

الاتصال الازماتي الفعال ودوره في نشر الوعي ومعالجة أزمة كورونا – دراسة ميدانية  
المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس –

Effective crisis communication and its role in spreading awareness and addressing the

Corona crisis - a field study of the regional hospital of the state of Souk Ahras -

Manamani mebaraka<sup>1</sup>

منماني مباركة\*

<sup>1</sup> أستاذة مؤقتة دكتورة جامعة محمد الشريف مساعدي – سوق أهراس-

[manamani72me@gmail.com](mailto:manamani72me@gmail.com)

تاريخ النشر: 2024/06/27

تاريخ القبول: 2024/05/26

تاريخ الاستلام: 2021/11/10

ملخص:

ما ان دقت وسائل الاعلام و الاتصال ناقوس الخطر معلنة أن البشرية جمعاء أمام أزمة قد تمس جميع فئات المجتمع و قد تؤدي الى خسائر بشرية كبيرة ، أدخل هذا الخبر الجهات المعنية في حيرة ، حيث وجدت الأطقم الطبية أنفسهم أمام خيارات عدة و بين الحياة والموت ، رفع مستوى التواصل بين الأطباء و الممرضين و بين المرضى لمعرفة خصوصيات الوباء و قد تطلب هذا أسس التوعية اللازمة ، كما سارعت المستشفيات المتطورة الى وضع خطة اتصالية خارجية و داخلية للخروج من الأزمة، و في هذا الصدد جاءت دراساتنا الميدانية لمعرفة ما إذا كانت المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس تولي اهتمام بالجانب الاتصالي أثناء أزمة كوفيد 19 و كذا محاولة معرفة ما إذا كانت هذه المؤسسة قد وضعت خطة أو استراتيجية اتصالية فعالة لاحتواء الوضع ، و هي دراسة ميدانية اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي أين تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة قصدية من عمال المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس للإجابة عن الإشكالية التالية: هل يساهم الاتصال الفعال في معالجة أزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس ؟

\* المؤلف المرسل: منماني مباركة ، الإيميل: [manamani72me@gmail.com](mailto:manamani72me@gmail.com)

ولقد خلصت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها أن المستشفى الجهوي تعند على نشاط الاتصال في إدارة أزمة كورونا بنسبة كبيرة رغم غياب الثقافة الاتصالية، كما أنها لم تعتمد على استراتيجية اتصالية لمعالجة الأزمة و ذلك نتيجة عدم وجود مختصين في الاتصال.

#### الكلمات المفتاحية :

الاتصال، الأزمة، اتصال الأزمة، كورونا (كوفيد 19).

#### **Abstract:**

As soon as the media and communication rang the alarm, declaring that all of humanity is facing a crisis that may affect all segments of society and may lead to great human losses, this news caused the concerned authorities to be confused, as the medical staff found themselves facing several options and between life and death. Raising the level of communication between doctors and nurses and between patients to know the peculiarities of the epidemic, and this required the necessary foundations of awareness, and developed hospitals rushed to develop an external and internal communication plan to get out of the crisis, and in this regard our field study came to find out whether the regional hospital of the state Souk Ahras pays attention to the communication aspect during the Covid 19 crisis, as well as an attempt to find out whether this institution has developed an effective communication plan or strategy to contain the situation. Souk Ahras State to answer the following problem: Does effective communication contribute to addressing the Corona crisis in the regional hospital of Souk Ahras State?

The study concluded with a number of results, the most important of which is that the regional hospital relies on communication activity in the management of the Corona crisis by a large percentage, despite the absence of communication culture, and it did not rely on a communication strategy to address the crisis, due to the lack of specialists in communication.

#### **key words :**

Communication, crisis, crisis communication, Corona (Covid 19).

#### **Résumé :**

Dès que les médias et la communication ont sonné l'alarme, déclarant que toute l'humanité est confrontée à une crise qui peut affecter tous les segments de la société et

entraîner de lourdes pertes humaines, cette nouvelle a semé la confusion chez les autorités concernées, comme l'a constaté le personnel médical. eux-mêmes confrontés à plusieurs options et entre la vie et la mort. Elever le niveau de communication entre médecins et infirmières et entre patients pour connaître les particularités de l'épidémie, et cela nécessitait les bases nécessaires de sensibilisation, et les hôpitaux développés se sont empressés de développer une communication externe et interne plan de sortie de crise, et à cet égard notre étude de terrain est venue savoir si l'hôpital régional de l'état Souk Ahras prête attention à l'aspect communication pendant la crise du Covid 19, ainsi qu'une tentative pour savoir si ce l'institution a développé un plan ou une stratégie de communication efficace pour contenir la situation L'État de Souk Ahras pour répondre au problème suivant : Une communication efficace contribue-t-elle à faire face à la crise de Corona dans l'hôpital régional de l'État de Souk Ahras ?

L'étude a conclu avec un certain nombre de résultats, dont le plus important est que l'hôpital régional s'appuie sur une activité de communication dans la gestion de la crise de Corona par un grand pourcentage, malgré l'absence de culture de communication, et il ne s'est pas appuyé sur une communication stratégie pour faire face à la crise, faute de spécialistes de la communication.

**Mots clés:** Communication, crise, communication de crise, Corona (Covid 19)

#### المقدمة :

ان الاتصال يعتبر الميزة لكل مؤسسة فيوجوده يحدث التنسيق في العمل بين أفرادها ، اضافة الى وجود الانسجام عند أداء الوظائف المهنية سواء الداخلية منها و الخارجية ، فالاتصال المؤسساتي بدوره يعمل على ربط الأعمال و تنظيمها رسميا حتى يضيفي علمها الهيبة والرقى ، أما الخارجية منها فتظهر من خلال المعاملات الحسنة و المتنوعة مع البيئة الخارجية و التي تكون في نطاق غير رسمي ، و بما أن الاتصال المؤسساتي يعنى أكثر بالاتصال الداخلي فالمستشفى كغيرها من المؤسسات في أمس الحاجة الى خلق الانسجام و التنسيق بين الافراد العاملين لتحسين العلاقات التواصلية خاصة أثناء وقوع أزمة كورونا و تبادل المعلومات بين مختلف الأطراف الفاعلة وطبعاً هذا لا يأتي دون وجود مناخ اتصالي ناجح داخل المستشفى يساعد على تخطي أزمة كورونا ، و لأن تجاوز النظرة التقليدية التي تركز على أن الاتصال في المنظمة يركز أكثر على الداخلي أثناء الأزمة فانه من الواجب الحديث على الاتصال الخارجي لأن الاتصال تأثيراته مزدوجة من خلال تفاعل العامل مع محيطه خاصة في ظل انتشار الوباء ، و هذا ما استدعى من المستشفى اتباع اليات وميكانيزمات بغية الخروج من هذه الأزمة و تزايد الاهتمام الكبير بموضوع الاتصال

في كل مجالات الحياة و تغلغل في المؤسسات الصحية نظرا لما تميزها عن غيرها من المؤسسات ، لأن المستشفى هو فضاء تلتقي فيه جميع فئات المجتمع بمختلف تبايناتهم الذهنية و المزاجية و الفكرية ، مما أسلوب يستدعي أسلوب اتصالي خاص يراعي كل هذه الاختلافات لاحتواء الأزمة و نشر التوعية بين أفراد المجتمع و الحد من انتشار هذا الوباء .

#### 1- الاشكالية :

يعتبر الاتصال من أهم الحاجات الضرورية و الأساسية للإنسان منذ وجوده على سطح الأرض حيث تنوعت طرقه بتطور مراحل الحياة البشرية ، فكانت النقوش و الرسومات و الإيماءات و الرموز مكتوبة كانت أو منطوقة خير دليل على أهميته في تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات و هذا لتحقيق التفاعل الإنساني ، فالعملية الاتصالية تعتبر ظاهرة إنسانية في حياته باعتباره اجتماعي بطبعه لا يستطيع العيش بمعزل عن الآخرين ، حيث يتصور دوركائم المجتمع على انه حقيقة تستمد في أصولها إلى شروط التفاعل بين الأفراد ، أي أن أساس الاجتماع هو التفاعل الذي يعني الاتصال ، فيؤثر و يتأثر بالمحيط الخارجي ليتكيف و يتأقلم معه لكونه نسق كلي تفاعلي خاصة مع تزايد ظهور التنظيمات بمختلف أنواعها التي تعتبر نسق جزئي مفتوح على المحيط الاجتماعي و أرضية خصبة للتفاعلات و التبادلات الإنسانية سواء كانت داخلية بين أفراد التنظيم أو خارجية ، مع الجمهور المستقطب و هذا يوجب على التنظيم مساندة التطورات المحيطة للحفاظ على بقاءها و استمرارها ، و هذا يلزم على المؤسسة بمختلف أنواعها سواء كانت خدمتية أو صناعية إعادة النظر في سياستها الاتصالية بطريقة تمكنها من الاستمرار في ظل التغيرات حتى تثبت مكانتها و تحسن صورتها بتقوية صلتها و كسب ثقة و رضا الجمهور الداخلي و الخارجي بالخصوص ، و يأتي ذلك بوضع استراتيجية من أجل تخطي هذه العراقيل و تتمثل في تنظيم العلاقات الداخلية و الخارجية و طبيعة الاتصالات فيها و مدى فعالية شبكاته التي تسمح بتقارب الأفراد و خلق جو ملائم يحافظ على بقاء المؤسسة ، وبما أن المستشفى نسق مفتوح فقد أدى هذا إلى اهتمام كثير من المختصين من رواد علم اجتماع التنظيم سواء أكانوا كلاسيكيين تقليديين أم محدثين معاصرين بدراسة أهم المظاهر العامة التي تتميز بها البناءات التنظيمية بما فيها المستشفيات التي تم التركيز على دراستها في الآونة الأخيرة خاصة مع ظهور وباء كورونا – كوفيد 19- ذلك الوباء الذي كاد أن يقضي على العالم ، حيث كشف أزمة كورونا مدى هشاشة النظم الصحية في بعض دول العالم و التي سعى العديد منها إلى وضع استراتيجية واضحة المعالم حول كيفية إدارة هذه الأزمة بشكل احترافي و لاحتواء الموقف و الحد من انتشار هذا الوباء الذي عجز العالم عن إيجاد علاج له و محاولة نشر الوعي حوله من خلال تقديم مختلف التوصيات لحماية صحة المواطنين و الحد من انتشاره ، و مما سبق تتمحور اشكالية دراستنا حول السؤال المركزي التالي : هل يساهم الاتصال الفعال في معالجة أزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس ؟

و تفرع عن هذا السؤال الأسئلة فرعية التالية :

- (1) ما هي مظاهر قدرة المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس على تخطي أزمة كورونا ؟
  - (2) هل هناك اهتمام لدى القائمين على المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس بالجانب الاتصالي أثناء أزمة كورونا ؟
  - (3) هل وضعت المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس خطة أو استراتيجية اتصالية فعالة لتعامل مع أزمة كورونا ؟
  - (4) ما هي الصعوبات التي تواجه المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس لمعالجة أزمة كورونا ؟
- وجاءت هذه الأسئلة للتحقق من صدق الفرضيات التالية :
- (1) وجود ثقافة اتصالية لدى عمال مستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس ساهم في معالجة أزمة كورونا.
  - (2) الاتصال الجيد و الفعال أثناء أزمة كورونا بين عمال مستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس و الجمهور الخارجي يساهم في معالجة أزمة كورونا .
  - (3) إتباع استراتيجية اتصالية فعالة من قبل المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس أثناء أزمة كورونا يساهم في نشر الوعي و الحد من انتشار الوباء.

## 2-أهمية الموضوع :

- ✓ ترجع أهمية الدراسة الى أهمية الاتصال في المؤسسات لان مصير و مستقبل المؤسسة اليوم و تطورها مرهون بمدى قدرتها على استخدام أنجح الوسائل الاتصالية التي تساعد على التقدم و انشاء صورة جيدة لها أمام جمهورها ، و كذا الحفاظ على استقرارها أثناء و قوعها في أزمة .
- ✓ انتشار وباء كورونا و دخول المستشفيات في أزمة فرض عليها نشر الوعي للحد من انتشار هذا الوباء.
- ✓ أهمية الاتصال الفعال في معالجة و التخفيف من أزمة كورونا لدي المستشفيات الجزائرية .
- ✓ ضرورة وضع خطة اتصالية او استراتيجية متبعة من طرف ادارة المستشفيات لاحتواء الوضع و نشر الوعي لدى المواطنين للحد من انتشار هذا الوباء.

## 3-أهداف الموضوع :

- ✓ معرفة ما اذا كانت المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس تولي اهتمام بالجانب الاتصالي أثناء أزمة كوفيد 19.
- ✓ محاولة معرفة واقع الاتصال في المؤسسة الاستشفائية لولاية سوق أهراس و انعكاساته على أزمة كورونا .

- ✓ محاولة معرفة ما اذا كانت المؤسسة الاستشفائية لولاية سوق اهراس قد وضعت خطة او استراتيجية اتصالية فعالة لاحتواء الوضع.
- ✓ محاولة معرفة الدور الذي يلعبه الاتصال في معالجة ازمة كورونا و الحد من انتشار هذا الوباء .
- 4-تحديد المفاهيم :

1-4-مفهوم الاتصال : أصل كلمة الاتصال في اللغة العربية من الفعل الثلاثي وصل وعرفها مختار القاموس بأنها وصل الشيء بالشيء وصلا بمعنى نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين شخص وآخر أو بين مجموعة أشخاص وهذا من أجل تحقيق هدف ما ( مي العبد الله ، 2006، ص 23) ، ويرى تشارلز كولي أن الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان ( مي العبد الله ، 2006، ص 24) ، ويذهب كارل فلاند CarlHovland إلى القول أن الاتصال هو العملية التي يقوم بها الفرد الذي يقوم لنقل المثير وغالبا ما تكون رموز شفوية لتعديل سلوك الأفراد الآخرين(غريب عبد السميع غريب، 2003، ص ص12، 1) ، كما يعرف الاتصال كذلك على أنه : نقل الرسالة بين فردين أو أكثر باستخدام رمز أو مجموعة رموز مفهومة للمجموعة ، باستخدام قنوات اتصالية لتحقيق أهداف متعددة وبشكل يضمن التفاعل والتأثير ( محمد محمد عمر الطنوبي ، 2001، ص 15) .

2-4-مفهوم الأزمة : وتعني في معاجم اللغة العربية القحط والشدة وهي تشير إلى حالة طارئة وموقف استثنائي مغاير ومخالف لمجريات الأمور الاعتيادية ، ولم تكن كلمة أزمة شائعة الاستعمال في الأدبيات العربية القديمة ، وقد التفت الباحثون العرب إلى هذه الكلمة بصورة بارزة لتكون ترجمة مباشرة للكلمة الإنجليزية "Crisis" ، وتعرف الأزمة بأنها لحظة حرجة وحاسمة تهدد مصير المنظمة التي تتعرض لها ، وتضع صعوبات كبيرة أمام صناع القرار في المنظمة في ضوء زيادة مستوى حالة عدم التأكد وعدم توافر الكم والنوع من البيانات والمعلومات والمعرفة اللازمة والمطلوبة للتعاطي مع الواقع الحالي في ظل وقوع الأزمة وبسبب وقوع درجة عالية من الخلط بين الأسباب والنتائج وحدوث تداعيات سريعة ومتلاحقة ناجمة عن تفاعلات عناصر المنظمة في ظل الأزمة وفقدان صناع القرار للقادرة الكافية على رؤية الحاضر والمستقبل والتنبؤ بالأحداث وانعكاساتها على أعمال المنظمة ( يوسف أبو فار ، 2020، ص 24).

كما تعرف الأزمة أيضا على أنها خلل مفاجئ يحدث نتيجة لأوضاع غير مستقرة تتضمن انفصام يعلن الانتقال الحتمي من حالة إلى أخرى ، أو هي تهديدا خطرا أو غير متوقع لأهداف أو قيم أو معتقدات أو ممتلكات الأفراد أو المنظمات أو الدول والتي تحد من عملية اتخاذ القرار ( عبد الكريم أحمد حمبل ، 2016، ص 13).

3-4- مفهوم اتصال الأزمة : ويعرفه عثمان محمد العربي على أنه اتصالات تجريها العلاقات العامة بالمؤسسة عند حدوث الأزمة ويتبع ذلك أن تتصف اتصالات الأزمة بكونها تجري في ظروف غير اعتيادية وفي جو مشحون بالسلبية والعداء من قبل وسائل الإعلام ومن قبل واحد أو أكثر من الجماهير الاستراتيجية للمؤسسة ويكون الهدف الأساس من اتصالات الأزمة هو تحقيق حدة السلبية العامة التي تغمر المؤسسة وظروف عملها والتي تهدد بالتفاهم لتشمل أطراف أخرى الأمر الذي يهدد سمعة المؤسسة بل واستمرارية عملها وإنتاجها أو بقائها ( محمد شومان ، 1999 ، ص 17)، كما يعرف أيضا على أنه كافة الأنشطة الاتصالية التي تمارس أثناء المراحل المختلفة للأزمة أو الكارثة ويندرج في إطار الأنشطة الاتصالية كل أنواع الاتصال بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها على هذا الأساس 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 الأزمة ( بلقاسم سلاطونية و حسان الجيلالي، 2006 ، ص 58).

4-4- مفهوم كورونا (كوفيد 19) : جائحة فيروس كورونا 2019 أو جائحة كوفيد 19 والمعروفة أيضا باسم جائحة فيروس كورونا ، هي جائحة عالمية مستمرة حاليا لمرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد 19) سببها فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة النفسية الحادة الشديدة (سارس-كوف 2) وتعرف كورونا (كوفيد 19) على أنها فيروس ناجي من سلالة جديدة ، تم التعرف إليه أول مرة في مجموعة حالات الالتهاب الرئوي في مدينة ووهان بمقاطعة هوبي الصينية (تقرير هيئة الصحة بدبي ، 2020 ، ص 2) ، وهو أيضا فيروس جديد يرمز له بالرمز : (Covid-19) بسبب أمراض الجهاز التنفسي لدى البشر ويمكن أن ينتشر من شخص إلى آخر ، تم التعرف عليه لأول مرة خلال التحقيق من الوباء في ووهان في الصين ( جغبوب عبد الحليم و آخرون ، 2020 ، ص 515).

#### 5- الاطار النظري للدراسة :

1-5- مراحل الأزمة : إن عملية تحليل الأزمات المختلفة تشبه في عملية المرور من مرحلة لأخرى النموذج البيولوجي والذي يمر به الكائن الحي ابتداء من الميلاد ، النمو ، النضج ، وأخيرا الفناء ومنه يمكن القول أن الأزمة هي أيضا تمر بدورها حياة عبر مجموعة من المراحل والتي اختلف الباحثون حول تحديدها إلا أنه وفي الأخير تم الاتفاق على أربعة مراحل أساسية وهي كالآتي:

1- مرحلة نشوء الأزمة : ويسمى عند بعض الباحثين بمرحلة الميلاد للأزمة وتكون نتيجة عدم إمكانية صاحب القرار توقع حدوث الأزمة والتي تقود إلى تعاضم المتغيرات الدافعة لها ، وبالتالي زيادة احتمالية المواجهة ، وفي هذه الفترة يجب على المؤسسة أن تحاول جاهدة لمنع تدهور الموقف وتقليل حجم الخسائر ، وقد أطلق عليها Crisis Operational أي التعامل مع الأزمة ويكون ذلك من خلال

- ظهور مؤشرات تنبئ بقرب وقوع الأزمة ، وفي هذه المرحلة يكون دور الاتصالات التي يمكن من خلالها دراسة آراء ومواقف الجماهير الداخلية والخارجية والتي يمكن من خلالها التنبؤ بحدوث الأزمة.
- 2- مرحلة انفجار الأزمة : تأتي مباشرة بعد فشل صناع القرار أو القيادة الإدارية في التعامل مع العوامل التي حركت الأزمة ، أو عدم القدرة على السيطرة على متغيراتها المتسارعة لأنه في هذه المرحلة تصل الأزمة إلى أقصى قوتها وعنقها وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ولا مفر من الصدام العنيف معها ، وقد تكون الأزمة هنا بالغة العنف والشدة والقوة وهنا تعتبر هذه المرحلة بمثابة نقطة اللاعودة حيث لا يمكن في هذه استعادة الأرض التي فقدت ، وهذا لقصر هذه المرحلة ، وهنا يكون دور الاتصالات هو تهيئة الظروف الملائمة للإدارة للتعامل مع الأزمة ، وذلك من حيث الاتصال بوسائل الإعلام والجماهير الداخلية للحصول على تفهم الرأي العام للمؤسسة وموقفها.
- 3- مرحلة انحسار الأزمة : وفي هذه المرحلة تكون الأزمة مزمنة لأن آثار وعواقب الأزمة قد تبقى لعدة سنوات ، وهنا تتلاشى العوامل المسببة للأزمة ويكون السعي الى العودة للتوازن الطبيعي حيث أن التوازن يبقى بشكل أساسي للعمل السلمي وغير السلمي وحل الأزمات بشكل متوازن أو غير متوازن وفي هذه المرحلة تبدأ الأزمة في التفتيت وهذا بعد تحقيقها لهدف التصادم العنيف ومنه تفقد الأزمة جزءا هاما من قوة الدفع وهنا تبدأ في الانحسار والتقلص وهذا حسب قدرة الإدارة والمسيرين للمؤسسة في سرعة الاستجابة للضغط الذي قد تولده الأزمة من خلال القيام بالمتغيرات المطلوبة والضرورية لذلك ، فالأزمة التي قد انتهت قد تكون بذرة أو علامة إنذار لنشوء أزمة جديدة وهو دليل على صعوبة تحديد أين ومتى تنتهي الأزمة ومتى تبدأ الأزمة الأخرى .
- 4- مرحلة انتهاء الأزمة : وهي المرحلة التي تصل فيها الأزمة إلى نهايتها بعد الوصول إلى حلول نهائية لها ، وبعدها لا يستحوذ موضوع الأزمة على اهتمام المؤسسة وجماهيرها كما كان ، وفي هذه المرحلة يقع على عاتق الاتصالات في دورها على التأكيد من تخفيف الأضرار التي لحقت بسمعة المؤسسة والسعي لإعادة المؤسسة كما كانت عليها قبل الأزمة ، وذلك يكون من خلال الأنشطة الاتصالية للمؤسسة ، مثل عقد الندوات والمؤتمرات الصحفية ونشر معلومات حول الأزمة والإجراءات التي اتخذت لمنع وقوع مثل هذه الأزمات مستقبلا (قدري عبد المجيد ، 2008 ، ص ص 117 ، 119).
- وعلى العموم ، فإن المراحل الأربع السابقة هي التي تم الاتفاق عليها من طرف العديد من الباحثين رغم وجود بعض الخلافات فيما بينهم ، حيث نجد أن هناك من الباحثين من أضاف مرحلة أخرى تعرف بمرحلة التحذير ، وهي تسبق نشوء الأزمة وهي البدء بالقدرة على الاستشراف في المتغيرات والاحتمالات والبدائل.

2-5-اتصالات الأزمة : الأزمة عادة عندما تحدث تطرح مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بسياسات المؤسسة وطريقة تسييرها ، فكل رجال الأعمال والإعلام والجماهير الأساسية والمسؤولين الحكوميين وجماعات المصالح والعاملين والمجتمع المحلي يريد أن يعرف : ماذا حدث ؟ وكيف حدث ؟ والمؤسسات التي

لا تجد إجابة عن هذه الأسئلة ، أو قد تتأخر في الرد عن هذه الأسئلة عادة ما تعاني من عواقب سلبية على المستوى المالي ، ومستوى إدراك الجماهير لها ، واتجاهاتهم نحوها ، ومن ثم فالقدرة على الاتصال بسرعة وفاعلية يأتي كعامل أساسي في الإدارة العامة الفاعلة والناجحة للأزمة ، ولهذا فالمؤسسة تحتاج إلى فتح خطوط مباشرة مع جماهيرها الأساسية وذلك يكون من خلال بناء سياسة الاتصال المفتوح في اتجاهين ، بين المنظمة وجماهيرها يمكنها من التغلب على صعوبات كثيرة لأن المعلومات تصبح ذات أهمية قصوى للجماهير أثناء الأزمة ، وهذه المعلومات لا تتعلق بالأزمة ، ولكن بكيفية التعامل معها ومنعها في المستقبل وحيث إنه يصعب القيام بذلك أثناء الأزمات ، فإن هذا ما يتطلب خططا مسبقة ويكون التنفيذ فقط أثناء الأزمة ، فالانطباع الأول الذي يأخذه الجمهور عن رد فعل المؤسسة هو الأهم لأن المعلومات عندما تأتي من المؤسسة يكون لها رد فعل إيجابي أكثر لدى جماهيرها ( راسم محمد الجمال و خيرت معوض عياد ، 2005، ص 358) ، حيث تصبح هذه الجماهير مهتمة بما تقوله المؤسسة وبمدى صدق هذه المعلومات ومدى صحتها أكثر من الأزمة نفسها وهذا يؤكد لنا أن المؤسسة في حالة وقوعها في أزمة فهي بحاجة ماسة إلى اتصال فعال وجيد ومخطط يساعدها على الخروج من هذه الأزمة.

3-5- أهمية بناء خطط اتصالية : يعد بناء خطط اتصالية محورا أساسيا في ممارسة العلاقات العامة من الناحية الاستراتيجية وتزداد الحاجة إلى هذه الخطط خصوصا أثناء الأزمات لأن هذه الخطط تساعد مدير العلاقات العامة في إدارة المعلومات وتدفعها من المؤسسة إلى الجماهير والعكس وتتضمن هذه الخطط خطوطا تفصيلية لما يجب القيام به أثناء الأزمة ومثال ذلك الخطوط العامة لاستراتيجيات الاتصال وتكتيكاته ، وقوائم كاملة بأسماء وهواتف الأفراد الذين يجب الاتصال الفوري بهم ، وقد أكدت الدراسات على أهمية وضع خطط اتصالية أثناء الأزمة ، وذلك لوجود علاقة قوية بين وجود خطط وبين تطبيقها بكفاءة من جهة ، ومن جهة أخرى الاتصال الفعال أثناء الأزمات ومدى أهميته ولهذا تعد وسائل الإعلام الاتصال الفعال ذات أهمية كبيرة في هذا الإطار.

4-5- خيارات الاستجابة الاتصالية : أوضحت الدراسات أنه من الصعب الاستجابة للأزمة إعلاميا وتعتبر هذه العملية ليست بالسهولة التي تبدو في وضع الخطط والاستراتيجيات الاتصالية فالأزمات يترتب عليها نتائج قانونية وقضائية ، إضافة إلى تلك المتعلقة بسمعة المؤسسة وإدراك الجماهير لها وعادة ما يكون هناك تعارض في الاستجابة الاتصالية للأزمة بين رؤية العلاقات العامة لعملية إدارة الأزمة ورؤية ( راسم محمد الجمال و خيرت معوض عياد ، 2005، ص 360 ، 361) .

القسم القانوني والمستشارين القانونيين لهذه العملية ، فبينما تركز رؤية العلاقات العامة على الانفتاح على وسائل الإعلام وحرية تدفق المعلومات من المؤسسة إلى جماهيرها ، تركز رؤية القانونيين على التأني في الاستجابة ورفض الاعتذار وتحمل المسؤولية لأن ذلك من وجهة نظرهم يكون له تبعات قانونية على المؤسسة في المحاكم.

في هذا الإطار توجد عدة عوامل تجعل من استجابة المؤسسة الاتصالية للأزمة عملية معقدة وتوضح الفرق بين رؤية العلاقات العامة ورؤية المستشارين القانونيين وهذه العوامل هي :

أ- مخاطر الأزمة : قد تؤدي مخاطر الأزمة إلى التبعات السلبية التي يمكن أن تتعرض لها المؤسسة من جراء القيام بعملية الاتصال مع وسائل الإعلام ، فالعلاقات العامة تجد نفسها في حيرة بين مسؤوليتها الاجتماعية تجاه جماهير المؤسسة الأساسية من جانب ، والتبعات القانونية التي يمكن أن تنتج عن الاتصال من جانب آخر ، فبينما ترى العلاقات العامة أن استجابها الاتصالية للأزمة تقيم من قبل محكمة الرأي العام ، يرى المستشارون القانونيون أن استجابة المؤسسة للأزمة تقيم من قبل المحاكم القانونية.

فاستراتيجية العلاقات العامة للاستجابة للأزمة عادة ما تتمحور حول :

- 1- تحديد سياسة المؤسسة بناء على القضايا المثارة.
- 2- رصد وبحث المزاعم حول سياسة المؤسسة والاتصال مع وسائل الإعلام.
- 3- الاعتراف بأية مشاكل في المؤسسة.
- 4- الاستعداد لتقديم الاعتذار المناسب والفوري للجماهير الأساسية.
- 5- الإعلان الفوري عن الإجراءات التي تتخذها المؤسسة لتصحيح الأوضاع ( راسم محمد الجمال و خيرت معوض عياد ، 2005، ص ص 360 ، 361 )

في المقابل نجد أن استراتيجية الإدارة القانونية تركز على عدم الحديث مطلقا على الأزمة والإفصاح عن معلومات مختصرة للغاية وتبرير عدم الحديث والإفصاح عن المعلومات بقوانين سرية المعلومات وسياسات المؤسسة وحساسية القضية وعدم الاعتراف بالخطأ وتحمل المسؤولية وكذا إلقاء جزء من اللوم على جهات أخرى ، ومن ثم يكون على العلاقات العامة إحداث نوع من التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والمصادقية من جانب ، والمسؤولية القانونية من جانب آخر قبل تحديد سلوك المؤسسة وتصرفها أثناء الأزمة.

ب- التوقيت : فمفهوم الوقت في الاستجابة للأزمة يختلف لدى كل من إدارة العلاقات العامة والإدارة القانونية ، فالعلاقات العامة تسعى إلى الوصول إلى وسائل الإعلام في أسرع وقت ممكن وترى أن ذلك يمثل لها اعتبارات أخلاقية ، على الجانب الآخر نجد أن الإدارة القانونية لا تهتم بعامل الوقت وتقوم بالدراسة المتأنية والمراجعة الدقيقة لكل ما يصدر عن المؤسسة.

#### 5-5- هل خطط اتصالات الأزمة تكفي ؟

على الرغم من أن خطط اتصالات الأزمة تساعد في إدارة الأزمة بفاعلية ، إلا أن الدراسات العاصرة أثبتت أن خطط اتصالات الأزمة تعد جزءا فقط من تلك المتغيرات التي تحدد ممارسة العلاقات العامة أثناء الأزمة لذلك يجب على ممارسي العلاقات العامة النظر إلى أبعد من الجوانب التقنية في الاتصال لتشمل

متغيرات أخرى تؤثر على فعالية إدارة الأزمة فالعلاقات العامة لا تعمل من فراغ والظروف التي تحيط بالمؤسسة تؤثر بشكل مباشر على بناء وممارسة وظائف ونشاطات العلاقات العامة ، من هذه الظروف والمتغيرات مجمل الثقافة الاتصالية للمؤسسة والمدى الذي تنظر به القيادات العليا وصانعو القرار في المؤسسة لمدير العلاقات العامة كمدير استراتيجي ولقد أثبتت الدراسات أن وجود خطة اتصالية جيدة لإدارة الأزمة ، ووجود عدد مناسب من العاملين المدربين لا يكفي لإدارة الأزمة عند حدوثها بطريقة فعالة ، فعلى الرغم من أهمية هذه العوامل إلا أنها لا تكفي في حد ذاتها وإنما توجد عوامل خارجية تعد ذات أهمية بالغة في هذا السياق وهي :

أ- الثقافة الاتصالية : تعبر الثقافة الاتصالية في المؤسسة عن المناخ العام فيها أو أيديولوجيتها أو فلسفتها ، فالثقافة الاتصالية تعد قوى مستقلة تتحكم في سلوكيات أعضاء المؤسسة واتجاهاتها في بيئة العمل ، فالثقافة بوجه عام تعرف كمجموعة من الفلسفات والإيديولوجيات والقيم والمعتقدات والاتجاهات والعادات المشتركة التي تشكل سلوكيات الأفراد ونادرا ما نجد هذه المجموعة المتكاملة من المفاهيم وإدراكها واكتسابها من خلال معايشة الواقع داخل المؤسسة وكونها جزءا من بنائها (راسم محمد الجمال و خيرت معوض عياد ، 2005، ص 365) .

تعود الثقافة الاتصالية للمؤسسة إلى ذلك المناخ العام الذي يحكم طبيعة العمل والعلاقات العامة بين العاملين داخل المؤسسة وفي نفس الوقت يوجه سلوكهم وتصرفاتهم في اتجاه تحقيق المصلحة العامة ومن الطبيعي أن يكون لدى كل مؤسسة قواعد عامة غير مكتوبة حول سياسات الأمان ، الترويج ، وصنع القرار والغياب عن العمل.

إن وجود ثقافة اتصالية للمؤسسة يؤثر إيجابيا على قدرتها على الاستجابة الفعالة للأزمات فقدره العلاقات العامة على إدارة الأزمات يتوقف على وجود فلسفة اتصالية للمؤسسة تدعم العلاقات العامة ومهمتها وغياب مثل هذه الثقافة أو الفلسفة يعيق إدارة العلاقات العامة في إدارة الأزمة بفاعلية مهما كانت الخطط الموضوعة لذلك.

ب- نشاط الاتصال وإدارة الأزمة : يعتبر الاتصال من أهم الأنشطة التي تقوم عليها العلاقات العامة أساسا هي القدرة على الاتصال وتناول المعلومات بقصد التأثير في الجماهير داخل المؤسسة وخارجها ، خصوصا عندما تقع المؤسسة في أزمة وهذا على اعتبار أنه أساس القيام بتنفيذ الخطط بفعالية ، كما أن نشاط الاتصال هنا قد أخذ أسلوبا معيننا من خلال تطبيقه لإدارة الأزمة ويتبلور شكل أسلوب الاتصال حسب ظروف المؤسسة ولهذا فهو يختلف من مؤسسة إلى أخرى وفقا لطبيعتها وحجمها وحجم الجماهير النوعية التي تسعى إلى كسب تأييدها وكذا أهداف العلاقات العامة والاعتمادات المخصصة لأنشطتها ومدى استعانتها بالمكاتب الاستشارية

الخارجية وأيضاً وفقاً لحجم أنشطتها ونوعية هذه الأنشطة والإمكانيات البشرية والمادية والفنية للمؤسسة.

#### 6-الاطار المنهجي للدراسة :

1-6-نوع الدراسة : تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بتصوير ما هو كائن ،أي الوضع الراهن أو الحادثة، فهو يصف خصائص ومركباتها ويصف العوامل التي تؤثر عليها ،والظروف التي تحيط بها ،ويحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة ، وانطلاقاً من هذا التصور الشامل يمكن التنبؤ و الاستنتاج بالأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليه هذه الظاهرة .

وبما أن موضوع دراستنا يبحث دور الاتصال الازماتي الفعال في نشر الوعي و معالجة أزمة كورونا ، فإن معرفة كل هذه النقاط يترتب عليه جمع الكثير من الحقائق و البيانات المتعلقة بهذا الموضوع والقيام بتحليلها وتفسيرها للوصول إلى توصيف دقيق للظاهرة محل الدراسة وهذا قد يساعدنا كثيراً في تحديد معالم الظاهرة أو المشكلة كما يساعدنا في تحديد العلاقات الارتباطية الاتصال الازماتي الفعال و نشر الوعي .

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية والتي سنحاول من خلالها الحصول على أدق المعلومات النظرية والميدانية التي تخدم أهداف الموضوع المدروس ،وعلى العموم يمكن القول أن أهداف الدراسة هي التي فرضت علينا النوع الوصفي وهذا لما لديه من أهمية كبيرة في مجال الدراسات الإنسانية والتي من بينها النشاط الإتصالي و دوره في معالجة الازمات التي ترتبط بهذا النوع من الدراسات ارتباطاً وثيقاً لهذا كان هذا النوع ملائم لدراستنا هذه ، ومن خلال هذا النوع من الدراسة سوف نقوم بالعمليات التالية :

(1) وصف وتحليل كيفية ممارسة الاتصال داخل المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس.

(2) وصف وتحليل العلاقة بين الاتصال الازماتي الفعال في المستشفى الجهوي و معالجة ازمة كورونا.

إن الاعتماد على هذا النوع من الدراسة راجع إلى كونه يعتبر أسلوباً فعالاً في جمع البيانات والمعلومات كما يزود الباحث بوصف المتغيرات التي تتحكم في الظواهر قد الدراسة ( كامل محمد المغربي ، 2009، ص 96)، وهو ما نريده نحن الوصول إليه من خلال دراستنا هذه .

2-6-نوع المنهج المستخدم :المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في معالجة دراسة استناداً إلى موضوع الدراسة ومتغيراتها ( ابراهيم أبراش ، 2009، ص 152) إن طبيعة الدراسة ترتبط بطبيعة المنهج وعلاقته بالظاهرة المراد دراستها وعلى الرغم من وجود عدة أصناف مختلفة للمناهج إلا أنه على الباحث أن يختار بشكل سليم وعلمي المنهج الملائم لدراسته وهذا للوصول إلى نتائج علمية موضوعية وصحيحة ، ولأن موضوع دراستنا هو معرفة دور الاتصال الفعال في معالجة أزمة كورونا و نشر الوعي لدى فإن هدف

الدراسة وطبيعتها قد فرض علينا استخدام منهج المسح الاجتماعي والذي هو من بين المناهج الوصفية التي تصور وتصف الظروف الحالية للظاهرة المدروسة دون تعمق بهدف توفير المعلومات وتحليلها ، إذن يمكن القول بأن المسح يهدف إلى التعرف على الجوانب المختلفة لظروف الظاهرة المدروسة.

3-6-مجتمع الدراسة : يقوم الباحث بتحديد الدراسة تبعا لطبيعة الموضوع ،والذي يمكن قياس الظاهرة محل الدراسة وتطبيقها عليه ( وفق السيد الامام ، 2008 ، ص 72) ، قد اجرنا على اختيار مجتمع عمال المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس ، وكان اختيارنا لهذا المجتمع مقصود نظرا لطبيعة الموضوع والتي تنصب على دراسة الاتصال الازماتي الفعال و معالجة ازمة كورونا ، قمنا باختيار المسح بالعينة من خلال مسح بعض مفردات مجتمع البحث ، وهذا على أن تمثل هذه العينة مجتمع البحث .

4-6-عينة الدراسة : تعرف العينة في البحث العلمي على أنها جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل ،بمعنى تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث ( بدر أحمد ، 1996 ، ص 95) ، والعينة التي تم اختيار مفرداتها في هذه الدراسة هي العينة القصدية أين قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان بطريقة قصدية على عمال المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس .

5-6-أدوات جمع البيانات : فيما يخص دراستنا هذه وبما أنها دراسة وصفية فقد قمنا بالاعتماد على أداة استمارة الاستبيان وقد ساعدتنا هذه الاداة على وصف الظاهرة وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وصحيحة و قد تعد هذه الاداة الأنسب لدراستنا هذه والملائمة للمنهج المستخدم .

استمارة الاستبيان : وهي الأداة الأساسية التي اعتمدنا عليها في دراستنا للحصول على البيانات الضرورية من عينة الدراسة باعتبارها أفضل التقنيات لهذا النوع من الدراسات خاصة فيما يتعلق بالتقييم وابداء الرأي حول الموضوع مما يتيح للمبحوث بإدلاء آرائه وأفكاره بكل حرية وسرية .

6-6-صدق وثبات الاستبيان : و تم التحقيق من الصدق الظاهري للاستبيان من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة في مجال المنهجية و علوم الإعلام و الاتصال و تم تعديل الاستبيان وفقا لما أبدوه من ملاحظات، و تم اختبار ثبات الاستبيان عن طرق إعادة تطبيق الاستمارة retest عبر فترة زمنية من إجابتهم عليها ، و ذلك على عينة و قوامها 15 مفردة وذلك بعد مرور 15 يوم من التطبيق الأول للاستبيان و قد أظهرت المعالجة الإحصائية أن نسبة ثبات الاستبيان قدر ب 91% وهو معامل ثبات مرتفع يؤكد على صلاحية الاستبيان للتطبيق .

7-6-الإطار المكاني والزماني للدراسة:

أ- الإطار الزماني : قمنا بهذه الدراسة في الفترة الممتدة من 20 جوان 2020 إلى 20 أوت 2020 أي على مدار شهرين.

ب- الإطار المكاني: هي المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس و التي تحتوي على شريحة معتبرة من أفراد المجتمع ( عمال اطباء ، ممرضين ، اداريين).

6- عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية :

الجدول رقم ( 01 ) يوضح نوع الأسلوب الإتصالي الذي اعتمده المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس لإدارة أزمة كورونا :

المتغير	ت	%
أسلوب مباشر	16	71.40 %
أسلوب غير مباشر	05	28.60 %
المجموع	21	100 %

توضح بيانات الجدول أن نسبة 71.40 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قد اعتمدت على الأسلوب المباشر في نشاط الاتصال لإدارة الأزمة كورونا ، بينما نجد أن نسبة 28.60 % من العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قد اعتمدت على الأسلوب غير المباشر في نشاط الاتصال لإدارة الأزمة كورونا .

مما سبق يمكن القول أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس تعتمد على الأسلوب المباشر في نشاط الاتصال وهذا بدرجة كبيرة ويتميز هذا النوع باستخدامه وسائل الاتصال الشخصي والتي تعرف بانخفاض تكاليفها وقدرتها على توجيه الرسالة للجماهير المستهدف مباشرة مما يؤدي إلى الرد فوري بين طرفي العملية الاتصالية وهذا ما يجعلها تتميز بالفاعلية عكس الأسلوب غير المباشر ويعرف هذا الأسلوب الإتصالي بالاتصال الموجبي حيث أنه يتم وجها لوجه بين شخصين أو أكثر ويتيح هذا الأسلوب التعرف على رجع الصدى للمتلقى ، كما يعتبر هذا الأسلوب أفضل أشكال الاتصال إذ يوفر للمتصل فرصة التعرف الفوري والمباشر على مدى تأثير رسالته على المتصل به (المتلقي) ومن ثم تصبح الفرصة أمام المتصل ساحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعا خصوصا أثناء الأزمة كورونا و التي نجد العديد من الناس لا يصدقون حقيقة هذا الوباء ، و هنا كان استخدام هذا الاسلوب الاتصالي يهدف التأثير على المواطنين و توعيتهم بمخاطر هذا الوباء، من خلال البيانات السابقة نستنتج أن أغلب أفراد العينة قد أكدوا أن مؤسسة النسيج قد اعتمدت الأسلوب الإتصالي المباشر والذي قد يعتبر أكثر الأساليب ملائمة لإدارة الأزمة والتي تتطلب سرعة فائقة في ممارستها لنشاط الاتصال وهذا لإحداث التأثير الفوري في الجمهور المستهدف وبهذا تحقق الرسالة الغاية منها .

يعد نشاط الاتصال محورا أساسيا في إدارة ومعالجة الأزمة خصوصا إذا كان مخطط بدقة حيث تبرز فعاليته في مدى سيطرة وتحكم المؤسسة في الأزمة ، وقد يتم ذلك من خلال وضع مخطط اتصال ملائم ومناسب للوضعية التي تمر بها المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس اثناء ازمة كورونا ، كما قد تحتاج المؤسسة في فترة أزمة كورونا إلى كثرة اتصالاتها .

الجدول رقم ( 02 ) يوضح استخدام المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس لنشاط الاتصال لإدارة الأزمة كورونا :

المتغير	ت	%	
نعم	بنسبة كبيرة	08	38.10 %
	بنسبة متوسطة	03	14.28 %
	بنسبة ضئيلة	02	09.52 %
المجموع	13	61.90 %	
لا	غياب الثقافة الاتصالية داخل المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس	05	23.78 %
	غياب مختصين في الاتصال	02	09.52 %
	غياب قسم أو خلية خاصة بالاتصال	01	04.80 %
المجموع	08	38.10 %	
المجموع الكلي	21	100 %	

توضح بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 61.90 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قد اعتمدت على نشاط اتصال في إدارة أزمة كورونا وكان ذلك بنسبة كبيرة وهو ما عبرت عنه 38.10 % من أفراد العينة ، ثم تلتها نسبة 14.28 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس اعتمدت على الاتصال بنسبة متوسطة ، في حين بقيت أقل نسبة والمقدرة بـ 09.52 % من أفراد العينة يعتقدون أن نسبة اعتماد المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس على الاتصال لإدارة أزمة كورونا كانت ضئيلة.

بينما نجد نسبة 38.10% من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس لم تعتمد على الاتصال في إدارة الأزمة كرونا وقد أرجع أغلب هؤلاء ذلك إلى غياب الثقافة الاتصالية داخل المستشفى ويمثل ذلك بنسبة 23.78% من أفراد العينة ، في حين أرجع الآخرون عدم اعتماد المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس على الاتصال إلى غياب المختصين في الاتصال وذلك بنسبة 09.52% من أفراد العينة المدروسة يرون أن العينة ، فيما بقيت نسبة ضئيلة و تقدر بـ 04.80% من أفراد العينة يرون أن ذلك سببه غياب قسم أو خلية خاصة بالاتصال.

الجدول رقم ( 03 ) يوضح طرق الاتصال بالجمهور الداخلي في المستشفى :

المتغير	ت	%
نظام الباب المفتوح	12	57.14 %
نظام الاقتراحات	08	38.10 %
نظام المرشدين	01	04.76
المجموع	21	100 %

توضح بيانات الجدول أن نسبة 57.14% من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قامت بالاعتماد في الاتصال بالجمهور الداخلي على نظام الباب المفتوح في إدارة الأزمة ، وهو نوع فعال على اعتبار أنه اتصال شخصي ومباشر ويتميز بالسرعة وهذا ما تطلبه المستشفى أثناء وقوعها في أزمة كوفيد 19 ، ثم تلتها نسبة 38.10% من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس اعتمدت على نظام الاقتراحات، بينما بقيت أقل نسبة والمقدرة بـ 04.76% من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس اعتمدت على نظام المرشدين .

إن المؤسسة في حالة أزمة كثيرا ما تلجأ لاستخدام عدة وسائل اتصالية تحاول من خلالها إحداث التأثير في الجمهور المستهدف من خلال تطبيق برنامج العلاقات العامة المخطط لها لذلك فكلما حقق هذا البرنامج هدفه المرسوم كلما تأكدنا بأن الوسيلة المستخدمة مختارة بعناية وملائمة لإيصال الرسالة وكذا لا بد أن تكون نوعية الوسيلة ملائمة وتتماشى مع نوع الاتصال لأن كل نوع قد يحتاج وسيلة معينة. الجدول رقم ( 04 ) يبين نوع الاتصال والوسائل المستخدمة لإدارة الأزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس :

المتغير	ت	%	
اتصال الشفوي	الاجتماعات	06	28.58 %
	المقابلات الشخصية	08	38.10 %
	الندوات والمؤتمرات	01	04.76 %
		02	09.52 %
	المناقشات المفتوحة	04	19.04 %
المجموع	21	100 %	
الاتصال المكتوب	المجلدات الخاصة بالمؤسسة	01	04.76 %
	الملصقات	03	14.30 %
	تقارير	09	42.86 %
	لوحة الإعلانات	05	23.80 %
	خطب الإدارة	02	09.52 %
	المنشورات	01	04.76 %
المجموع	21	100 %	

توضح بيانات الجدول أن نسبة 38.10% من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي تستخدم المقابلات الشخصية بكثرة، وهي نوع من الاتصال الشفوي ، ثم تلتها الاجتماعات وذلك بنسبة 28.58 % من أفراد العينة ، بينما نجد أن نسبة 19.04 % من أفراد العينة يرون أنها تستخدم المناقشات المفتوحة في حين نجد نسبة 09.52 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس تستخدم المجالس ، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 04.76 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس استخدمت الندوات والمؤتمرات.

أما عن الاتصال المكتوب فنجد نسبة 42.86 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى أثناء وقوعها في أزمة كورونا اعتمدت على التقارير بنسبة كبيرة التي تعنى بعدد الاصابات و الحالة الصحية للمرضى ، ثم تلتها نسبة 23.80 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى اعتمدت على اللوحات الإعلانية لنشر الوعي و كيفية الوقاية من هذا الوباء ، بينما نجد أن نسبة 14.30 % من أفراد العينة يرون أنها اعتمدت الملصقات ، في حين نجد نسبة 09.52 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى اعتمدت أثناء وقوعها في أزمة كورونا على خطب الإدارة، أما أقل نسبة والمتمثلة بـ 04.76 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى استخدمت المنشورات التوعوية بخطورة المرض ، ثم نجد النسبة نفسها فيما يخص استخدام المؤسسة للمجلدات الخاصة بالمستشفى .

من خلال كل البيانات السابقة نلاحظ أن المستشفى تعتمد بشكل كبير على التقارير والتي هي عبارة عن محضر مكتوب عند الاجتماع يهدف إلى توصيل المعلومات عن طريق المشاركين في الاجتماع إلى بقية العمال ، وهذا بغرض إعلامهم والخروج بحلول واقتراحات للمشاكل المطروحة داخل المستشفى أثناء أزمة كورونا ، فقد ساعدت التقارير المستشفى في تخفيف الضغط وذلك من خلال توفيرها لمختلف البيانات والمعلومات الخاصة بالأزمة و التي أفادت بدورها الإدارة العليا في إعداد الخطة كما ساعد في عملية التنسيق بين مختلف الأقسام داخل المستشفى والتي ترتبط وظائفهم.

الجدول رقم (05) يوضح أنجع وسيلة اتصالية يمكن اعتمادها من طرف المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس لحل أزمة كورونا :

المتغير	ت	%
الملصقات	03	14.30 %
الاجتماعات	14	66.66 %
اللوحات الإعلانية	04	19.04 %
المجموع	21	100 %

توضح بيانات الجدول أن نسبة 66.66 % من أفراد العينة يرون أن أفضل وسيلة اتصالية لحل الأزمة هي الاجتماعات ، ثم تلتها نسبة 19.04 % من أفراد العينة أكدوا على الوسيلة الأنجع لحل أزمة كورونا هي اللوحات الإعلانية ، في حين نجد النسبة المتبقية والمقدرة بـ 14.30 % من أفراد العينة يرون أن أفضل الوسائل الاتصالية لحل الأزمة هي الملصقات التوعوية، أما عن اللوحات الإعلانية فهذه الوسيلة قد تساعد كثيرا في تدفق مرور المعلومات التي تتضمن كل ما يتعلق بالمرض ، في حين يبقى تأثير اللوحات الإعلانية والملصقات أقل على اعتبار أن هذه الوسيلة غير مباشرة فهي تفتقد إلى الفعالية وبالتالي فهاتين الوسيلتان قد لا تحققان هدف المستشفى خصوصا أثناء وقوعها في أزمة كورونا، حيث تكون المستشفى خلالها في حاجة إلى اتصالات فعالة وسريعة لضمان وصول المعلومات في الوقت المناسب.

الجدول رقم (06) يوضح اتجاهات الاتصال المعتمدة لإدارة الأزمة كورونا في المستشفى الجهوي :

المتغير	ت	%
الاتصال في اتجاه واحد – من المؤسسة إلى الجمهور	07	33.34 %
الاتصال في اتجاهين – بين المؤسسة والجمهور	14	66.66 %
المجموع	21	100 %

توضح بيانات الجدول أن نسبة 66.66 % من أفراد العينة يرون أن الاتصال المعتمد لإدارة الأزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس كان في اتجاهين أي بين المستشفى وجمهورها ، ثم تلتها نسبة 33.34 % من أفراد العينة يرون أن الاتصال الذي اعتمده المستشفى لإدارة الأزمة كورونا كان في اتجاه واحد أي من المؤسسة إلى الجمهور، يمكن القول أن نظام الاتصال المعتمد لإدارة أزمة كورونا هو نظام تفاعلي توعوي للحد من انتشار وباء كورونا .

الجدول رقم (07) يوضح نوع الجمهور والأسلوب الإجمالي المستخدم أثناء أزمة كورونا في المستشفى الجهوي:

المتغير	ت	%	
الجمهور الداخلي	أسلوب الاتصال الشفهي	15	71.44
	أسلوب الاتصال الكتابي	05	23.80
	أسلوب الاتصال الجماهيري "وسائل الإعلام"	01	04.76
المجموع	21	100	
الجمهور الخارجي	أسلوب الاتصال الشفهي	03	14.30
	أسلوب الاتصال الكتابي	17	80.94
	أسلوب الاتصال الجماهيري "وسائل الإعلام"	01	04.76
المجموع	21	100	

توضح بيانات الجدول ان نسبة 71.44 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن المستشفى الجهوي لولاية سوق أهراس قد استخدمت أسلوب الاتصال الشفهي مع الجمهور الداخلي أثناء أزمة كورونا ثم تلتها نسبة 23.80 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى استخدمت في اتصالها بالجمهور الداخلي أسلوب الاتصال الكتابي، في حين نجد نسبة 04.76 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى قد استخدمت أسلوب الاتصال الجماهيري أي وسائل الإعلام، أما عن الاتصال بالجمهور الخارجي فقد أكد أغلب أفراد العينة أي نسبة 80.94 % أن المستشفى استخدمت الاتصال الكتابي أثناء أزمة كورونا ، ثم تلتها نسبة 14.30 % من أفراد العينة يرون أن المستشفى كان اتصالها مع الجمهور الخارجي شفهي أما النسبة المتبقية وهي ضئيلة وتقدر

بـ 04.76% من أفراد العينة يرون أن المستشفى استخدمت أسلوب الاتصال الجماهيري مع الجمهور الخارجي أثناء أزمة كورونا من خلال الاعتماد على الاذاعة المحلية.

الجدول رقم (08) يوضح ما إذا كانت المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قد اعتمدت استراتيجية اتصالية لإدارة أزمة كورونا :

فئة اعتماد المؤسسة	المتغير	ت	%
الاستشفائية لاستراتيجية اتصال	نعم	08	38.10%
	لا	13	61.90%
	المجموع	21	100%

توضح بيانات الجدول أن نسبة 61.90% من أفراد العينة يؤكدون على أن المستشفى لم تعتمد على استراتيجية اتصالية لإدارة أزمة كورونا ثم تلتها نسبة 38.10% من أفراد العينة يرون أن المستشفى قد اعتمدت استراتيجية اتصالية لإدارة أزمة كورونا.

مما سبق نستنتج أن المستشفى الجهوي لا تعتمد على استراتيجية اتصالية لإدارة أزمة كورونا ، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود مختصين في الاتصال وكذلك غياب قسم أو خلية تمارس ضمنها هذه المهام ، إن عدم وضع المستشفى لاستراتيجية اتصالية قد تؤثر على اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة وكذا الوقت المناسب لإيصال الرسالة ، وهذا بدوره لابد أن تكون له علاقة بالأسلوب الاتصالي المتبع .

الجدول رقم ( 09 ) يوضح ما إذا كان الأسلوب المتبع ملائماً لتنفيذ البرنامج الاتصالي الكفيل بنقل الرسالة التي تريدها المستشفى لإدارة أزمة كورونا :

فئة ملائمة الاسلوب	المتغير	ت	%
المتبع لتنفيذ البرنامج الاتصالي الكفيل بنقل الرسالة	نعم	14	66.66%
	لا	07	33.34%
	المجموع	21	100%

توضح بيانات الجدول أن نسبة 66.66% من أفراد العينة يرون أن الأسلوب الذي اعتمده المستشفى كان ملائماً لتنفيذ البرنامج الاتصالي الكفيل بنقل الرسالة التي تريدها المستشفى لجماهيرها بينما نجد أن

نسبة 33.34 % من أفراد العينة يؤكدون عدم ملائمة الأسلوب لتنفيذ البرنامج الإتصالي الكفيل بنقل الرسالة التي تريدها إدارة المستشفى لإدارة أزمة كورونا، من خلال البيانات السابقة نستنتج أن أغلب أفراد العينة قد أكدوا على ملائمة الأسلوب المتبع لتنفيذ برنامج الاتصال الكفيل بنقل رسالة الإدارة ، وهذا بالضرورة قد يعكس مدى فعالية فريق إدارة الأزمة والذي تم تشكيله بطريقة سريعة وعشوائية لإدارة أزمة كورونا من طرف المستشفى .

#### الجدول رقم ( 10 ) يوضح الهدف من العملية الاتصالية أثناء أزمة كورونا:

المتغير	ت	%
تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة حول وباء كورونا	04	19.04 %
تبني شكاوي الأفراد من أجل الحصول على مصداقية	05	23.80 %
الرد على ما تنشره وسائل الإعلام من معلومات سلبية على المستشفى	04	19.04 %
تدعيم العلاقة وإحداث انسجام وتضامن داخل المؤسسة	05	23.80 %
الرد على استفسارات الجمهور	03	14.32 %
<b>المجموع</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>

توضح بيانات الجدول أن نسبة 23.80% من أفراد العينة المدروسة يرون أن الهدف من الاتصال أثناء أزمة كورونا كان لتدعيم العلاقة وإحداث انسجام وتضامن داخل المستشفى وهي النسبة نفسها للذين يرون أن الهدف من العملية الاتصالية هو تبني شكاوي الأفراد من أجل الحصول على مصداقية ، ثم تلتها نسبة 19.04 % من أفراد العينة يرون أن هدف الاتصال هو تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة حول الوباء كورونا، وتبقى النسبة نفسها أيضا للذين يعتقدون أن الاتصال كان هدفه الرد على ما تنشره وسائل الإعلام من معلومات سلبية على اوضاع المستشفيات، بينما بقيت أقل نسبة والمقدرة بـ 14.32 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن الهدف من العملية الاتصالية هو الرد على استفسارات الجمهور.

الجدول رقم (11) يوضح مدى مساهمة نشاط الاتصال في تخفيف الضغط أزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس :

المتغير	ت	%
نعم	09	42.86 %
	05	23.81 %
	01	04.76 %
	01	04.76 %
	01	04.76 %
المجموع	17	80.95 %
لا	02	09.53 %
	01	04.76 %
	01	04.76 %
المجموع	04	19.05 %
المجموع الكلي	21	100 %

توضح بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 80.95% من أفراد العينة يرون ان نشاط الاتصال كانت له مساهمة كبيرة في خروج المستشفى من أزمتها ، وكان ذلك حسب رأي عام 42.86% من أفراد العينة الذين يقولون بأن المساهمة تكمن في القضاء على القلق والتوتر وإعادة الطمأنينة للجماهير ، ثم تلتها نسبة 23.81 % من أفراد العينة يرون أن مساهمة هذا النشاط كانت متمثلة في إغلاق الباب أمام انتشار الشائعات وتضخيم الأزمة، في حين نجد أن نسبة 04.76 % من أفراد العينة يرون أن نشاط الاتصال ساعد على تصحيح ما ينشر في وسائل الإعلام من أخبار سيئة عن المستشفى وهي النسبة نفسها للذين يرون أنه قد ساعد في استعادة ثقة الجمهور بالمستشفى ، كما أنه أيضا أدى إلى التعاون والتنسيق بين مختلف المصالح ، أما فيما يخص الذين يرون أن نشاط الاتصال لم يساهم في خروج المستشفى من أزمتها وهو ما تعكسه نسبة 19.05% وهي نسبة ضئيلة، وقد أرجعوا ذلك إلى وجود مركزية في المعلومات وهو ما عبرت عنه نسبة 09.53 % من أفراد العينة، ثم تلتها نسبة 04.76 % لمن يرون أن الاتصال لا يساهم في خروج المستشفى من أزمتها وذلك بسبب غياب مصلحة اتصال داخل المستشفى وهي النسبة نفسها للذين يرون أن ذلك راجع إلى غياب مختصين في الاتصال.

مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد العينة المدروسة قد أكدوا أن نشاط الاتصال كان له دور كبير في خروج المستشفى من أزمته ، ويرجع ذلك إلى مساهمته في القضاء على القلق والتوتر لدى الجماهير ، وكذا إعادة الطمأنينة وبالتالي رجوع المستشفى إلى نشاطاتها كما في السابق. رغم الدور الفعال والكبير الذي يلعبه نشاط الاتصال في إخراج المستشفى من أزمته ومهما كان هذا الاتصال فعالا وناجحا ، إلا انه في بعض الأحيان قد تقابله صعوبات قد تؤثر على طريقة استخدامه وتقلل من فعاليته.

#### 8-نتائج الدراسة : خلصت الدراسة الى النتائج عدة نتائج أهمها ما يلي :

- ✓ تعتمد المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس على الأسلوب المباشر في نشاط الاتصال وهذا بدرجة كبيرة حيث يتميز هذا النوع باستخدامه وسائل الاتصال الشخصي والتي تعرف بانخفاض تكاليفها وقدرتها على توجيه الرسالة للجمهور المستهدف مما يؤدي إلى الرد فوري بين طرفي العملية الاتصالية وهذا ما يجعلها تتميز بالفاعلية عكس الأسلوب غير المباشر ويعرف هذا الأسلوب الإتصالي بالاتصال المواجهي حيث أنه يتم وجها لوجه بين شخصين أو أكثر ويتيح هذا الأسلوب التعرف على رجوع الصدى للمتلقي ، كما يعتبر هذا الأسلوب أفضل أشكال الاتصال.
- ✓ تعتمد المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس على نشاط اتصال في إدارة أزمة كورونا وكان ذلك بنسبة كبيرة ،رغم أن أغلب أفراد العينة قد أكدوا على غياب الثقافة الاتصالية داخل المستشفى، و هذا ما يفند صحة الفرضية و التي مفادها " وجود ثقافة اتصالية لدى عمال مستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس ساهم في معالجة أزمة كورونا".
- ✓ قامت المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس بالاعتماد في الاتصال بالجمهور الداخلي على نظام الباب المفتوح في إدارة الأزمة وهو نوع فعال على اعتبار أنه اتصال شخصي ومباشر ويتميز بالسرعة وهذا ما تتطلبه المستشفى أثناء وقوعها في ازمة كوفيد 19.
- ✓ المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس تستخدم المقابلات الشخصية بكثرة، وهي نوع من الاتصال الشفوي، أما عن الاتصال المكتوب فقد اعتمدت على التقارير بنسبة كبيرة التي تعنى بعدد الاصابات و الحالة الصحية للمرضى .
- ✓ الاتصال المعتمد لإدارة الأزمة كورونا في المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس كان في اتجاهين أي بين المستشفى وجمهورها ( الداخلي و الخارجي) ، و يمكن القول أن نظام الاتصال المعتمد لإدارة أزمة كورونا هو نظام تفاعلي توعوي للحد من انتشار وباء كورونا و هذا قد يؤكد صحة الفرضية التي مفادها أن " الاتصال الجيد و الفعال أثناء الازمة بين العمال و الجمهور الخارجي ساهم في معالجة أزمة كورونا".

- ✓ المستشفى الجهوي لولاية سوق اهراس قد استخدمت أسلوب الاتصال الشفهي مع الجمهور الداخلي أثناء أزمة كورونا .
- ✓ المستشفى الجهوي لا تعتمد على استراتيجية اتصالية لإدارة أزمة كورونا ، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود مختصين في الاتصال وكذلك غياب قسم أو خلية تمارس ضمنها هذه المهام ، إن عدم وضع المستشفى لاستراتيجية اتصالية قد تؤثر على اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة وكذا الوقت المناسب لإيصال الرسالة ، وهذا بدوره لابد أن تكون له علاقة بالأسلوب الإتصالي المتبع و هذا قد ينفي صدق الفرضية التي مفادها " اتباع استراتيجية اتصالية فعالة من قبل المستشفى الجهوي أثناء أزمة كورونا ساهم في نشر الوعي و الحد من انتشار الوباء .
- ✓ أغلب أفراد العينة قد أكدوا على ملائمة الأسلوب المتبع لتنفيذ برنامج الاتصال الكفيل بنقل رسالة الإدارة ، وهذا بالضرورة قد يعكس مدى فعالية فريق إدارة الأزمة والذي تم تشكيله بطريقة سريعة وعشوائية لإدارة أزمة كورونا من طرف المستشفى.
- ✓ أغلب أفراد العينة المدروسة يرون أن الهدف من الاتصال أثناء أزمة كورونا كان لتدعيم العلاقة وإحداث انسجام وتضامن داخل المستشفى وهي النسبة نفسها للذين يرون أن الهدف من العملية الاتصالية هو تبني شكاوي الأفراد من أجل الحصول على مصداقية.
- ✓ أغلب أفراد العينة المدروسة قد أكدوا أن نشاط الاتصال كان له دور كبير في خروج المستشفى من أزمتها ويرجع ذلك إلى مساهمته في القضاء على القلق والتوتر لدى الجماهير من خلال نشر التوعية ، وكذا إعادة الطمأنينة وبالتالي رجوع المستشفى إلى نشاطاتها كما في السابق. رغم الدور الفعال والكبير الذي يلعبه نشاط الاتصال في إخراج المستشفى من أزمتها ومهما كان هذا الاتصال فعالا وناجحا ، إلا انه في بعض الأحيان قد تقابله صعوبات قد تؤثر على طريقة استخدامه وتقلل من فعاليته .

#### 9-الخاتمة :

يلعب الاتصال الفعال دور كبير في ادارة الازمات أين تتطلب هذه الاخيرة تواصل واضح و موجز و متسق سواء كان داخلي مع الجماهير الداخلية او خارجي مع الجماهير الخارجية لنشر التوعية و الحد من انتشار هذا الوباء الذي اصبح يشكل أزمة عالمية تتطلب وضع استراتيجية اتصالية محكمة لتخطي هذه الازمة ، و لقد أثبتت العديد من الدراسات فعالية الاتصال في معالجة الازمات و التي من بينهم أزمة كورونا حيث نجحت العديد من المستشفيات في الحد من هذه الازمة و نشر الوعي لدى المواطنين بمدى خطورة هذا الوباء والحد من انتشاره .

ان من خلال تحليلنا للمعلومات السابقة قد وقفنا على بعض النقائص في مجال الاتصال و التي تحتاج الى المزيد من الامعان و اعادة النظر فيها لسد الثغرات الاتصالية و التي يمكن أن تكون لها اثار سلبية على

معالجة الازمة ، و لهذا سوف نحاول تقديم اقتراحات لتنظيم الاتصالات الرسمية و الغير الرسمية بين بين المستشفى و مختلف جماهيرها اثناء وقوعها في أزمة ، و ذلك كالآتي :

- وضع برنامج اتصالي علاجي يمكن من خلاله الخروج من الازمة و يكون قائم على اشباع أفراد الجمهور الداخلي و الخارجي بمختلف المعطيات و البيانات عن المستشفى و عن كل المستجدات المتعلقة بوباء كورونا.
- التخفيف من الاشاعات في المستشفى و ذلك بالقضاء على احتكار المدير للمعلومات .
- انجاح العملية الاتصالية بين الجمهور الداخلي للمستشفى من خلال احداث توافق بين الرسالة المرسله و المستقبله .
- على رئيس المؤسسة " المدير " تقديم المعلومات الصحية الموضوعية خاصة بالوباء واضحة دون غموض لكسب ثقة الجمهور و يكون ذلك بسرعة فائقة وقت الحصول عليها لا عند فوات الأوان حيث تصبح غير صالحة للاستعمال .
- اعطاء قيمة للاتصال أثناء الازمة من طرف مدير المؤسسة و اعتباره من الحاجات الضرورية التي يجب توفيرها على مستوى المؤسسة أثناء الازمة ، و تخصيص وقت للعملية الاتصالية بين المؤسسة و مختلف جماهيرها لتحقيق التقارب و الثقة المتبادلة .
- لا بد على المستشفى التفكير بصورة جدية في تكوين ثروتها و ذلك من خلال الاهتمام بالبحث و دراسة العوامل المساعدة و ذلك بالتركيز على عنصر التكوين للمختصين في كل من الاتصال و العلاقات العامة و التأكيد على الاحترافية في هذا الميدان لوعي الافراد بضرورة ذلك .
- لا بد على المؤسسات العمومية خاصة المستشفى الجهوي أن تعمل على ربط علاقات مع مختلف الجماهير التي تخدم مصالحها و خاصة التي تخدمها في وسائل الاعلام التي تسعى من خلالها الى جذب لاهتمامهم و كسب ثقتهم و ذلك عن طريق تقديم معلومات تشرح سياستها .
- العمل على وضع استراتيجيات اتصالية فعالة يمكن من خلالها تخطي أزمة كورونا و الحد من انتشار هذا الوباء ، و ذلك من خلال الاعتماد على المختصين في الاتصال و العلاقات العامة .
- تحديد فريق ادارة الازمة ، يكون أفراده يتمتعون بالذكاء و الفطنة و كذا جانب اقناعي لا بأس به ، مختصين في الاتصال و لهم قدرة على معالجة الأزمة .

10-قائمة المراجع :

- (1) إبراهيم أبراش ، (2009)، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، الأردن ، دار الشروق.
- (2) بدر أحمد ، (1996) ، علم المكتبات والمعلومات : دراسات في النظرية والإرتباطات الموضوعية ، القاهرة ، مصر، دار الغريب .
- (3) بلقاسم سلاطونية وحسان الجليلي، (2006) ، منهجية العلوم الاجتماعية ، الجزائر، دار الهدى.
- (4) تقرير هيئة الصحة بدبي ، (2020) ، فيروس كورونا الجديد ، الإمارات العربية المتحدة ، مركز أبوظبي للصحة العامة.
- (5) جغيبوب عبد الحليم وآخرون ، ( د ت ن)، أثر وباء الكورونا على حركة المجتمع الجزائري ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية .
- (6) قدرى عبد المجيد ، (2020) ، اتصالات وإدارة الأزمات، ط1، القاهرة ، دار الجامعة الجديدة .
- (7) راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد، (2005)، إدارة الموارد البشرية العلاقات العامة – المدخل الاستراتيجي – ط1 لبنان ، الدار المصرية اللبنانية .
- (8) عبد الكريم أحمد حمبل ، (2016) ، إدارة الموارد البشرية الأزمات والكوارث ، د.ب.ن، الجنادرية للنشر والتوزيع .
- (9) غريب عبد السميع غريب ، (2003) ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة.
- (10) محمد شومان ، (30-31/10/1999)، إدارة الموارد البشرية الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار، دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية ، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الرابع لإدارة الأزمات والكوارث ، القاهرة ، جامعة عين شمس كلية التجارة .
- (11) محمد محمد عمر الطنوبي ، (2001)، نظريات الاتصال ، الإسكندرية ، مصر ، د د ن.
- (12) مي العبد الله ، (2006)، نظريات الاتصال ، ط1 ، لبنان، دار النهضة العربية .
- (13) كامل محمد المغربي ، (2009) ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ط1 ، عمان ، الاردن، دار الثقافة .
- (14) وفقى السيد الإمام ، (2008) ، البحث العلمي ، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- (15) يوسف أبوفار ، (2020)، إدارة الموارد البشرية الأزمات في المنظمات العامة والخاصة ، عمان ، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .