

مقدمة

برز الاهتمام بدور أجهزة الاتصال بوجه عام والعلاقات العامة بوجه خاص في إدارة الأزمات، في السنوات العشرة الأخيرة. فبعد أن كانت دراسة إدارة الأزمة تميل إلى تغليب الاهتمام بالجوانب الاقتصادية والسياسية لها، أصبح الاهتمام، مع دخول الألفية الثالثة، بدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات محوراً أساسياً لنجاح إدارة الأزمة على اختلاف نطاقاتها ومجالاتها وأنواعها. ولم يصبح الاهتمام باتصالات الأزمة مقصوراً على مواجهة أحداثها والحد من تأثيراتها السلبية فحسب، بل تتطرق إلى الإستراتيجيات الوقائية التي تعمل على منع حدوث الأزمة وتلافي أسباب حدوثها، والتي تحدث على نطاق البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، من خلال إدارة ناجحة.

ومن هنا جاءت أهمية كتاب "العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات"، الذي جاء ليناقش هذا الموضوع الخطير والحيوي، خاصة في ظل تضارب العديد من الأزمات، من خلال أربعة أبواب:

الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة، قدم للقارئ نظرة شاملة ومتعمقة للعلاقات العامة من حيث مفهومها والعلاقة بينها وبين المفاهيم الأخرى التي تتشابه معها، ونشأة العلاقات العامة وأسسها ومبادئها العامة، ثم تطرق إلى أهميتها وأسباب ودوافع الاهتمام بها، ثم انتقل إلى نقطة أكثر تفصيلاً، فتناول أهداف العلاقات العامة ووظائفها وصفات ومهام مسئول العلاقات العامة، ثم انتقل لاستعراض العلاقة بين العلاقات العامة والجمهور، بعدها ألقى الضوء على تصنيف وسائل الاتصال في العلاقات العامة، وكيفية إعداد خطة وتنظيم إدارة لها، واختتم الفصل بمشكلات إدارات العلاقات العامة في المنظمات وكيفية مواجهتها.

الفصل الثاني: تناول الأزمات ومفهومها ونشأتها والتفرقة بين الأزمة والمفاهيم القريبة الشبه منها، مثل: الواقعة والحادثة والصراع والصدمة والكارثة، ثم تناول سمات وخصائص الأزمة وتصنيفاتها المختلفة ومراحلها، ثم اختتم الفصل برصد أسباب نشوء الأزمات.

الفصل الثالث: استعرض دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، فرصد مفهوم إدارة الأزمات وأهدافها ومراحل إدارة الأزمات المختلفة، وأسس وإستراتيجيات التعامل معها، ثم رصد دور العلاقات العامة في إدارة مراحل الأزمات المختلفة، واختتم الفصل برصد عوامل نجاح لإدارة الأزمات بشكل عام، مع استعراض لتطبيقات عملية لإدارة الأزمات المحلية.

الفصل الأخير: اهتم بتحديد الإستراتيجية الإعلامية لإدارة الأزمات، فتناول مفهوم إعلام الأزمات، وأنواع الرسائل الإعلامية المستخدمة أوقات الأزمات، وتحديد المعطيات والمؤشرات العامة التي يعمل من خلالها الإعلام في إدارة الأزمة، والتعرف على وسائل الإعلام الجماهيرية التي يتم الاستعانة بها في إدارة الأزمات، والتخطيط الإعلامي للأزمة، والوقوف على مرتكزات قوة التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات، ومؤشرات ضعفه، ثم التعرف على الإستراتيجيات الإعلامية في مواجهة الأزمات. وفي نهاية الفصل استعراض لدور الإعلام في مراحل تطور الأزمات.