

محاضرات خاصة بمقياس اتصال الأزمة

السنة الاولى تخصص: ماستير اتصال في التنظيمات

قسم علوم الإعلام والاتصال / جامعة باجي مختار عنابة.

د.شمس ضيات خلفاوي

Chems_khalfa@yahoo.fr

محور اتصال الأزمة

المحاضرة الرابعة

لقد حظي موضوع اتصال الأزمة باهتمامات كبيرة من طرف العلماء العرب والباحثين في العالم الغربي، نظرا لأهمية هذا المجال في المؤسسات والدور الاستراتيجي الذي يلعبه في الحفاظ أو استرجاع الصورة الذهنية وكذا محاولة الخروج بأقل الخسائر الممكنة أثناء وقوع الأزمة. ومن بين الأزمات: أزمة تسرب الغاز، أزمة الانتحار الحراري، أزمة الإدمان، أزمة الرهائن، أزمة زيادة معدلات الجريمة، أزمة الأخلاق، أزمة الهوية، أزمة ندرة المياه، وأزمة الإرهاب والاختلاف والتألق إلى الأزمة البيولوجية والمتمثلة في أزمة انتشار فيروس كورونا على المستوى العالمي وإلى غاية كتابة هذه السطور نحن نعيش كل مرة أزمة في الجزائر. إلا أن الملاحظ أنه تم تغييب دور المختصين في تسيير الأزمات من الناحية الاتصالية.

*طريقة العمل: تقديم مجموعة من التعاريف الخاصة بمفهوم اتصال الأزمة، ومناقشتها مع الطلبة من أجل الوصول إلى تعريف إجرائي.

أولاً: تعريف مفهوم اتصال الأزمة:

يشمل اتصال الأزمة كافة الأنشطة والأدوار الاتصالية التي تمارس أثناء المراحل المختلفة للأزمة ويندرج في إطار الأنشطة الاتصالية كل أنواع الاتصال بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها، وعلى هذا فإن الأنشطة والأدوار الاتصالية المختلفة التي تقوم بها المؤسسات أثناء مراحل الأزمة بما في ذلك أنشطة إدارات العلاقات العامة تدخل في نطاق اتصال الأزمة، كذلك فإن الأنشطة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيري في المجتمع تدخل في نطاق اتصال الأزمة¹.

• عرف اتصال الأزمة بأنه: إعادة تدريب الاتصال لإعادة الثقة وذلك من خلال الاستعانة بالأفعال،

وتركز اتصالات الأزمة داخل المؤسسة على ما يلي:

-إعلام جميع العاملين بحدوث الأزمة.

¹. محمد شومان: الإعلام والأزمات - مدخل نظري وممارسات علمية -، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 70.

-إعلامهم بأسباب حدوث الأزمة والإجراءات الواجب القيام بها.

وعلى مستوى الجمهور الخارجي تركز اتصالات الأزمة على:

-إزالة الغموض لدى الجمهور.

-التعامل مع وسائل الإعلام.

-تقديم معلومات صادقة ودقيقة.

-إعلام الجمهور بتدورات الأزمة وجهود مواجهتها.

• كما يستدعي اتصال الأزمة وضع مجموعة من الأنشطة الاتصالية في تيز العمل المخاطب لها بشكل مسبق منذ اكتشاف الإنذارات السابقة للأزمة وتدهور القوة ويصاحب كذلك العودة للنشاط العادي، كما يمكن تحويل الأزمة كرأس مال لاستغلال الأزمة من أجل تحسين الأوضاع الأولية السابقة لها.

• جاء في "الموسوعة الإعلامية" التعريف الآتي لاتصال الأزمة: اتصالات الأزمة هي عملية التفاعل اللفظي الشفهي أو المكتوب المرئي أو المسموع بين المؤسسة وجماهيرها باستخدام وسائل وأساليب اتصالية متنوعة تتضمن وصول المعلومات إلى الجماهير قبل أثناء وبعد وقوع الأحداث السلبية للأزمة وهذه الاتصالات قد صممت لتقليل الأضرار الواقعة على سمعة المؤسسة وتعتمد على دور ممارسي العلاقات العامة في القيام بأشطة اتصالية متعددة، ليتعاملون فيها مع مندوبي وسائل الإعلام المسموعة المرئية والمطبوعة مما يحقق مصلحة المؤسسة ويضمن رسائل تحمل معلومات صحيحة ودقيقة وكافية للجماهير¹.

• ويذهب البعض إلى تحديد اتصال الأزمة على أنه: عملية تجربها العلاقات العامة في المؤسسة المعنية عند حدوث الأزمة وينبع ذلك أن تتصف هذه العملية الاتصالية بكونها تجري في ظروف غير اعتيادية وفي جو مشحون بالسلبية والعداء من قبل سائر وسائل الإعلام ومن قبل واخطأ أو أكثر من الجماهير الاستراتيجية للمؤسسة المعنية. ويكون الهدف الأساسي من اتصالات الأزمة هو تخفيض الأذى السلبية العامة التي تغمر المؤسسة وظروف عملها، والتي تهدد بالتفاقم لتشمل أطراف أخرى، الأمر الذي يهدد سمعة المؤسسة، بل استمرارية عملها وإنتاجها وبقائها

¹ . محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية "المجلد 1"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 م، ص ص 38/ 39.

• ويعرف اتصال الأزمة بأنه¹: مجموع تحاليل، مفاهيم، مبادئ، وطرق عمل تـابق يصفه دقيقة على
الات خاصة تتوقف على نوعية الأزمات، حيث تجد في هذه التحاليل والمفاهيم والمبادئ وطرق العمل
وجودها انـلاقا من نقل العلوم الانسانية المختلفة والمتداخلة في آن واد كالانثربولوجيا، علم الاجتماع،
علم النفس وأيضا مجال الاستعجالات الـبية... حيث لا يتحدد هذا الحقل بعدد ساعات أو أيام اجتياح
الأزمة، بل تسمح مبادئه وطرقه بتوقع وقوع أزمات متشابهة في المرة البعدية.

• فإن اتصال الأزمة يمثل ذلك الاتصال الذي يتم في الأوقات الصعبة أين لا يمكن توقع ما سيحدث،
لأن اتصال الأزمة هو الأكثر صعوبة، فهو يحتاج إلى تفكير عميق في وقت قصير أين يجب تسيير وتنسيق
كل عناصر التنظيم للوصول إلى حالة من التوازن مع وضع في الحسبان أنه لا توجد أزمة تشبه أخرى².

• مما سبق نستنتج أن اتصال الأزمة هو جميع الأنشطة الاتصالية التي تُمارس أثناء كل مرارة من
مرا إدارة الأزمة سواء قبل وقوعها أو أثناء وقوعها أو بعد وقوعها لتحسين صورة وسمعة المؤسسة.

ثانيا: سمات اتصالات الأزمة: الاتصال الفعال أثناء الأزمات غالباً ما يتلب توازن بين القيم والمعايير
التنافسية، بالإضافة إلى الممارسة الأخلاقية، لذلك فإن اتصالات الأزمة الفعالة تتسم بمجموعة من
السمات، ومن بينها:

1. الصدق، الشفافية والوضوح: يجب مراعاة الصراحة وعدم حجب المعلومات لتحقيق
المصداقية، فنشر المعلومات يقلل من الارتباك والقلق.

2. الفورية: فسرعة الاستجابة لحسم الأزمة أمر هام لتقرير المخاطر والأضرار، مع مراعاة ألا تؤثر
السرعة على دقة المعلومة التي يتم إعلانها ونشرها.

3. الانفتاح: فالاستعداد الدائم للاتصال مع الرأي العام وأصحاب المصالح يُشكل انـباع إيجابي
بتلبية مـالهم وـتياجاتهم.

4. استمرارية التواجد والاتصال: يجب أن تكون الرسائل الاتصالية المنشورة عن الأزمة مستمرة
ومنتشرة دون انقـاع منذ بداية الأزمة وـتـي بعد انتهائها.

¹ بن لعربي يحي: "دور الاتصال في إدارة الأزمة"، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشلف، العدد 15، جانفي 2016، ص

4.

² مانع فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص 74.

5. التماسك: يجب أن تكون الرسائل الاتصالية المنشورة عن الأزمة متماسكة ومتفقة مع قرارات المنظمة.

6. التوافق والاتساق: يجب أن تكون الرسائل الاتصالية المنشورة عن الأزمة متوافقة ومتكاملة وليست مختلفة منعا للتضارب، كما يجب أن تتناسب مع طبيعة أصحاب المصالح ونوع الأزمة وتوقيتها وحجمها ومدى تأثيرها.

7. الواقعية وعدم التفريط في التأكيد: من المهم أن يتسم الاتصال بالواقعية وعدم المبالغة بنشر معلومات بتأكيد وطمأنينة زائدة حول الأزمة، ففي حالة اكتشاف عدم دقتها، يزداد مستوى القلق والارتباك وتنخفض مصداقية المنظمة.

8. الدعم والتعاطف: يجب أن يعبر المتحدث الرسمي للمنظمة عن قلقه وتعاطفه ودعمه للمتضررين من الأزمة.

ثالثاً: دوافع الاهتمام باتصال الأزمة: من بينها:

1. تزايد عدد الأزمات التي تعاني منها المنظمات والهيئات والشركات في السنوات الأخيرة، وما يصحبه من تزايد سخط الجماهير.

2. التأثير العميق والمدمر للأزمات على الشركات والهيئات، وما يعنيه ذلك من عواقب على السمعة والصورة الذهنية للمنظمة.

3. تحظى الأزمات بتغطية واسعة في وسائل الإعلام باعتبارها من الأخبار السلبية التي تحقق الانتشار لوسائل الإعلام وتلبي حاجة الناس من المعرفة والتعبير الاستراتيجي.

4. لا يقف المردود السلبي لتأثير الأزمة عند الحد من منظمة بعينها، بل قد يتجاوز إلى التأثير على قطاع كامل من المنظمات أو على البيئة بأكملها.

5. تؤثر طريقة تعامل المشتغلين بالعلاقات العامة مع مندوبي وسائل الإعلام على طبيعة التغطية الإعلامية للأزمة سلبياً وإيجابياً.

رابعاً: أهمية اتصال الأزمة: لاتصال الأزمة أهمية كبيرة في أثناء وقوع الأزمة، وتبرز هذه الأهمية من خلال مجالات ومحاور متعددة¹:

1. الإنعكاسات النفسية "السيكولوجية" للأزمة: إذ أن الأزمة تترك آثاراً نفسية تتلّب معالجة ومواجهة من خلال اتصالات الأزمة "الخلة الإعلامية للأزمة"، إذ أن هذه الاتصالات تركز على إزالة هذه الآثار و الانعكاسات. وتجدر الإشارة، أن أهم الانعكاسات والآثار السلبية للأزمة، هي:

- الخوف والتوتر.

- نقف الشعور بالأمان.

- التأثير بالأراء والمواقف المعلنة ورواج الشائعات.

2. تعدد وتنوع وسائل الإعلام في ظل ثورة الاتصالات : تأتي أهمية إعلام الأزمة في ظل التعدد والتنوع الكبير لوسائل الإعلام على الصعيد المحلي وعلى الصعيد العالمي، فصارت وسائل الإعلام تتنافس على الاستئثار بالسبق الإعلامي لتغلبة الأزمة، ومن هنا، فإن وضع خلة إعلامية محكمة يعد من العوامل الحرجة لتحقيق الإدارة الفاعلة في الأزمة.

3. الدور المتزايد لوسائل الإعلام في تكوين الآراء والمواقف والاتجاهات: أصبح الإعلام يلعب دوراً متزايداً في تكوين آراء الأفراد ومواقفهم واتجاهاتهم، ولم تعد التجربة الشخصية وقلدها هي المسؤولة عن هذا التكوين، ومن هنا، فإنه عندما تقع أزمة ما في المنظمة فإن آراء الأفراد من داخل المنظمة وخارجها ومواقفهم واتجاهاتهم وقيمهم تتأثر بدرجة كبيرة بأسلوب وطبيعة تناول وسائل الإعلام لهذه الأزمة. ويلاحظ أن عدداً كبيراً من وسائل الإعلام صار يتفاعل مع الأزمة في كل مرافلها، وصارت هذه الوسائل تصدر التقديرات في ضوء عمليات التشخي التي تجربها، وتقترح الاستراتيجيات لمعالجة الموقف الأزموي، وتقترح سبل التنفيذ بكفاءة وفاعلية كبيرتين.

¹ يوسف أمد أبو فارة: إدارة الأزمات -مدخل متكامل-، إثناء للنشر والتوزيع، عمان، 2009 م، ص ص 247/248.