد الأزمة وتفاقمها لتصبح مشكلة أكبر، أو تدهور الوضع للأسوأ أو انتشارها وفي بعض الحالات تحولها إلى كارثة تهدد وضع الشركة. ومن ثم فإن إدارة الأزمة تتطلب تنفيذ إجراءات منسقة تنسيقاً تاماً للسيطرة على حجم الضرر الحادث واستعادته أو الحفاظ على ثقة الجمهور في النظام المتبع في ظل الأزمة(الرهوان، ٢٠٠٣: ٤٠).

ويقصد بها في هذه الدراسة: الإجراءات الاتصالية والتنظيمية التي تتخذها إدارة العلاقات العامة في شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح لمواجهة الأزمات قبل وأثناء وبعد وقوعها.

المجتمع المحلي : هو مجموعة من الأفراد الذين يعيشون في بقعة جغرافية معينة، ويتشاركون العديد من الممارسات الحياتية، والأنشطة المتنوعة؛ كالأنشطة

السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، وتجمعهم لحة وطنية، ونسيج اجتماعي موحد، ويخضعون جميعاً لراية الحكم الذاتي الموحد، وتسود فيما بينهم قيمٌ عامة ينتمون إليها، ولعل أكثر صور المجتمع المحلي هي التقسيمات الجغرافية المعروفة؛ كالمدينة، والقرية، لكن لفظة المجتمع المحلي لا تشير فقط إلى المدينة أو القرية، بل تشملهما لتدل على المجتمع كله، والدولة بأكملها (المعيرفي، ٢٩٨٩: ٤٧) .

ويقصد به في هذه الدراسة: سكان محافظة مطروح المستفيدين بشكل مباشر من خدمات المياه والصرف الصحي، والذين يتأثرون بالأزمات المتعلقة بهذه الخدمات.

## الإطار النظري

### نظرية الدور

تُعتبر نظرية الدور (Role Theory) إحدى النظريات الكلاسيكية في علم الاجتماع، حيث تُبرز كيف يتفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية وكيف تنشأ العلاقة المتبادلة بينهما. إذ أن كثيراً من مشكلات الفرد تنبع من عدم قدرته على القيام بأدواره الاجتماعية بنجاح، ومع تعقّد الحياة وتعدد احتياجات الإنسان يُطلب منه أن يؤدي أكثر من دور في المجتمع، الأمر الذي يجعله يكتفٍ سلوكه وفقاً لتوقعات الآخرين (الحسن، ٢٠٠٥: ١٥٩). وتقوم النظرية على أن سلوك الفرد وعلاقاته الاجتماعية يعتمدان بشكل أساسي على الأدوار التي يشغلها في المجتمع. وتشمل هذه الأدوار حقوقاً وواجبات اجتماعية تحدد مكانة الفرد وموقعه داخل النسق الاجتماعي (على، ٢٠٠٧: ٥٣).

وقد تناول العديد من علماء الاجتماع هذا المفهوم، من بينهم ماكس فيبر في دراسته عن التنظيم الاجتماعي والاقتصادي، وبارسونز الذي أكد في كتابه

"النسق الاجتماعي" على أن الدور هو الوحدة الأساسية المكونة للنظام الاجتماعي، وأن لكل دور وظيفة تسهم في استقرار البناء الكلي. (Parsons, 1991) كما أشار الجوهري (١٩٩٢) إلى أن الدور يُمثل قناة اتصال بين البناء الخلفي للفرد والتفاعلات الاجتماعية التي يشارك فيها.

ومن منظور البنائية الوظيفية، يُنظر إلى الأدوار الاجتماعية على أنها أجزاء مترابطة داخل نسق أوسع، بحيث يؤدي كل دور وظيفة محددة تسهم في استقرار المجتمع (الجوهري، ١٩٩٢). وهذا يعني أن العلاقات العامة، بوصفها مؤسسة اجتماعية، تقوم بدور أساسي في استقرار المنظمة أثناء الأزمات، عبر ما تمارسه من وظائف اتصالية وتنظيمية. وبالربط بالتطبيق الميداني، تساعد هذه النظرية في تفسير الأدوار التي تؤديها إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمات، مثل: توفير المعلومات، مواجهة الشائعات، تعزيز ثقة الجمهور، وإعادة الاتزان للمجتمع المحلي في مطروح. كما تُفسر اختلاف توقعات المجتمع المحلي من إدارة العلاقات العامة باختلاف نوع الأزمة (اقتصادية، بيئية، خدمية)، وهو ما أظهرته نتائج الدراسة الميدانية.

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات المهمة في مجال الاتصال والإعلام، وقد وضع أسسها الباحثان Ball-Rokeach & DeFleur في السبعينيات. وتقوم على أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي علاقة تبادلية؛ إذ يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات حول القضايا والأزمات، بينما تعتمد وسائل الإعلام بدورها على المؤسسات والمجتمع كمصادر للمعلومات (مكاوي، حسين، ١٩٩٨: ٣٢٩). وتؤكد النظرية أن العلاقة

بين الجمهور ووسائل الإعلام علاقة قوية، حيث لا يستطيع الجمهور متابعة مستجدات الحياة بدون الإعلام، ولا يكون لوسائل الإعلام قيمة إذا لم يكن لها جمهور متلقٍ (مكاوي، حسين، ١٩٩٨: ١٨٧).

#### فرضيات النظرية:

١. يتأرجح أثر الإعلام بين القوة والضعف وفقاً لظروف الجمهور وخبراته.
٢. أداء وسائل الإعلام يعكس صورة للنسق الاجتماعي.
٣. تزداد حاجة الجمهور للمعلومات أثناء الأزمات وعدم الاستقرار.
٤. الإعلام لا يُفهم بمعزل عن تأثيرات المجتمع ونظامه.
٥. اعتماد الجمهور على الإعلام مرتبط بقدرته الإعلام على تلبية احتياجاته.
٦. يختلف اعتماد الجمهور باختلاف طبقاته الاجتماعية (مكاوي، حسين، ١٩٩٨: ١٨٧).

وتُعد هذه النظرية من النظريات المتكاملة لأنها تجمع بين عناصر من علم الاجتماع وعلم النفس، وتفسر العلاقات السببية بين النظم الاجتماعية، كما تدمج عناصر من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظريات التأثير التقليدية الأخرى (مصطفى، ٢٠٠٣: ٤٦).

نظراً لأن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد بشكل ملحوظ وقت الأزمات، فإن هذه النظرية تُستخدم لتفسير النتائج الميدانية التي أظهرت اعتماد العاملين والجمهور في مطروح على وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات الرسمية كمصادر أساسية للمعلومات. وبذلك، تُبرز النظرية دور العلاقات العامة في تصميم الرسائل الإعلامية، واختيار الوسائل المناسبة، وضمان الاعتماد الواعي للجمهور على

مصادر موثوقة، مما يعزز من فاعلية التوعية ويزيد قدرة المجتمع المحلي على التعامل مع الأزمات.

### الدراسات السابقة

#### أ) عرض الدراسات السابقة في جدول مقارنة

العلاقة بموضوع البحث	النتائج	المنهج والعينة	الهدف	الباحث وسنة الدراسة
تدعم أهمية التخطيط والتدريب، وهو ما تسعى هذه الدراسة لتأكيده في قطاع المياه	أكدت على أن نجاح العلاقات العامة مرتبط بوجود خطة مسبقة، وأشارت إلى ضعف التدريب	المنهج الوصفي – عينة من ١٢٠ موظفًا	التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بقطاع السياحة المصري	نرمين علي (عجوة) (٢٠١٧)
توضح دور الإعلام كأداة داعمة للعلاقات العامة في التوعية بأزمات مطروح	أظهرت أن الإعلام يساهم في خفض القلق المجتمعي إذا اتسم بالشفافية	دراسة ميدانية – ٢٠٠ مفردة	دراسة دور الإعلام في التوعية الأمنية أثناء الأزمات	هاني صلاح (صادق) (٢٠١٤)
تبرز الحاجة إلى تعزيز الشفافية والسرعة في نقل المعلومات من خلال العلاقات العامة	بيّنت أن غياب المصداقية وسرعة المعلومات يؤدي إلى تفاقم الأزمة	تحليل محتوى + مقابلات	تحليل دور الإعلام المصري في الأزمات المعاصرة	هويدا مصطفى (٢٠٠٩))
تدعم أهمية توظيف الوسائط الرقمية كجزء من استراتيجيات العلاقات العامة في مطروح	أظهرت أن المواقع الإلكترونية كانت قناة رئيسية لإدارة الأزمة والتواصل مع الجمهور	تحليل محتوى لمواقع الشركات	دراسة توظيف Fortune شركات للمواقع 500 الإلكترونية للتواصل أثناء أزمة إعصار كاترينا	Clark F. Greer & Kurt D. Moreland (2007)
تدعم الحاجة لاستراتيجيات اتصال واضحة وسريعة داخل المؤسسات الخدمية	أكدت على أن الاستجابة السريعة والاتصال الواضح يحدان من الشائعات	دراسة حالة	تحليل استراتيجيات إدارة الأزمات بوزارة الدفاع الأمريكية بعد هجمات ١١ سبتمبر	Tritz Trina Wolosek (2010)
تتفق مع ما رصدته هذه الدراسة من ضعف وجود وحدة	أظهرت أن غياب التنسيق المؤسسي أدى إلى تضخيم	دراسة حالة	فحص إدارة الأزمات في أعقاب إعصار كاترينا	Louise K. Comfort (200٩)

مركزية لإدارة الأزمات بشركة المياه	الأزمة		(التنسيق والاتصال والسيطرة)	
--	--------	--	--------------------------------	--

### ب) التحليل النقدي للدراسات السابقة

- أكدت الدراسات العربية (عجوة ٢٠١٧، صادق ٢٠١٤، مصطفى ٢٠٠٩) على أهمية التخطيط، التدريب، وشفافية الإعلام أثناء الأزمات، وهي نتائج تتقاطع مع واقع شركة مياه مطروح، لكنها لم تتناول البعد الاجتماعي للتواصل مع المجتمع المحلي.
- أما الدراسات الأجنبية (Wolosek – Greer & Moreland 2007 – Comfort 2009 – 2010) فقد ركزت على قنوات الاتصال واستراتيجيات المواجهة والتنسيق المؤسسي، وهي أبعاد تدعم الإطار النظري لهذه الدراسة لكنها لم تُطَبَّق في السياق المصري.

### الإجراءات المنهجية

#### ١- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بشركة مياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح، والبالغ عددهم (٣٧٩٠) موظفًا موزعين على إدارات مختلفة، من بينها العلاقات العامة، والأزمات، والإدارات الفنية والإدارية.

#### ٢- عينة الدراسة

- تم اختيار عينة قصدية قوامها (٦٠) موظفًا يمثلون إدارات العلاقات العامة وفرق إدارة الأزمات.
- رغم صغر حجم العينة مقارنة بالمجتمع الأصلي، إلا أن اختيارها قصدياً يعكس الفئات الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة.

- بررت الدراسة اختيار هذه العينة بما يتيح من تركيز على الفئات الأكثر خبرة وذات الصلة المباشرة بعمليات إدارة الأزمات والتواصل مع المجتمع.

### ٣- أداة جمع البيانات

- استخدمت الدراسة استمارة استبيان أُعدت خصيصًا لأغراض البحث.
- اشتملت الاستبانة على أربعة محاور رئيسية:
  ١. التنبؤ بالأزمات والرصد المبكر.
  ٢. أدوات الاتصال أثناء الأزمات.
  ٣. دور العلاقات العامة في التوعية بالأزمات.
  ٤. المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة.
- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين للتأكد من صدقها الظاهري ومناسبتها لموضوع الدراسة.
- جرى حساب معامل الثبات (كرونباخ ألفا) وجاءت القيمة في الحدود المقبولة علميًا (0.70) ، بما يعكس موثوقية الأداة.

### ٤- منهج الدراسة

- اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف واقع إدارة العلاقات العامة في شركة مياه مطروح ، تحليل أدوارها أثناء الأزمات، رصد نقاط القوة والقصور، تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة.

### ٥- أساليب التحليل

- تم إدخال البيانات وتحليلها باستخدام النسب المئوية والتكرارات، إلى جانب العرض الجدولي والرسوم البيانية.
- تم ربط النتائج بتفسيرات نظرية لدعم التحليل.

#### ١- أسباب حدوث الأزمات

- أزمات بمسببات خارجية: عوامل خارجة عن إرادة المؤسسة (مثل التغيرات الاقتصادية، الحروب، الكوارث الطبيعية).
- أزمات بمسببات داخلية: أخطاء أو إهمال من داخل المؤسسة (قرارات خاطئة، إخفاقات إدارية) تؤدي إلى تشويه صورة المؤسسة وتوتر علاقتها بالجمهور. (الخصيري، ١٩٩٦: ٣٨)
- ويمكن أيضاً تصنيف اسباب حدوث الازمة كما ذكرها (عجوة، ٢٠٠٨: ٩١) كما يلي:

١. سوء الإدراك : أى التشويش على المعلومات يؤدي لقرارات غير سليمة.
٢. نقص المعلومات و سوء الفهم : يؤدي إلى اتخاذ قرارات مبنية على بيانات غير كاملة.
٣. الأخطاء البشرية (إهمال/سهو) : يؤدي إلى أخطاء تشغيلية تؤدي لأزمات.
٤. اليأس وفقدان الدافعية : عزوف العاملين عن المبادرة، مما يضعف الاستجابة.
٥. الابتزاز والضغط الخارجية : جماعات ضغط تفرض قرارات ضارة بالمنظمة.
٦. سوء التقدير والتقييم : تقدير مبالغ فيه لقوة الخصم أو عنصر المفاجأة.
٧. استعراض القوة : إجراءات طموحة و مندفعة تؤدي لتصعيد الأوضاع.
٨. الشائعات : انتشار معلومات مشوهة يزيد من تقاوم الأزمة.

٩. أزمات مخططة (متعمدة/سياسية) : تُصنَع لاستهداف جهات ما.
١٠. تعارض المصالح : صراع مصالح يؤدي لتعطيل عمل المؤسسة.
١١. سوء الإدارة : غياب التخطيط والتنسيق يؤدي لأزمات متكررة.
١٢. تعارض الأهداف الداخلية : تعدد توجهات متضاربة يضعف الأداء.

لذلك فإن السبب الجوهرى غالباً مرتبط بفشل الإدارة في التنبؤ والاستعداد والحد من الآثار المحتملة.

## ٢- أساليب التعامل مع الأزمات

### • الأساليب الاعتيادية (التقليدية)

- إنكار الأزمة / كتمها.
- التقليل من حجمها. (impression management)
- تنفيس عبر قنوات جانبية.
- المواجهة العلنية أو القمع (المدهون، ١٩٩٣: ٢٢).

### • الأساليب الحديثة

- فرق عمل متخصصة.
- تقنيات الأزمة إلى مشكلات أصغر. (decomposition)
- المشاركة الديمقراطية واستغلال الفرص.
- الاحتواء وتحويل المسار/إعادة التوجيه. (المدهون، ١٩٩٣: ٢٢).

### • الأساليب العلمية

توسيع قاعدة التعامل، توجيه القوى الفاعلة، الانتشار السريع لشل عناصر الأزمة، اختراق جدار الأزمة، السيطرة والتمركز. (المدهون، ١٩٩٣: ٢٢)

### • الأساليب الإسلامية

الرجوع الى القران الكريم والسنة النبويه ، كقوله تعالى (وَمَا اخْتَلَفْتُمْ فِيهِ مِنْ شَيْءٍ فَحُكْمُهُ إِلَى اللَّهِ ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبِّي عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ) (سورة الشورى) .  
إتباع الشورى وجلسات المواجهه (وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ) (سورة آل عمران) . أسلوب تهدئه الموقف ، والابتعاد عن الجاهليه والنعرات الطائفية ، إستعمال أهداف عليا .  
نجد أن الأساليب العلمية والحديثة أكثر فاعلية إذا صاحبهما تخطيط واستعداد، بينما الأساليب التقليدية قد تقاوم الأزمة مع الوقت. (المدهون، ١٩٩٣: ٢٢).

### ٣- العلاقات العامة: دورها في ثلاث مراحل

#### مرحلة ما قبل الأزمة :

- إعداد سياسات استباقية وتحديد السيناريوهات المحتملة.
- إعداد دليل إجراءات .
- تشكيل فريق أزمة داخل العلاقات العامة .
- تدريب دوري .
- بناء علاقات إيجابية مع المجتمع ووسائل الإعلام (داود، ٢٠٠١: ١٨٨).

#### مرحلة أثناء الأزمة

- تفعيل خطة الاتصال: غرفة عمليات وناطق رسمي موحد (السعيد، ٢٠٠٦: ١١٥).
- أن يكون مصدر المعلومات الرسمي موحدًا لتجنب التضارب (بشدي، ٢٠٠١: ٤٣).

- استخدام جميع القنوات المناسبة (سوشيال ميديا، صحافة، لقاءات ميدانية).  
(السعيد، ٢٠٠٦: ١٣٣).
- جمع المعلومات أولاً بأول وتغذية المتحدث الرسمي (السعيد، ٢٠٠٦: ١١٥).

#### مرحلة ما بعد الانحسار

- تقييم الأداء وإجراءات مراجعة الخطة (بشدي، ٢٠٠١: ٤٢).
- مقابلات مع الجمهور لاستخلاص آراءهم (الدهان، ١٩٨٩: ٨٧).
- تدريب منتظم وتحفيز الفرق الداخلية (بشدي، ٢٠٠١: ٤٤).
- توثيق الدروس وبناء قاعدة بيانات للحوادث (الدهان، ١٩٨٩: ٨٧).

#### ٤- خطوات إدارة الأزمة

اعتمدت الأدبيات على تقسيم خطوات إدارة الأزمة إلى مراحل متتابعة، يمكن تلخيصها فيما يلي:

المرحلة	الوصف المختصر
التنبؤ والوقاية	رصد الإشارات المبكرة للأزمة وجمع المعلومات الاستباقية.
الاستعداد والتخطيط	وضع خطط الطوارئ، وتدريب العاملين، وتجهيز الموارد.
الاستجابة	التدخل الفوري للتعامل مع الأزمة والحد من آثارها.
الاتصال والتواصل	إيصال المعلومات للجمهور بسرعة وشفافية لاحتواء القلق والشائعات.
التعافي والتقييم	مراجعة ما بعد الأزمة واستخلاص الدروس لتحسين الأداء المستقبلي.

#### ٥- أمثلة واقعية (حالات أزمات فعلية في محافظة مطروح)

١- تعطل محطة تحلية «الرميلة» وانقطاع مياه الشرب في مرسى مطروح

- وصف الحدث: توقف مجمع محطات تحلية الرميطة عن العمل أدى إلى نقص حاد في إمدادات مياه الشرب لسكان مرسى مطروح وضواحيها، وظهور شكاوى جماهيرية وتدخل لجنة فنية لإصلاح العطل.
- الرابط بالبحث: يوضح ضعف الجاهزية التقنية وغياب استجابة إعلامية موحدة أحياناً (مما يؤدي لانتشار الشائعات)، وتؤكد حاجة إدارة العلاقات العامة إلى خطة بديلة للتواصل وتوزيع المياه الطارئ

## ٢- نقص المياه الموسمي والضغط الصيفي (سياح ومصطافون) على شبكات

### مطروح

- وصف الحدث: خلال موسم المصايف يزداد الضغط على الشبكات وترتفع الشكاوى حول انخفاض الضخ وجودة المياه . ما يستلزم استجابات لوجستية واتصالية سريعة.
- الرابط بالبحث: يبرهن على أهمية التخطيط المسبق (وضع سياسات للتعامل مع ذروة الطلب) وضرورة توحيد الرسائل التوعوية للمجتمع خلال الموسم .

## ٣- فيضانات مفاجئة في مرسى مطروح (أكتوبر/٢٠٢٣) والحاجة لتنسيق

### الاستجابة

- وصف الحدث: فيضانات محلية أثرت على بنية الخدمات وأظهرت تحديات في التنسيق والاستجابة الميدانية.
- الربط بالبحث: مثل هذه الأحداث تُظهر أن إدارة العلاقات العامة يجب أن تكون جزءاً من غرفة عمليات متكاملة ومتعاونة مع الجهات الفنية، وأن لديها دوراً في تهدئة الجمهور وتوجيه الرسائل أثناء الفيضانات .

العلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات

- العلاقات العامة ليست مجرد وظيفة مساندة، بل هي عنصر محوري في إدارة الأزمات، تبدأ من الرصد المبكر، مرورًا بالاتصال أثناء الأزمات، وانتهاءً بتقييم الأداء والتعلم من التجربة.
- تفعيل هذا الدور في المؤسسات الخدمية، مثل شركة مياه مطروح، يسهم في زيادة وعي المجتمع المحلي ورفع مستوى الثقة في المؤسسة.

## عرض النتائج

### المحور الأول: التنبؤ بالأزمات والرصد المبكر

البند	نعم (تكرار%)	لا (تكرار%)
وجود أدوات متعددة للرصد المبكر	47 (78.3%)	13 (21.7%)
وجود جهة مسؤولة عن الإنذار المبكر	19 (31.7%)	41 (68.3%)
وجود قاعدة بيانات للحوادث السابقة	15 (25.0%)	45 (75.0%)
متابعة وسائل التواصل الاجتماعي	43 (71.7%)	17 (28.3%)
تحليل الشكاوى كمؤشرات أزمة	28 (46.7%)	32 (53.3%)

يتضح أن هناك اعتمادًا واسعًا على الرصد المتعدد (78.3%) ووسائل التواصل الاجتماعي (٧١,٧%)، لكن يقابله قصور مؤسسي في وجود جهة إنذار مبكر (٣١,٧%) أو قاعدة بيانات توثيقية (٢٥%).

### المحور الثاني: أدوات الاتصال أثناء الأزمات

النسبة%	التكرار	الأداة
53.3	32	البيانات الصحفية
30.0	18	المؤتمرات الصحفية
41.7	25	وسائل الإعلام المحلية
73.3	44	منصات التواصل الاجتماعي
33.3	20	النشرات الداخلية

تتصدر

وسائل

التواصل

الاجتما

عي (٧٣,٣%) كأداة اتصال رئيسية، يليها البيانات الصحفية (٥٣,٣%). هذا يعكس انتقال الاعتماد من الأدوات التقليدية إلى الأدوات الرقمية.

#### المحور الثالث: دور العلاقات العامة في التوعية بالأزمات

النسبة%	التكرار	الدور
80.0	48	توفير المعلومات للجمهور
58.3	35	التواصل مع الإعلام
50.0	30	إدارة الشائعات
46.7	28	التنسيق الداخلي
36.7	22	المشاركة في اتخاذ القرار

يظهر أن الدور الأكثر وضوحًا هو توفير المعلومات للجمهور (٨٠%)، يليه التواصل مع الإعلام (٥٨,٣%). بينما تراجع دور المشاركة في اتخاذ القرار (٣٦,٧%) يعكس ضعف تمكين العلاقات العامة داخل الهيكل الإداري.

#### المحور الرابع: المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة

النسبة%	التكرار	المعوق
66.7	40	نقص التدريب المتخصص
70.0	42	ضعف الإمكانيات المادية
55.0	33	التداخل الإداري
75.0	45	غياب وحدة متخصصة للأزمات

أبرز المعوقات تتمثل في غياب وحدة متخصصة للأزمات (٧٥%) وضعف الإمكانيات المادية (٧٠%). هذه النتائج تؤكد الحاجة إلى إصلاح هيكلي وتدريب متخصص.

#### مناقشة النتائج

التنبؤ بالأزمات والرصد المبكر

- أظهرت النتائج اعتماد غالبية العينة على وسائل متعددة للرصد (٧٨,٣%) ووسائل التواصل الاجتماعي (٧١,٧%)، لكن مع ضعف وجود جهة إنذار مبكر أو قاعدة بيانات. هذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة علي (٢٠٢١) التي أشارت إلى غياب قواعد بيانات في المؤسسات الخدمية. في ضوء نظرية الدور، يفسر ذلك بغياب وضوح الأدوار المؤسسية، حيث لم يُحدد بشكل دقيق من يتولى مسؤولية الإنذار المبكر، مما أدى إلى قصور واضح في الأداء.

#### أدوات الاتصال أثناء الأزمات

- بينت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تصدرت أدوات الاتصال (٧٣,٣%)، يليها البيانات الصحفية (٥٣,٣%). وهو ما ينسجم مع دراسة Greer & Moreland (2007) التي أكدت على دور المواقع الإلكترونية وقنوات الإنترنت في الأزمات. كما ينسجم مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يزداد اعتماد الجمهور على الإعلام وقت الأزمات.
- إلا أن الاعتماد الضعيف على المؤتمرات الصحفية (٣٠%) يعكس محدودية الأدوات التقليدية، مما قد يضعف الثقة إذا لم يُعزَّز بالشفافية المباشرة.

#### دور العلاقات العامة في التوعية بالأزمات

- النتيجة الأبرز أن العلاقات العامة تقوم بدور قوي في توفير المعلومات (٨٠%) والتواصل مع الإعلام (٥٨,٣%)، لكن ضعيفة في المشاركة في صنع القرار (٣٦,٧%). هذه النتيجة تتفق مع دراسة نزمين عوجة (٢٠١٧) التي رصدت ضعف إشراك العلاقات العامة في المستويات العليا لاتخاذ القرار. ووفقاً لنظرية الدور، فإن غياب التمكين يحد من قدرة العلاقات العامة على القيام بوظائفها الاستراتيجية، مما يجعلها في موقع رد الفعل بدلاً من المبادرة.

### المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة

- أظهرت النتائج أن غياب وحدة متخصصة للأزمات (٧٥%) وضعف الإمكانيات المادية (٧٠%) هما المعوقان الرئيسيان. هذه النتيجة تتفق مع دراسة Comfort (2002) التي أوضحت أن غياب التنسيق المؤسسي يزيد من تقاوم الأزمة. كما تدعمها نتائج هاني صادق (٢٠١٥) التي ربطت بين ضعف الموارد وضعف فاعلية الإعلام الأمني في إدارة الأزمات.
- وبذلك فإن غياب وحدة متخصصة لا يمثل مجرد قصور تنظيمي، بل يحد من تطبيق استراتيجيات الاتصال الوقائي ويضعف قدرة المؤسسة على الاستجابة.

### أهم النتائج:

- تؤكد النتائج أن العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في التواصل وتوفير المعلومات، لكنها تعاني من ضعف تنظيمي (غياب وحدة متخصصة، وضعف تمكيني، غياب المشاركة في القرار).
- تفسر نظرية الدور هذه النتائج من خلال قصور توزيع المهام المؤسسية، بينما تقدم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسيرًا لزيادة الاعتماد على أدوات الإعلام الرقمي.
- وبالمقارنة مع الدراسات السابقة، يتضح أن الدراسة الحالية تعزز ما سبق رصده (قصور في التدريب، نقص قواعد البيانات)، لكنها تضيف بعدًا اجتماعيًا جديدًا يتمثل في التأثير المباشر على المجتمع المحلي في مطروح.
- وجود اعتماد ملحوظ على وسائل التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية للإنذار المبكر والاتصال، بما يعكس تحولاً في أنماط الاتصال المؤسسي.
- غياب جهة متخصصة للإنذار المبكر وقاعدة بيانات للأزمات السابقة، مما يضعف قدرة المؤسسة على التنبؤ الفعّال.
- قيام العلاقات العامة بأدوار أساسية في التواصل وتوفير المعلومات، لكن ضعف مشاركتها في صنع القرار يقلل من فعاليتها الاستراتيجية.
- أبرز المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة هي: ضعف الإمكانيات المادية، نقص التدريب، التداخل الإداري، وغياب وحدة متخصصة لإدارة الأزمات.

- نتائج الدراسة تتسق مع ما أشارت إليه بعض الدراسات السابقة (مثل عجوة ٢٠١٧، Comfort 2002) حول غياب التوثيق والتنسيق، لكنها تضيف بعداً جديداً من خلال إبراز التأثير الاجتماعي المباشر للأزمات على المجتمع المحلي بمطروح.

### التوصيات

- إنشاء وحدة متخصصة لإدارة الأزمات داخل شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمطروح، تتولى مهام الرصد المبكر والتنسيق والاتصال أثناء الأزمات.
- بناء قاعدة بيانات للأزمات السابقة تشمل الحوادث، الإجراءات المتخذة، والدروس المستفادة، بما يتيح الاستفادة منها في تحسين خطط الاستعداد المستقبلية.
- تعزيز استخدام أدوات الإعلام الرقمي، خاصة وسائل التواصل الاجتماعي، كقناة رئيسية للتواصل مع المواطنين، مع ضمان توحيد الرسائل الرسمية والشفافية في الطرح.
- إطلاق برامج تدريبية متخصصة للعاملين بالعلاقات العامة في مجال إدارة الأزمات، تشمل مهارات الرصد، إعداد البيانات الصحفية، وإدارة الشائعات.
- تفعيل استراتيجيات الاتصال الوقائي (Proactive Communication) من خلال توعية الجمهور بالإجراءات الاحترازية قبل وقوع الأزمات، وليس أثناءها فقط.
- إشراك إدارة العلاقات العامة في صنع القرار على المستوى الإداري الأعلى، بما يعزز من دورها الاستراتيجي بدلاً من اقتصره على الجوانب التنفيذية.

- تعزيز التنسيق المؤسسي بين إدارات الشركة المختلفة (العلاقات العامة، الأزمات، الإدارات الفنية) لضمان وحدة الاستجابة وتقليل التداخل الإداري.
- الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في إدارة الأزمات (مثل تجربة إعصار كاترينا أو استجابات المؤسسات العالمية للأزمات الصحية) وتكييفها مع السياق المحلي لمطروح.

خلصت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الدور الحيوي الذي تؤديه إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي، من خلال دراسة تطبيقية على شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح. وقد كشفت النتائج عن صورة مزدوجة: من ناحية، تقوم العلاقات العامة بدور محوري في توفير المعلومات والتواصل مع الجمهور، ومن ناحية أخرى تواجه قصوراً تنظيمياً وتمكينياً يحد من فعاليتها.

## استمارة استبيان

**العنوان:** دور إدارة العلاقات العامة في التوعية بأزمات المجتمع المحلي  
**المكان:** شركة مياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح

□ ملاحظات للمبحوث:

- الاستمارة سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.
- برجاء قراءة العبارات جيداً ثم اختيار الإجابة المناسبة.

**المحور الأول: التنبؤ بالأزمات والرصد المبكر**

١. توجد متابعة مستمرة للأحداث التي قد تسبب أزمة داخل الشركة. (نعم / لا)
٢. عند وجود مؤشرات أولية لأزمة، يتم التعامل معها قبل أن تتفاقم. (نعم / لا)
٣. يتم تسجيل الأزمات السابقة للاستفادة منها مستقبلاً. (نعم / لا)
٤. وجود وحدة متخصصة لرصد الأزمات في الشركة. (نعم / لا)

٥. في حالة غياب وحدة متخصصة، يتم الاعتماد على اجتهادات فردية. (نعم / لا)
٦. يتم تدريب العاملين على كيفية رصد بوادر الأزمة. (نعم / لا)
٧. الشركة تضع خطط وقائية لمواجهة الأزمات المحتملة. (نعم / لا)
٨. في حالة عدم وجود خطة وقائية، يتم الاعتماد على الحلول العاجلة فقط. (نعم / لا)
٩. من أسباب فشل مواجهة الأزمات ضعف القدرة على التنبؤ بها. (نعم / لا)
١٠. التنبؤ المبكر بالأزمات يساعد في تقليل أثارها. (نعم / لا)
١١. أهم مصادر المعلومات المبكرة عن الأزمات تكون:

- العاملون بالشركة
- شكاوى المواطنين
- وسائل الإعلام
- جهات حكومية

#### المحور الثاني: أدوات الاتصال أثناء الأزمات

١٢. يتم استخدام وسائل الإعلام المحلية لنشر المعلومات وقت الأزمة. (نعم / لا)
١٣. تعتمد الشركة على المتحدث الرسمي لنقل المعلومات للجمهور. (نعم / لا)
١٤. وجود خطة اتصالية جاهزة للتعامل مع الأزمات. (نعم / لا)
١٥. الاتصالات الداخلية بين الموظفين تكون فعالة أثناء الأزمة. (نعم / لا)
١٦. يتم الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في نشر التوعية. (نعم / لا)
١٧. ضعف قنوات الاتصال يزيد من حدة الأزمة. (نعم / لا)
١٨. الأدوات الأكثر استخدامًا لنقل المعلومات هي:

- البيانات الصحفية
- المؤتمرات الصحفية
- وسائل التواصل الاجتماعي
- الإعلانات المباشرة

١٩. يتم الرد بسرعة على استفسارات الجمهور. (نعم / لا)
٢٠. يتم توحيد الرسائل الإعلامية الصادرة عن الشركة أثناء الأزمة. (نعم / لا)
٢١. كثرة الشائعات تعيق وصول المعلومات الصحيحة للجمهور. (نعم / لا)
٢٢. أفضل وسيلة من وجهة نظرك لتوصيل المعلومات للجمهور هي:

- الصحف المحلية
- الإذاعة والتلفزيون
- الإنترنت ووسائل التواصل

- لقاءات مباشرة مع المواطنين

### المحور الثالث: دور العلاقات العامة في التوعية بالأزمات

٢٣. إدارة العلاقات العامة تلعب دورًا أساسيًا في التوعية بالأزمات. (نعم / لا)
٢٤. دور العلاقات العامة يقتصر على الإعلام فقط. (نعم / لا)
٢٥. إدارة العلاقات العامة تقوم بطمأنة المواطنين وقت الأزمات. (نعم / لا)
٢٦. يتم إعداد رسائل توعوية مسبقة للتعامل مع الأزمات. (نعم / لا)
٢٧. العلاقات العامة تتسق مع الإدارات الأخرى لمواجهة الأزمة. (نعم / لا)
٢٨. نشر المعلومات الدقيقة يقلل من الشائعات. (نعم / لا)
٢٩. العلاقات العامة تساهم في رفع وعي المواطنين بكيفية التعامل مع الأزمة. (نعم / لا)
٣٠. المشاركة المجتمعية تزيد من فاعلية التوعية بالأزمات. (نعم / لا)
٣١. دور العلاقات العامة أثناء الأزمات يكون في:

- نشر المعلومات الصحيحة
- التواصل مع الإعلام
- التفاعل مع شكاوى المواطنين
- جميع ما سبق

٣٢. يتم تقييم دور العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة. (نعم / لا)
٣٣. من أبرز أشكال التوعية التي تقدمها العلاقات العامة:

- حملات إعلامية
- نشرات توعوية
- لقاءات مباشرة
- رسائل عبر الإنترنت

### المحور الرابع: المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة

٣٤. ضعف الإمكانيات المالية يمثل عائقًا أمام العلاقات العامة. (نعم / لا)
٣٥. نقص التدريب للعاملين بالعلاقات العامة يضعف من كفاءتهم. (نعم / لا)
٣٦. وجود تداخل إداري بين الأقسام يعيق عمل العلاقات العامة. (نعم / لا)
٣٧. غياب التنسيق مع وسائل الإعلام يقلل من فاعلية التوعية. (نعم / لا)
٣٨. كثرة الشائعات تعرقل جهود العلاقات العامة. (نعم / لا)
٣٩. أهم معوقات عمل العلاقات العامة تتمثل في:

- ضعف الموارد

- غياب الكوادر المؤهلة
- البيروقراطية الإدارية
- ضعف التعاون المجتمعي

٤٠. ضعف الدعم من الإدارة العليا يحد من فاعلية التوعية. (نعم / لا)
٤١. تجاهل آراء المواطنين يقلل من نجاح جهود التوعية. (نعم / لا)
٤٢. غياب قواعد بيانات عن الأزمات السابقة يضعف من قدرة العلاقات العامة.  
(نعم / لا)
٤٣. الضغط الزمني أثناء الأزمة يمثل تحديًا للعلاقات العامة. (نعم / لا)
٤٤. برأيك أهم ما تحتاجه العلاقات العامة لتطوير دورها هو:

- زيادة الموارد
- تدريب الكوادر
- دعم الإدارة العليا
- تطوير وسائل الاتصال

### المراجع العربية:-

١. ابن منظور، جمال الدين.(١٩٦٧). لسان العرب ، مادة ازم. بولاق . مصر .
٢. الأسدودى،نها نبيل.(٢٠١٨). استراتيجيات مواجهة الأزمات لدي الحكومة المصرية دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي. دكتوراه غير منشورة. كلية الآداب. قسم الاعلام.جامعة الإسكندرية ، كلية الآداب .
٣. الجار الله،ماجد بن عبد الله بن سليمان.(٢٠١٢). جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات "دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية" .ماجستير غير منشورة .جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية . كلية الدعوة والإعلام . قسم الإعلام . المملكة العربية السعودية.
٤. الجوهري، محمد .(١٩٩٢). علم الاجتماع: النظرية- الموضوع- المنهج. الاسكندرية. دار المعرفة الجامعية. ص١٣٦.
٥. الحسن،إحسان.(٢٠٠٥). النظريات الاجتماعية المتقدمة: دراسة تحليلية فى النظريات الاجتماعية المعاصرة (الطبعة الثالثة)، دار وائل للنشر.

٦. الخضيرى، محسن احمد .(١٩٩٦). منهج اقتصادى ادارى لحل الازمات على المستوى القومى والوحدة الاقتصادية .القاهرة.مصر .
٧. الدهان، أميمه.(١٩٨٩). ادارة الازمات فى المنظمات .مجلة اباحث اليرموك.عمان .
٨. الرهوان، محمد حافظ .(٢٠٠٣). إدارة الأزمات الاقتصادية الدولية وفقاً لأسلوب التدخل الاستراتيجي المخطط فى أسواق رأس المال . مجلة النيل .الهيئة العامة للاستعلامات .
٩. السعيد، السيد.(٢٠٠٦). استراتيجيات ادارة الازمات والكوارث ، دور العلاقات العامة . الطابعة ١ .دار العلوم للنشر والتوزيع .القاهرة .
١٠. العيب، طازم محمد.(٢٠١٨). فاعلية العلاقات العامة فى ادارة الازمات : دراسة وصفية . دار المنظومة.جامعة بغداد .
١١. القاضى، حازم ناصر حسين.(٢٠١٧). استراتيجيات العلاقات العامة فى إدارة سمعة الوزارات المصرية ، دراسة ميدانية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الاعلام .قسم العلاقات العامة والاعلان.جامعة جنوب الوادى .
١٢. المدهون، موسى المدهون .(١٩٩٣). ادارة الازمات مفهومها اسبابها انواعها .المركز الدولى للنظم والعلوم الادارية . الاردن .
١٣. المعيرفى، ناصر.(١٩٨٩). العلاقات العامة .ادارالمعارف.القاهرة .
١٤. بشدرى، سحر طلال.(٢٠٠١). اثر التغيرات البيئية فى فاعلية ادارة الازمات التنظيمية .رسالة ماجستير الجامعة المستنصرية . كلية الادارة والاقتصاد .
١٥. بدوى، أحمد ذكى.(١٩٩٣). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية .
١٦. جنيد، حنان فاروق .(٢٠١٥). دور مواقع الإنترنت فى تحقيق الأهداف الاتصالية للمنظمة ، الملتنقى الثالث للعلاقات العامة الرقمية ، جمعية العلاقات العامة والاعلان ، الرياض .
١٧. داود، تنظيم داود.(٢٠٠١). ممارسات عملية تطوير اساليب رصد وتحليل اشارات الانذار المبكر . المؤتمر السنوى السادس لادارة الازمات .كلية التجارة.القاهرة .
- ١٨.سوره الشورى ، ايه : ١٠
- ١٩.سورة آل عمران ، ايه : ١٥٩

٢٠. شعلان، فهد أحمد. (٢٠٠٢). إدارة الازمات : الاسس . المراحل . الاليات . أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية. الرياض
٢١. عوجة، على عجوه، فريد، كريمان فريد. (٢٠٠٨). ادارة العلاقات العامة قبل الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات . الطبعة الثانية. القاهرة.
٢٢. عوجة، نرمين على . (٢٠٠٤). دور العلاقات العامة فى ادارة الازمات. دراسة تطبيقية على قطاع السياحة فى مصر. رسالة ماجستير منشورة. كلية الاعلام. جامعة القاهرة.
٢٣. عدلى، عصمت. (٢٠٠١). علم الاجتماع الامنى - الامن والمجتمع . ط١ . دار المعرفة الجامعية . الاسكندرية . مصر .
٢٤. عشري، إيمان سامى حسين عشري. (٢٠١٧). دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للآزمات السياسة وتأثيرها على الشباب : دراسة تطبيقية على العملية العسكرية بالمملكة العربية السعودية (عاصفة الحزم) ” . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والاعلام. جامعة القاهرة .
٢٥. قاموس المنجد. (١٩٨٦). دار الشروق. لبنان. بيروت.
٢٦. مدكور، ابراهيم، آخرون. (١٩٧٥). معجم العلوم الاجتماعية . الهيئة المصرية العامة للكتاب. ط١ . القاهرة. مصر .
٢٧. مصطفى، رانيا أحمد محمود. (٢٠٠٣). دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الأطفال بالقضايا والمشكلات البيئية ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام. جامعة القاهرة. القاهرة .
٢٨. مصطفى، هويدا. (٢٠٠٩). الاعلام والازمات المعاصرة . الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة .
٢٩. مكاوى، حسن عماد، حسين، ليلي. (١٩٩٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة . القاهرة.
- المراجع الأجنبية :-

30. Brundtland, G. H. (1987). Our common future: Report of the World Commission on Environment and Development. Oxford University Press.

31. Clark F. Greer & Kurt D. Moreland, (2007), "How Fortune 500 Companies Used the web for philanthropic and crisis communication following Hurricane Katrina"
32. Greth , Mills, C.W .(1987). Character and Social Structure. New York. The Free Press. P20.
33. Louise K. Comfor, (2009) "Crisis Management in Hindsight: Cognition Communication, Coordination, and Control University of Pittsburg, Part III—The Hindsight , Fore sight , and Control Univerrsy of Pittsburg , Part 3 The Hindsight , fore sight , and Rea r-View Mirror Politice : Future
34. Parsons.(1991). The Social System. New York. The Free Press. P15-18.
35. Tritz, Trina Wolosek.(2010). Crisis Management Strategy Utilized By The United States Department Of Defense Following The Terrorist Attack On America Department Of Communication Studies : Acase Study .