

## **الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة**

**دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من مؤسسات القطاعين الحكومي والخاص  
بالسودان في الفترة من (ديسمبر 2022م إلى فبراير 2023م)**

**Economic crises and their impact on public relations activities  
Analytical descriptive study applying to a sample of Sudan's public  
and private sector institutions  
From (December 2022 to February 2023)**

د. أيمن عبدالله النور النذير \*

جامعة أم درمان الإسلامية- كلية الإعلام- السودان- Aymanalnour39@gmail.com

تاريخ الاستلام 2023/04/29 تاريخ القبول 2023/05/27

### **الملخص**

تناولت هذه الدراسة تأثير الأزمات الاقتصادية على ممارسة أنماط نشاط العلاقات العامة وبرامجها. وتمثلت المشكلة الرئيسية التي تناولتها الدراسة في معرفة مدى تأثير الأزمة الاقتصادية على ممارسة مهام العلاقات العامة وبرامجها. ومن بين الأهداف التي حددتها الدراسة: معرفة أكثر أنشطة برامج العلاقات العامة تضرراً بالأزمة الاقتصادية، والتعرف على إجراءات العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية، وكذلك الإجراءات التي اتخذتها الإدارات العليا تجاه العلاقات العامة وقت الأزمة. وقد سعت الدراسة للإجابة عن عدة تساؤلات، من بينها: ما هي إجراءات العلاقات العامة للتعامل والتكيف مع الأزمة الاقتصادية؟ وما العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة والتغيرات الاقتصادية؟ وما هي الإجراءات الإدارية تجاه العلاقات العامة خلال الأزمة الاقتصادية؟ واستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وخرجت الدراسة بجملة من النتائج، من بينها: أن العلاقات العامة قامت بعدة إجراءات للتكيف مع الأزمة الاقتصادية، وأن الإدارات العليا قامت بعدة إجراءات تجاه العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية، وتمثلت في وجود علاقة طردية بين تقليل ميزانية العلاقات العامة بسبب الأزمة الاقتصادية وممارسة أنشطتها وبرامجها. وقد وضعت الدراسة عدة توصيات، من بينها: تدريب العاملين في العلاقات العامة على كيفية ممارسة مهام العلاقات العامة وأنشطتها بكفاءة وفاعلية خلال الأزمة الاقتصادية، وتبني استراتيجيات واضحة

للعلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية، ووضع خطط بديلة ذات كفاءة وفاعلية في مثل هذه الظروف، وعدم الاكتفاء بخطة واحدة فقط.

**الكلمات المفتاحية:** برامج، إجراءات، تعامل، تكيف، إدارة، استراتيجيات، خطط بديلة.

### **Abstract:**

*This study examined the impact of economic crises on the practice of public relations activities and programs. The main problem addressed in the study was to determine the extent of the economic crisis's impact on the practice of public relations tasks and programs. Among the study's objectives were to identify which public relations program activities were most affected by the economic crisis, to identify the public relations measures taken to deal with the economic crisis, and to identify the measures taken by top management towards public relations during the crisis. The study sought to answer several questions, including: what are the public relations measures for dealing with and adapting to the economic crisis? What is the relationship between public relations activities and economic changes? What are the administrative measures toward public relations during the economic crisis? The researcher used the descriptive method and a questionnaire as a tool for collecting information. The study yielded several results, including: that public relations took several measures to adapt to the economic crisis, and that top management took several measures towards public relations to deal with the economic crisis, as evidenced by a negative relationship between reducing public relations budgets due to the economic crisis and the practice of its activities and programs. The study made several recommendations, including: training public relations workers on how to efficiently and effectively practice public relations tasks and activities during an economic crisis, adopting clear strategies for public relations to deal with the economic crisis, developing alternative plans that are efficient and effective in such conditions, and not settling for just one plan.*

*Abstract .*

**Keys Words:** Programs, measures, adaptation, management, strategies, alternative plans. Word.

### **مقدمة:**

كما هو معروف بدأت العلاقات العامة في أمريكا ثم أوروبا، ثم انتقلت إلى بقية دول العالم، وكان واحداً من أسباب الاهتمام بها هو الثورة الصناعية التي أدت إلى ازدياد حجم التجارة العالمية والنشاط الاقتصادي العالمي، مما يدل على أن التطورات والطفرات الاقتصادية كانت هي العامل الرئيس في تطورها والاهتمام بها والحاجة إليها، والعلاقات العامة تعتبر من المهن الحديثة نسبياً، فقد بدأ مفهومها في التبلور في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، وقد مرت بمراحل

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. / أيمن عبدالله النور

عدة لتصبح مهنة تُمارس، وعلمٌ يدرّس، وبالنظر لممارستها على أرض الواقع نجد أن ممارستها في الدول ذات الاقتصاديات الكبرى مثل: أمريكا وأوروبا، يعتبر أكثر فاعليةً وأكثر كثافةً من الدول ذات الاقتصاديات الضعيفة.

والعلاقات العامة خلال مراحل نشأتها وتطورها تأثرت بالعوامل الاقتصادية صعوداً وهبوطاً، شأنها في ذلك شأن بقية المهن والأنشطة والإدارات داخل المؤسسات، تتأثر بالمتغيرات الداخلية والخارجية التي تنعكس على ممارستها، فعلى سبيل المثال لا الحصر تأثرت العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية الكبرى التي اجتاحت العالم وعُرفت بـ"الكساد الكبير" (1929م - 1939م)، حيث خفت نشاطها إبان هذه الأزمة، ولم تكن هذه الأزمة الاقتصادية هي الوحيدة ولا الأخيرة، فقد تلتها أزمات اقتصادية عدة أثرت على ممارسة نشاطها، لكن حجم هذا التأثير يختلف من أزمةٍ لأخرى، ومن دولةٍ لأخرى بحسب حجم الأزمة، وبحسب حجم اقتصاد الدولة وقوته، وتأثره بهذه الأزمات الاقتصادية. وهذه الحقائق كلها تدعو للتساؤل عن مدى تأثير المتغيرات الاقتصادية على ممارسة العلاقات العامة، خاصة وأن يمر في هذه الفترة العالم بمتغيرات اقتصادية نتيجة لجائحة كورونا والحرب الدائرة في شرق أوروبا وغيرها من الأسباب، التي أدت إلى تراجع الاقتصاد العالمي وارتفاع الأسعار، وهذا التأثير كان أشد وقعاً على الدول النامية، لذا جاءت هذه الدراسة تلبية لهذه الحاجة.

### الإطار المنهجي للبحث:

#### مصطلحات البحث:

#### 1- الأزمة الاقتصادية:

تعرفها رزان صلاح بأنها "حالة من الصعوبة التي تمرّ بها بلد أو مجتمع أو دول، نتيجة حالة غير اعتيادية من التطورات غير المتوقعة في تشغيل النظام المالي ومكوناته، مما يُؤثر في الحالة الاقتصادية بشكل سلبي، كما تُعدّ الأزمة الاقتصادية نقطةً مفصليةً تُؤدّي إلى تحوّل الحالة الاقتصادية الجيدة والمستقرّة إلى حالة مُضطربة، وتحدث هذه الأزمة نتيجة خلل في التوازن الاقتصادي ما بين الاستهلاك والإنتاج، وعلى مستوى الدول فإنّ الأزمة الاقتصادية تكون نتيجة لتداعيات سلبية في الهيكلة الاقتصادية والسياسية للدولة، ويُشار إلى أنّ مفهوم الأزمة الاقتصادية دخل لأدبيات العلوم الاجتماعية في ستينيات القرن الماضي". (صلاح، 2021)

#### 2- العلاقات العامة:

يعرفها د. أيمن النور بأنها "هي الإدارة التي تختص بالنشاط الاتصالي بين المؤسسة وجمهورها ومجتمعها المحيط بها(محلياً وعالمياً)، ساعيةً إلى خلق علاقة طيبة بين المؤسسة وجمهورها، والعمل

على ترميم وصيانة هذه العلاقة، مستخدمة في ذلك كل الوسائل الاتصالية المتاحة حديثة كانت أو تقليدية، كل ذلك وفق أسس علمية مدروسة ومخططة ومشروعة". (النور، 2021)

### مشكلة البحث:

يعاني العالم منذ العام 2019م تراجعاً اقتصادياً، وزاد هذا التراجع بسبب جائحة كورونا التي أثرت بشكل كبير على القطاعات الاقتصادية الحيوية كقطاع الطيران والصناعة والزراعة وغيرها من القطاعات، ومما زاد الأمر سوءاً اشتعال الحرب بين أوكرانيا وروسيا في شرق أوروبا في (فبراير/2022م)، والتي أقلت بظلالها على جميع العالم، حيث أدت هذه الحرب إلى فجوة غذائية عالمية أدت إلى ارتفاع ملحوظ في الأسعار، خاصة السلع الغذائية الأساسية كالقمح وغيره، وكل هذا أدى بدوره إلى تباطؤ النمو الاقتصادي العالمي، حيث لا زالت التقارير الصادرة عن صندوق النقد الدولي تشير إلى عدم وجود مؤشرات لتعافي الاقتصاد العالمي في القريب العاجل، بل تشير التقارير الصادرة إلى توقعات بتراجع معدل النمو العالمي، وهذا الارتفاع في الأسعار والتباطؤ في النمو الاقتصادي أثر على كل دول العالم خاصة الدول النامية ذات الاقتصادات الهشة، مما انعكس على ميزانياتها وكافة مؤسساتها، الحكومية والخاصة، والذي انعكس بدوره على حجم أنشطتها، والسودان من أكثر الدول التي تأثر اقتصادها بشكل كبير نتيجة للأسباب آنفة الذكر، إضافة للتغيير السياسي الذي حدث في العام 2019م، حيث تأثر اقتصاد السودان بهذه التغيرات وتراجع بشكل كبير وانعكس ذلك على حياة الناس، بل كان السبب الرئيسي لهذا التغيير السياسي هو تدهور الاقتصاد، ولاشك أن هذه الأزمة الاقتصادية ألفت بظلالها على مؤسسات القطاعين الحكومي والخاص، والعلاقات العامة كواحدة من الإدارات في هذه المؤسسات تتأثر بهذه الظروف الاقتصادية، ولكن مدى تأثير هذه التغيرات الاقتصادية على نشاطها وبرامجها وكيفية تعاطيها معها يحتاج إلى دراسة علمية، لذلك جاءت هذه الدراسة لتجيب على السؤال المحور وهو: ما تأثير الأزمة الاقتصادية على ممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة، وكيف تعاملت العلاقات العامة مع هذه الأزمة؟

### تساؤلات البحث:

- 1- ما مدى تأثير الأزمة الاقتصادية على أنشطة وبرامج العلاقات العامة؟
- 2- ما أكثر أنشطة العلاقات العامة تضرراً بالأزمة الاقتصادية؟
- 3- ما الإجراءات التي قامت بها العلاقات العامة للتعامل والتكيف مع الأزمة الاقتصادية؟
- 4- ما العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة والتغيرات الاقتصادية؟
- 5- ما الإجراءات التي قامت بها الإدارة تجاه العلاقات العامة خلال الأزمة الاقتصادية؟

### أهداف البحث:

- 1- معرفة مدى تأثير الأزمة الاقتصادية على أنشطة وبرامج العلاقات العامة.
- 2- معرفة أكثر أنشطة برامج العلاقات العامة تضرراً بالأزمة الاقتصادية.
- 3- التعرف على إجراءات العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية.
- 4- التعرف على الإجراءات التي اتخذتها إدارات المؤسسات تجاه العلاقات العامة في أوقات الأزمات الاقتصادية.
- 5- التعرف على نوع العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة والأزمة الاقتصادية.

### أهمية البحث:

- 1- يلقي الضوء على تأثير الأزمات الاقتصادية على أنشطة العلاقات العامة وبرامجها.
- 2- معرفة الإجراءات والخطوات التي تمت في مجال العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات الاقتصادية.
- 3- اقتراح توصيات لكيفية تعاطي العلاقات العامة مع الأزمات الاقتصادية.
- 4- يقدم معلومات تفيد ممارسي العلاقات العامة في كيفية مواجهة الأزمة الاقتصادية والتخطيط لها.

### منهج البحث:

استخدم الباحث في جمع المادة العلمية لهذا البحث المنهج الوصفي، حيث أن المنهج الوصفي هو عملية منظمة موضوعية تهتم بدراسة الظروف والممارسات والمعتقدات والآراء ووجهات النظر والقيم والاتجاهات حول موضوع أو ظاهرة أو قضية معينة، وهو ما يتناسب مع طبيعة هذا البحث. أما في دراسة البيانات الميدانية لهذا البحث فقد اتبع الباحث أسلوب المسح بالعينة.

### أدوات البحث:

- 1- **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة من أدوات البحث العلمي المهمة والتي لا غنى للباحثين عنها، وعبرها توصل الباحث لهذا الموضوع، حيث لاحظ أن العلاقات العامة عبر مراحل تطورها تتأثر بالتغيرات الاقتصادية، ونظراً للتغيرات الاقتصادية الحالية، لا شك أن العلاقات العامة تتأثر بها.
- 1- **الاستبانة:** قام الباحث باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لهذا البحث، نظراً لما تتمتع به من مزايا كأداة علمية، حيث يحصل الباحث عبرها على نتائج علمية موضوعية دون تدخل شخصي، وعبرها عمل الباحث على قياس تأثير الأزمة الاقتصادية في السودان على ممارسة نشاط العلاقات

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. / أيمن عبدالله النور

العامة، كما حرص الباحث على الإجابة عن تساؤلات البحث من خلال أسئلة الاستبانة، وقد قام الباحث بعرض الاستبانة على عدد من المتخصصين بغرض تحكيمها<sup>1</sup>، حيث تكونت الاستبانة من ستة محاور بعدد (18) سؤالاً، منها (15) سؤالاً مغلقاً، و(3) أسئلة مفتوحة.

#### حدود البحث:

##### الحدود الزمانية للبحث:

امتدت الفترة الزمنية لإجراء البحث في الفترة من (ديسمبر 2022م إلى يناير 2023م)، وهذه الفترة تعتبر نهاية عام وبداية عام جديد، وفيها يتم تقييم الأداء الإداري والمالي للعام المنصرم، ووضع موازنة العام الجديد، لذلك تعتبر فترة مناسبة لحد كبير لإجراء الدراسة الميدانية من أجل تقييم ممارسة أنشطة العلاقات العامة في ظل الأزمة الاقتصادية.

##### الحدود المكانية للبحث:

تم اختيار دولة السودان لإجراء الدراسة، وذلك لأن السودان شهد تغيرات اقتصادية بشكل كبير خلال السنوات (2018م - 2022م)، ويمكن القول أن هذه الفترة عانى فيها السودان ظروفًا اقتصادية صعبة أثرت على كل قطاعات الحياة بما فيها المؤسسات الحكومية والخاصة وجميع إداراتها بما فيها العلاقات العامة.

#### مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية والخاصة بالسودان، حيث تم استهداف إدارات العلاقات العامة بالقطاعات المذكورين في جميع ولايات السودان الثماني عشرة.

#### عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث، وهم العاملين بإدارات العلاقات العامة وأقسامها بالمؤسسات الحكومية والخاصة بالسودان، وبلغ حجم هذه العينة (52) مفردة.

#### الدراسات السابقة:

1- دراسة (صلاح الدين، 2018) بعنوان: تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات، وقد هدفت الدراسة إلى: تجميع المعلومات والبيانات عن عمل دائرة العلاقات العامة ودورها في المؤسسات، التحليل والمقارنة بين المتغيرات التي تقف وراء أسباب الأزمات من أجل العمل على تفاديها، ومن نتائجها: توصلت الدراسة إلى أن نشاط العلاقات العامة غير مبهم، وأن العلاقات

1. المحكمون هم: بروفييسور/ عبدالمحسن بدوي (أستاذ الإعلام بكلية الإعلام بجامعة الرباط الوطني)  
2. بروفييسور/ أيمن محمد عبدالقادر (أستاذ الإعلام بكلية الدعوة والإعلام بجامعة القراءان الكريم والعلوم الإسلامية)  
3. د. هنيدي قنديل أبوبكر، (أستاذة مساعدة في الإعلام بكلية الآداب والعلوم بقسم الإعلام بجامعة أبوظبي)  
4. د. أمل عثمان، (أستاذة مساعدة في كلية الإعلام بجامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا)

العامة تساهم بشكل إيجابي بتعريف الزبائن بالأنشطة، كذلك توصلت الدراسة إلى أن نشاط العلاقات العامة يمس الجمهورين الداخلي والخارجي، كذلك توصلت إلى ضرورة توفر الكوادر المتخصصة التي لها خبرة، كما توصلت كذلك إلى أن دور العلاقات العامة يسهم بدرجة كبيرة في القضاء على المشاكل الداخلية والخارجية، وتوصلت كذلك إلى أن العلاقات العامة تعمل على نشر الحقائق الصادقة والمقنعة للرأي العام.

2- دراسة (مكي و مختاري، 2022) بعنوان: العلاقات العامة وإدارة الأزمات الدولية، وقد هدفت الدراسة إلى: تحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بالعلاقات العامة وإدارة الأزمات والكوارث الدولية، التعريف بمبادئ العلاقات العامة الحديثة المرتبطة بشكل كبير بنظرية الامتياز في العلاقات العامة، وآليات تجسيدها في مكتب الأمم المتحدة لتنسيق الشؤون الإنسانية (UNOCHA)، كذلك هدفت إلى إبراز دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية، كما هدفت إلى التعرف على الملمح العام لاستراتيجية العلاقات العامة لمكتب (UNOCHA) في إدارة الكوارث الطبيعية كنموذج للأزمات الدولية، ومن نتائجها: أن مكتب الأمم المتحدة لتنسيق الشؤون الإنسانية (UNOCHA) يعتمد بشكل كبير على مبادئ العلاقات العامة الحديثة عبر استراتيجية إدارة الاتصال والعلاقات مع الجماهير. فمبدأ التمكين لوظيفة العلاقات العامة مكفول بشكل واضح وجلي في المكتب من خلال العلاقة المباشرة لممارسي العلاقات العامة والاتصال بمراكز اتخاذ القرار. كما توصل الباحثين أيضاً أنه تجسيدا لمبدأي التنوع والاتصال المتوازن سواء مع الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي، دون نسيان مبدأ المسؤولية الاجتماعية الذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة عمل المكتب، فهذه المبادئ متغلغلة في مختلف المستويات البنائية والوظيفية للمكتب مما يؤكد توجه المنظمات الدولية - وخاصة تلك التي تعمل تحت غطاء الأمم المتحدة- إلى تبني العلاقات العامة كوظيفة استراتيجية، تبين للباحثين من خلال تحليل الهيكل التنظيمي لمكتب تنسيق الشؤون الإنسانية وميكانيزمات إدارة هذا الأخير للكوارث الدولية اعتماده الكبير على استراتيجية للعلاقات العامة قائمة على أنظمة معلومات متكاملة ومنسقة تساعد على ترشيد القرارات وتفعيل الإجراءات الخاصة بإدارة الكوارث الدولية- كأحد أشكال الأزمة- عبر مراحلها المختلفة.

3- دراسة (عبادي، 2018) بعنوان: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات، وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على أنواع الأزمات التي تواجهها المؤسسات، كذلك التعرف على كيفية إدارة المؤسسات للأزمات التي تواجهها، كما هدفت إلى التعرف على كيفية تخطيط العلاقات العامة لإدارة الأزمات، ومن نتائجها: أن المؤسسة مهما كان حجمها وطابعها ليست بمنأى عن الأزمات التي تهدد سمعتها وتعرض صورتها للخطر، توصلت كذلك إلى أن توظيف العلاقات العامة يعتبر ضرورة ملحة لمواجهة الأزمات.

4- دراسة (الإمام، 2019) بعنوان: توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات المالية، وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجه البنوك في مراحلها المختلفة، كشف جوانب القصور والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات المالية وخاصة في بنك فيصل الإسلامي السوداني (2015م - 2018م)، التعرف على دور العلاقات العامة في مراحل الأزمات المالية للبنوك، الوقوف على طبيعة الوظيفة العلاجية للعلاقات العامة بالبنوك، تحديد خطة واضحة للعلاقات العامة للتعامل مع الأزمات في البنوك، الخروج برؤى وتوصيات للعلاقات العامة تسهم في حل الأزمات المالية، وقد اتبعت الدراسة منهج الوصف التحليلي، ومن نتائجها: إدارة العلاقات العامة لا تنتهي مهمتها بانتهاء الأزمة وإنما يتوجب عليها عدة أمور، منها تقييم الأزمة الذي يعتبر كمقياس لنجاح العلاقات العامة في إدارتها للأزمة، توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تقوم باتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمة في بنك فيصل الإسلامي السوداني، توصلت الدراسة إلى أن إدارة البنك تقوم بتخصيص ميزانية كافية لتسيير عمل العلاقات العامة في كل الظروف، أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة ببنك فيصل الإسلامي السوداني تتعامل مع الأزمات التي تواجه البنك وفقاً لتخطيط مدروس، توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة ببنك فيصل الإسلامي السوداني تستخدم وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتعتبر همزة وصل بين البنك وجمهوره الخارجي.

#### العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة أمور: الدراسة الأولى (دراسة صلاح الدين) تناولت تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات، بينما تناولت الدراسة الحالية تأثير الأزمات الاقتصادية على أنشطة العلاقات العامة، فالدراسة الحالية تختلف عن الدراسة السابقة من حيث جهة التناول فالسابقة تناولت تأثير العلاقات العامة على الأزمة في القطاع الخاص، بينما الدراسة الحالية على العكس فهي تناولت تأثير الأزمات- تحديداً الاقتصادية- على نشاط العلاقات العامة في القطاعين الحكومي والخاص، والدراستان تختلفان في الأهداف، بينما تتشابهان في المجال وهو (الأزمات)، وتختلف عن الدراسة الثانية (دراسة مكي ومختاري) في أن الأولى تناولت دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الدولية، فالدراسة السابقة تناولت دور العلاقات العامة في الأزمات في المجال الدولي وذلك بالتطبيق على منظمة (UNOCHA)، بينما تركز الدراسة الحالية على تأثير الأزمات الاقتصادية (تحديداً) على ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات المحلية، وتتشابه الدرستان في أن كلاهما يتناولان العلاقات العامة في الأزمات، وتختلف عن الدراسة الثالثة (دراسة عبادي) في أن الأولى تناولت دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات عموماً، بينما خصصت الدراسة الحالية تناول تأثير الأزمة الاقتصادية على ممارسة العلاقات العامة، وتتشابه الدرستان في



أن كلاهما يتناول العلاقات العامة في الأزمات، أما الدراسة الرابعة (دراسة الإمام) فتختلف عنها في أنها تناولت توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات المالية، فقد ركزت الدراسة السابقة على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات المالية (أزمة شح السيولة بالبنوك السودانية)، بينما تركز هذه الدراسة على تأثير الأزمة الاقتصادية على ممارسة أنشطة العلاقات العامة، فالمتغير التابع هنا عكس المتغير التابع في الدراسة السابقة، كما أن موضوع الدراسة الأولى متعلق بجانب واحد من جوانب الأزمة الاقتصادية في السودان وهو شح السيولة في البنوك، بينما الدراسة الحالية تتناول الأزمة الاقتصادية ككل وتأثيرها على ممارسة نشاط العلاقات العامة وليس دور العلاقات العامة فيها، كذلك تختلف هنا في زمن إجراء الدراسة، فالسابقة في عام (2018م)، والحالية (2022م - 2023م)، ولاشك أن الفترتين تختلفان من حيث التغيرات والمستجدات التي طرأت على المشهد الاقتصادي، وتتشابه الدراسات في تناول العلاقات العامة في ظل تغيرات اقتصادية في السودان، وتستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في العمل على عدم تكرار نتائج الدراسات السابقة حتى تكون هذه الدراسة إضافية علمية في مجالها، كما تستفيد منهم في الجوانب المنهجية والنظرية.

#### الإطار النظري للبحث:

#### تعريف الأزمة:

لغة: هي على وزن (فعلة)، وهي من مادة (أزم)، و(الأزمة): الشدة والقحط. يقال: أصابتهم سنة أزمتهم أزمًا، أي استأصلتهم. وأزم علينا الدهر يأزم أزمًا، أي اشتدّ وقلّ خيره. (الفارابي، 1999).

تعود أصول كلمة "أزمة" "CRISIS" إلى الكلمة اللاتينية "Kinetin" وهي مصطلح قديم يرجع تاريخه إلى الطب الإغريقي كونه نقطة تحول بمعنى أنها لحظة قرار حاسمة في حياة المريض وتطلق للدلالة على حدوث تغيير جوهري ومفاجئ في جسم الإنسان، ففي القرن السادس عشر شاع استخدام هذا المصطلح في المعاجم الطبية، وتم اقتباسه في القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسة، وبحلول القرن التاسع عشر تواتر استخدامها للدلالة على ظهور مشكلات خطيرة أو لحظات ( تحول فاصلة في تطور العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. (الجارالله، 2017)

وتُعرّف الأزمة بأنها تغييرات مفاجئة تطرأ على البيئة الداخلية أو الخارجية للمنظمة، أو الدولة، أو البلد برمته، بسبب قصور معين سواء كان عن عمد أو عن غير عمد، وقد تكون الأزمة نتيجة عوامل يصعب التحكم بها، مثل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية وغيرها (العلاق، 2019).

#### أهمية العلاقات العامة:

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. / أيمن عبدالله النور

- 1- تهيئة الرأي العام لتقبل وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند المؤسسات بما يقوي الروابط بينها وبين جماهيرها.
- 2- تحقيق خدمات إنسانية ورعاية اجتماعية وصحية وحياة كريمة للعاملين، ونشر الولاء بين العاملين ومساندتهم لسياسات المنظمة وبرامجها.
- 3- غرس المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ودعمها تجاه الجماهير.
- 4- توجيه سياسات ونشاطات المنظمة بما ينسجم مع رغبات وتطلعات الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة (سرحان و فخر الدين، 2022).

### وظائف العلاقات العامة:

- تتعدد وظائف العلاقات العامة وقد لخصتها الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة (PRSA) في الآتي:
1. كتابة التقارير، والبيانات الصحفية، والكتيبات ونصوص برامج الراديو والتلفزيون، والخطب، وحوار الأفلام، ومقالات المجلات والصحف التجارية، وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.
  2. تحرير النشرات الصحفية، وتقارير المساهمين، وسائر المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل فرد من أفراد المؤسسة والجماهير الخارجية.
  3. الاتصال بالصحافة والراديو والتلفزيون والمجلات المتخصصة والملاحق الأسبوعية ومحرري الأقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الأخبار والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة لنشرها.
  4. تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة.
  5. مواجهة الجماعات المتميزة والعمل والتحدث معها من خلال لقاءات دورية وإعداد خطب للمتخصصين، وتخصيص متحدث باسم المؤسسة، وتقديم المتحدثين في الاحتفالات والاجتماعات العامة.
  6. إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة، ومواد الاتصال المصورة، ودوريات المؤسسة وإخراجها على نحو فني يتماشى مع احتياجات المتلقين.
  7. استخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء اسم المؤسسة ورفع منتجاتها، والتنسيق الدائم مع قسم الإعلان بالمؤسسة، وغالباً ما تكون مسؤولية قسمي الإعلان، والعلاقات العامة بالمؤسسة مسؤولية مزدوجة. (البكري، 2018)

### تحليل الدراسة الميدانية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. أيمن عبدالله النور

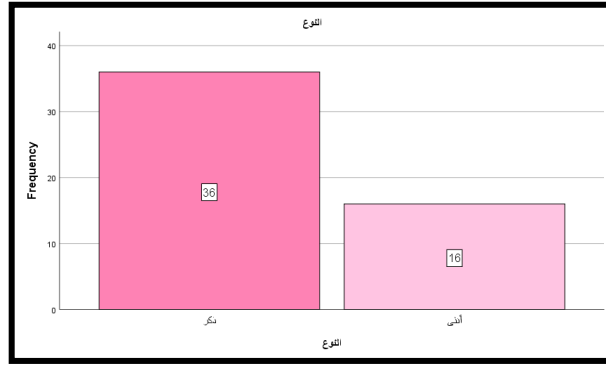
- حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة.
- حساب معامل ارتباط بيرسون " ر " (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة والتحقق من تساؤلات الدراسة.

الجدول 1 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع)

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	36	٪69
أنثى	16	٪31
المجموع	52	٪100

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م، ص14)

الشكل 1 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م، ص14)

الجدول والرسم أعلاه يبين عدد أفراد العينة بحسب النوع، حيث كانت الغالبية من الذكور، إذ بلغ عددهم (36) من أفراد عينة الدراسة، حيث يمثلون ما نسبته (69٪)، بينما كان عدد الإناث (16) وبنسبة (31٪)، وهذا مؤشر عام على أن عدد الذكور في مهنة العلاقات العامة بالمؤسسات السودانية هم الغالبية.

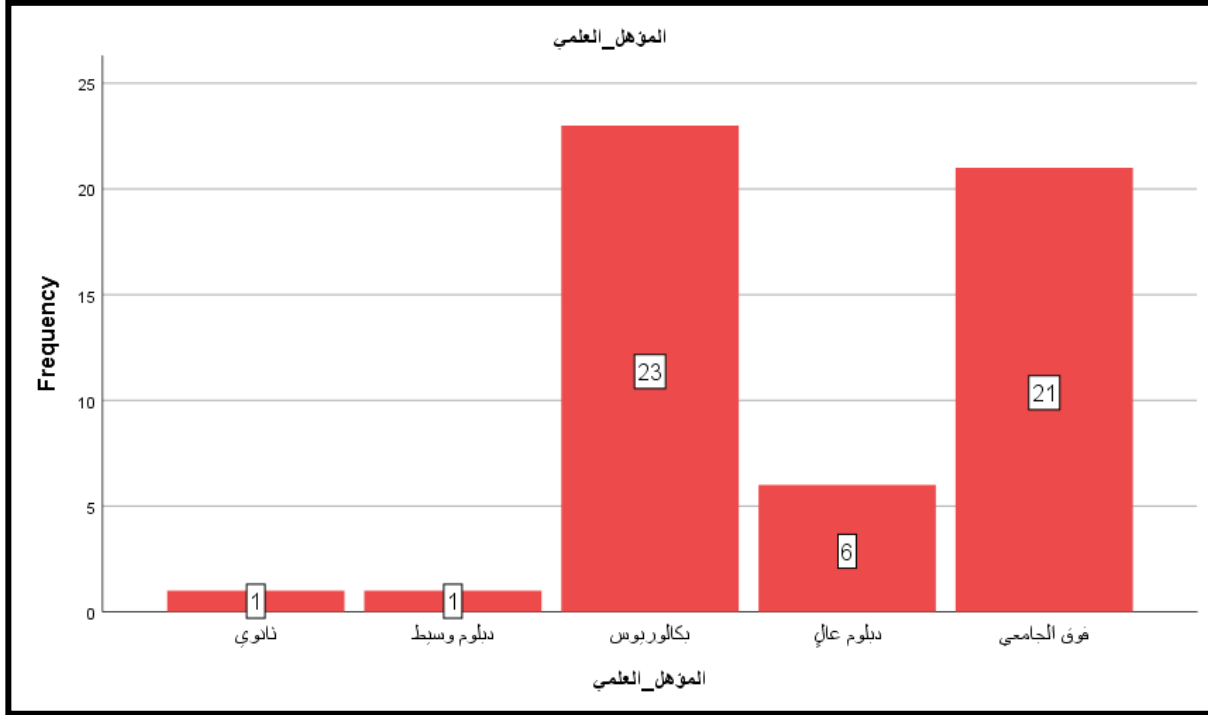
الجدول 2 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي)

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي	1	٪2
دبلوم وسيط	1	٪2

بكالوريوس	23	44.1%
دبلوم عالي	6	11.5%
فوق الجامعي	21	40.4%
المجموع	52	100%

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الشكل 2) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي



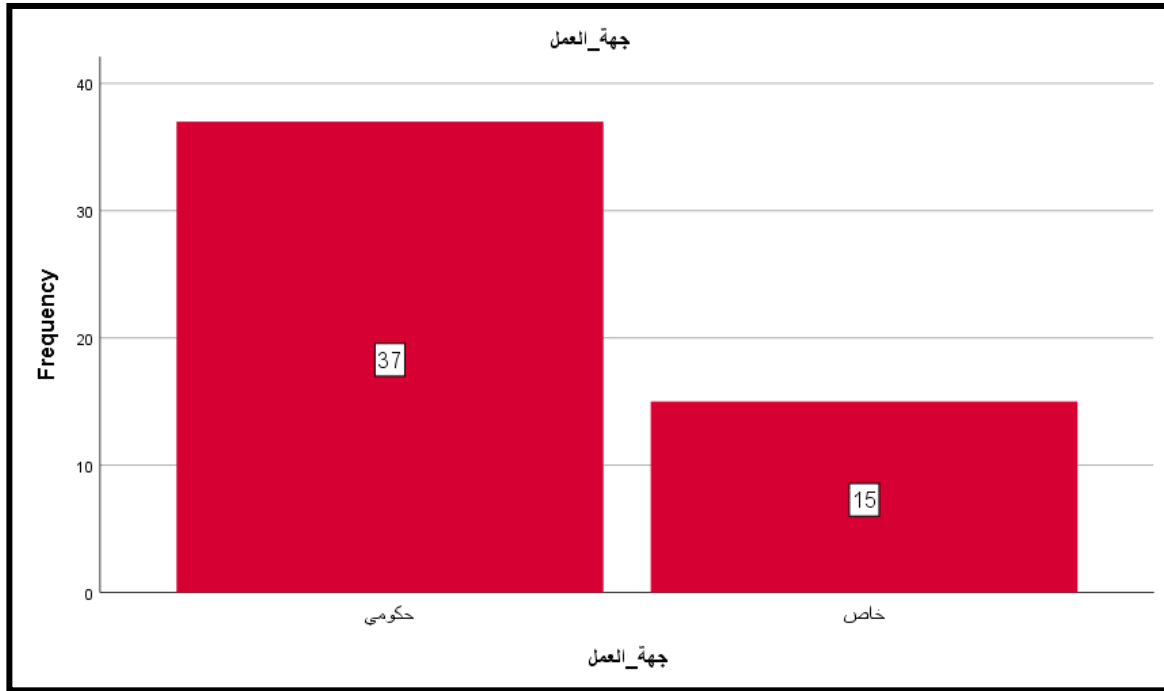
(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الجدول والرسم أعلاه يبين عدد أفراد العينة بحسب المؤهل العلمي، حيث كانت الغالبية من حملة البكالوريوس، إذ بلغ عددهم (23) من أفراد عينة الدراسة، ويمثلون ما نسبته (44.1%)، يليهم حملة الشهادات فوق الجامعية حيث بلغ عددهم (21) وبنسبة (40.4%)، يليهم حملة الدبلوم العالي إذ بلغ عددهم (6) بنسبة (11.5%)، يليهم حملة (الدبلوم الوسيط والثانوي)، حيث مثل (1) للأول، ومثله للثاني، وبنسبة (2%)، وهذا يشير إلى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من أصحاب التعليم العالي، مما يجعل الإجابات تصدر من أشخاص يتمتعون بمستوى تعليمي جيد.

الجدول 3 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق قطاع العمل)

النسبة	التكرار	جهة العمل
71.2%	37	حكومي
28.8%	15	خاص
100%	52	المجموع

الشكل 3 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق قطاع العمل)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

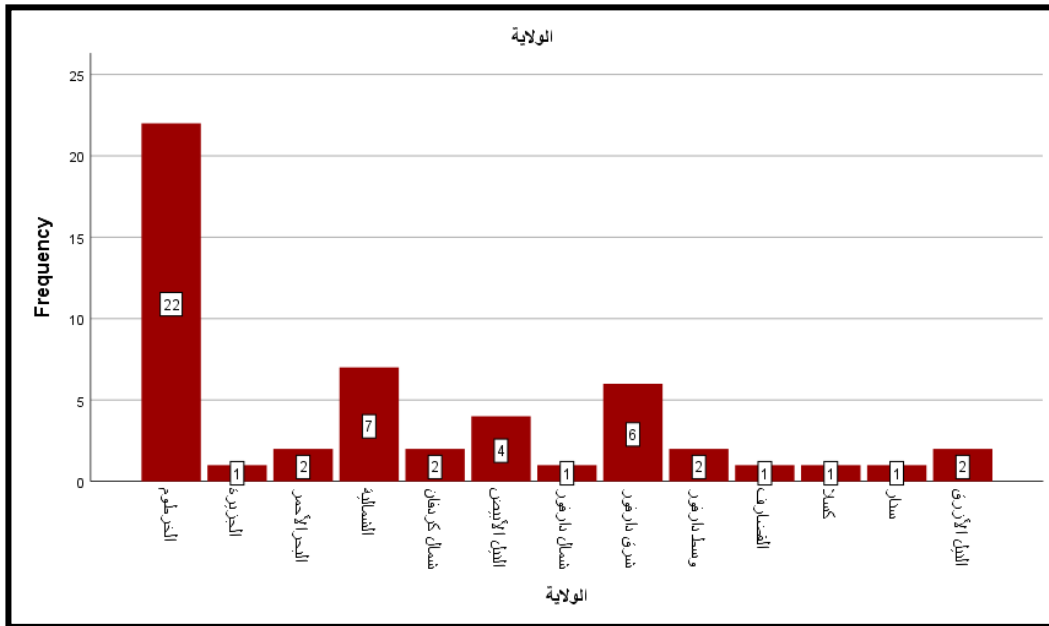
الجدول والرسم أعلاه يبين عدد أفراد العينة بحسب جهة العمل، حيث كانت الغالبية من القطاع الحكومي، إذ بلغ عددهم (37) من أفراد عينة الدراسة، حيث يمثلون ما نسبته (71.2%)، بينما كان عدد العاملين في القطاع الخاص (15) وبنسبة (28%)، وبالرغم من أن نسبة العاملين في القطاع الحكومي كانت غالبية لكن إجمالاً مثلت العينة القطاعين، كما أن تمثيل القطاع الحكومي بنسبة أكبر جيدة، لأن هذا القطاع هو الأكثر تضرراً بالأزمة الاقتصادية.

الجدول 4(توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الولاية)

الولاية	التكرار	النسبة
الخرطوم	22	42.3%
الجزيرة	1	1.9%
البحر الأحمر	2	3.8%
الشمالية	7	13.5%
شمال كردفان	2	3.8%
النيل الأبيض	4	7.7%
شمال دارفور	1	1.9%
شرق دارفور	6	11.5%
وسط دارفور	2	3.8%
القضارف	1	1.9%
كسلا	1	1.9%
سنار	1	1.9%
النيل الأزرق	2	3.8%
المجموع	52	100%

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م، ص16)

الشكل 4(توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الولاية)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الجدول والشكل أعلاه يبين عدد أفراد العينة بحسب الولاية، حيث كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من ولاية الخرطوم، فقد بلغ عددهم (22)، حيث يمثلون ما نسبته (42.3%)، يليهم ولاية

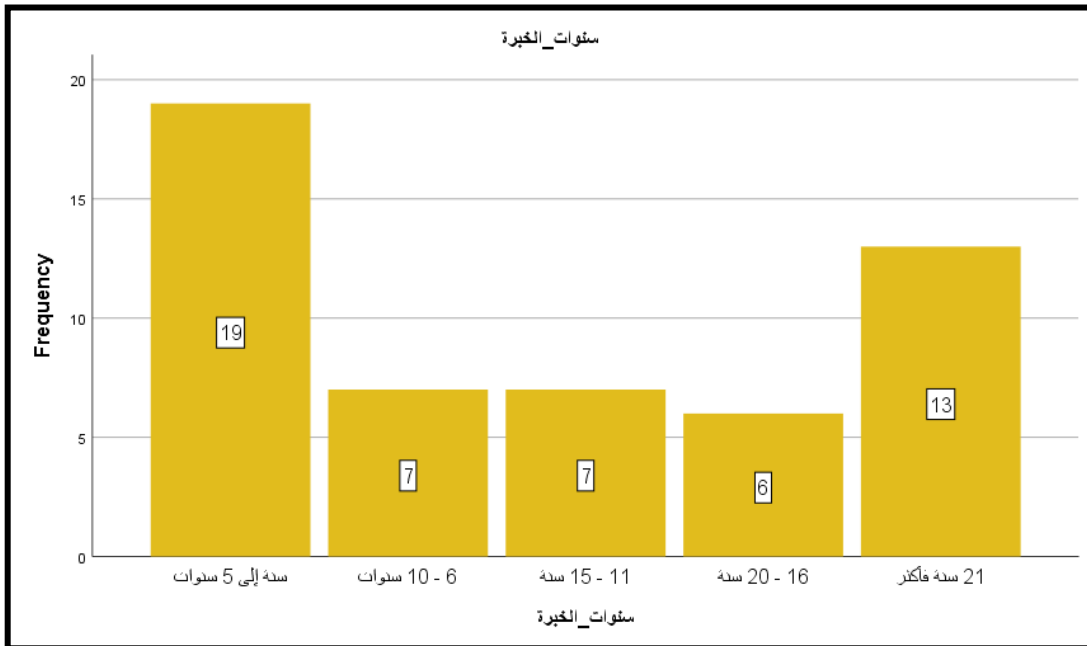
الشمالية حيث كان عددهم (7)، و يمثلون ما نسبته (13.5%)، يليهم ولاية شرق دارفور حيث كان عددهم (6) ويمثلون ما نسبته (11.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم ولاية النيل الأبيض حيث بلغ عددهم (4) ويمثلون ما نسبته (7.7%)، يليهم ولايات: البحر الأحمر، شمال كردفان، وسط دارفور، النيل الأزرق وكان العدد (2) من كل ولاية، بنسبة (3.8%)، بينما مثل عدد (1) لولايات: الجزيرة، شمال دارفور، القضارف، كسلا، سنار بنسبة (1.9%)، وهذه النتيجة منطقية نظراً لتركز أغلب المؤسسات في العاصمة الخرطوم، وتجدر الإشارة إلى أن الباحث حرص على توزيع الاستبانة لجميع موظفي العلاقات العامة في جميع ولايات السودان لضمان شمولية التمثيل، لكن للأسف لم تكن الاستجابة بالمستوى المطلوب، لذلك جاء هذا التباين في تمثيل أفراد العينة بحسب الولاية، لكن عموماً نستطيع القول أن العينة جاءت ممثلة لجميع ولايات السودان عدا خمس ولايات، حيث لم يجاب منسوبها على الاستبانة.

الجدول 5 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة)

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
سنة إلى 5 سنوات	19	36.5%
6 - 10 سنوات	7	13.5%
11 - 15 سنة	7	13.5%
16 - 20 سنة	6	11.5%
21 سنة فأكثر	13	25.0%
المجموع	52	100%

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م، ص 17)

الشكل 5 (توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

### الخلاصة:

الجدول والشكل أعلاه يبين سنوات الخبرة لأفراد العينة المبحوثة، حيث كانت تتراوح سنوات خبرتهم بين (سنة إلى 5 سنوات) حيث بلغ عددهم (19) من أفراد عينة الدراسة، حيث يمثلون ما نسبته (36.5%)، يليهم الذين تراوحت سنوات خبرتهم (21 سنة فأكثر) حيث كان عددهم (13)، و يمثلون ما نسبته (25%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم الذين تراوحت سنوات خبرتهم (6 - 10 سنة) و (11 - 15) سنة حيث كان عددهم (7) لكل، بنسبة (13.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم الذين تراوحت سنوات خبرتهم (16 - 20 سنة) حيث كان عددهم (6)، و يمثلون ما نسبته (11.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وإجمالاً يمكن القول أن أفراد العينة يتمتعون بخبرة جيدة في ممارسة العلاقات العامة، وهكذا ينعكس إيجاباً في إجاباتهم نحو أسئلة البحث.

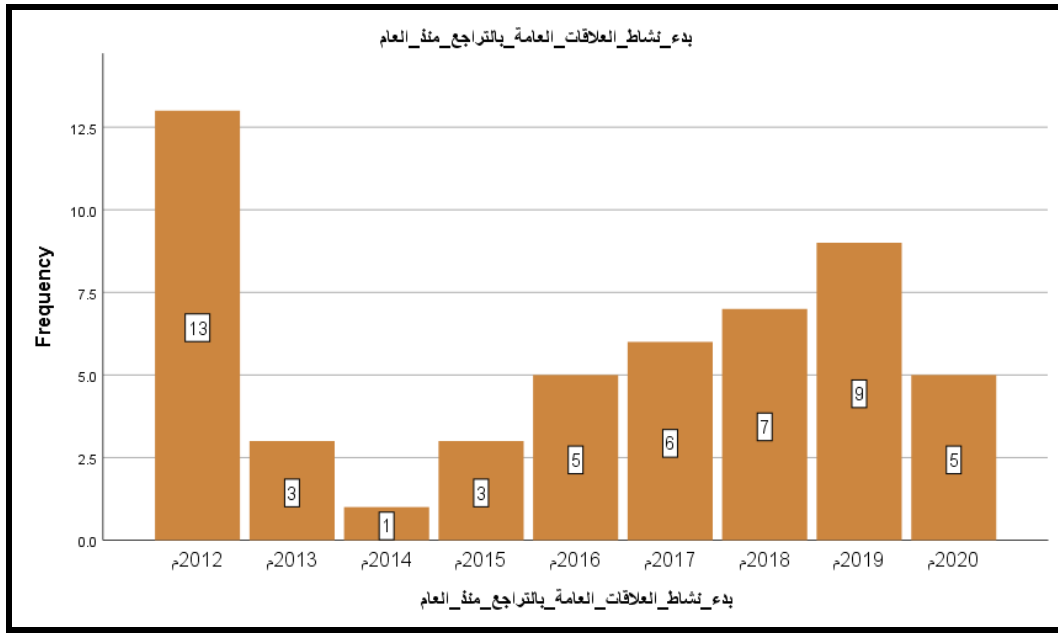
الجدول 6 (يوضح متى بدأ نشاط العلاقات العامة بالتراجع بسبب الأزمة الاقتصادية)

السنة	التكرار	النسبة
2012م	13	25%
2013م	3	5.8%
2014م	1	1.9%
2015م	3	5.8%
2016م	5	9.6%
2017م	6	11.5%
2018م	7	13.5%
2019م	9	17.3%
2020م	5	9.6%
2021م	0	0%
2022م	0	0%
المجموع	52	100%

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الشكل 6 (يوضح متى بدأ نشاط العلاقات العامة بالتراجع بسبب الأزمة الاقتصادية)





(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

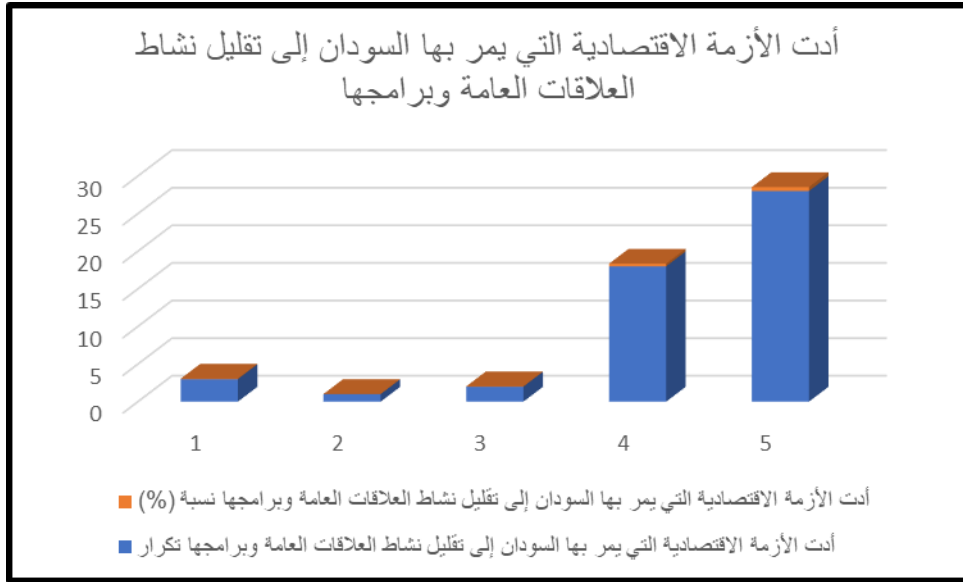
الجدول والشكل أعلاه يبين متى بدأ نشاط العلاقات العامة بالتراجع بالمؤسسات الحكومية حسب إفادة المبحوثين، حيث يرى الأغلبية أن نشاطها بدأ بالتراجع منذ العام (2012م)، حيث بلغ عددهم (13) بنسبة (25%).

الجدول 7 (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات المبحوثين حول تأثير أنشطة العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية)

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المقياس	عبارات المحور الأول (تأثير العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية)
أوافق بشدة	4.31	4.29	28	18	2	1	3	تكرار	أدت الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان إلى تقليل نشاط العلاقات العامة وبرامجها
			٪52.8	٪34.6	٪3.8	٪1.9	٪5.8	نسبة (%)	

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م، ص 19)

الشكل 7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات المبحوثين حول تأثير أنشطة العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

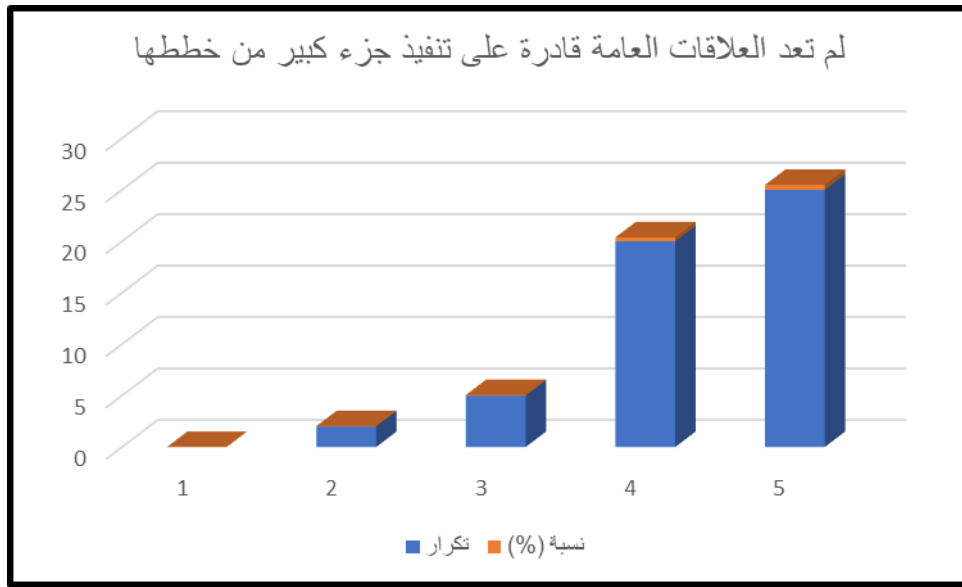
من الجدول والشكل أعلاه يتبين أن الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان أدت إلى تقليل نشاط العلاقات العامة، حيث بلغ عدد الذين اختاروا إجابة (موافق بشدة) (28) بنسبة (52.8%)، يليهم الذين اختاروا إجابة (موافق) حيث كان عددهم (18)، ويمثلون ما نسبته (34.6%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم الذين اختاروا إجابة (لا أوافق بشدة) حيث كان عددهم (3)، بنسبة (5.8%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم الذين اختاروا إجابة (محايد) حيث كان عددهم (2)، ويمثلون ما نسبته (3.8%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وفي الأخير الذين اختاروا إجابة (لا أوافق) وكان عددهم (1) بنسبة (1.9%)، وقد كان المتوسط الحسابي للسؤال (4.29)، وهو يقع في المدى الذي يدل على خيار (أوافق بشدة)، مما يعني أن أفراد العينة المبحوثة يوافقون بشدة على أن الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان أدت إلى تقليل نشاط العلاقات العامة وبرامجها.

الجدول 8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات المبحوثين حول تأثير خطط العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية)

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق بشدة	موافق	محايد	لاوافق	لاوافق بشدة	المقياس	عبارات المحور الأول (تأثر العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية)
أوافق بشدة	.805	4.31	25 %48.1	20 %38.5	5 %6.9	2 %3.8	0	تكرار نسبة (%)	لم تعد العلاقات العامة قادرة على تنفيذ جزء كبير من خططها

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الشكل 8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات المبحوثين حول تأثر خطط العلاقات العامة بالأزمة الاقتصادية



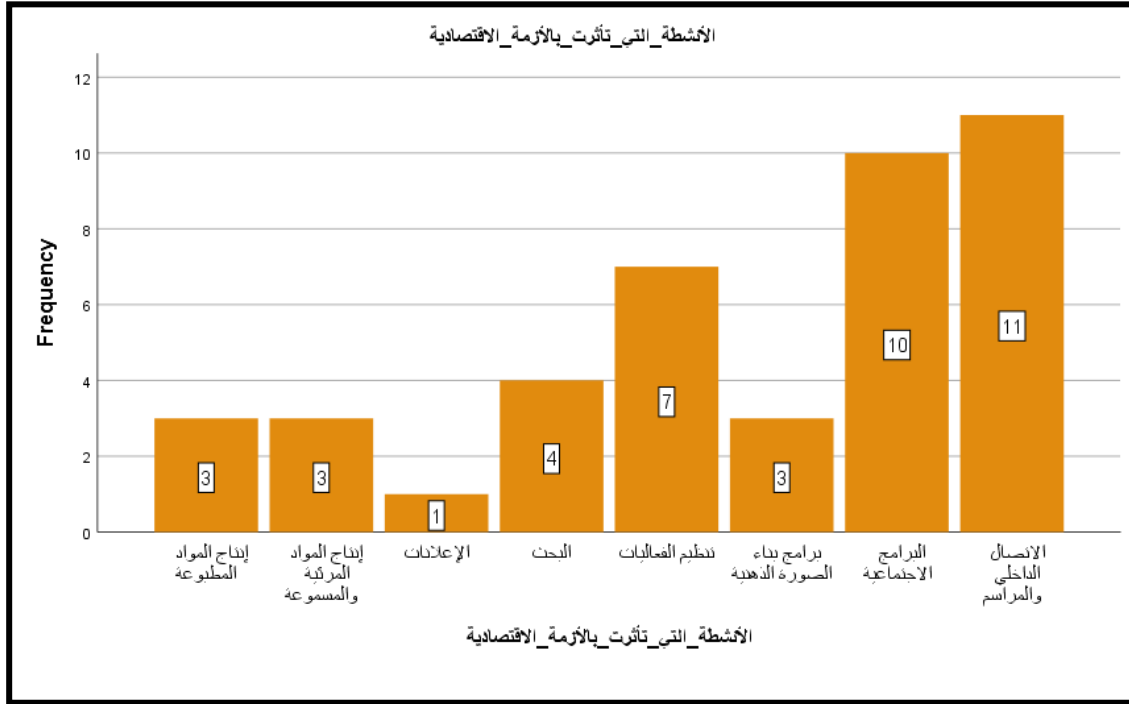
من الجدول أعلاه يتبين أن الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان أثرت على تنفيذ خطط العلاقات العامة، حيث أجاب المبحوثين على سؤال: لم تعد العلاقات العامة قادرة على تنفيذ جزء كبير من خططها، حيث بلغ عدد الذين اختاروا إجابة (موافق بشدة) (25) بنسبة (48.1%)، يليهم الذين اختاروا إجابة (موافق) حيث كان عددهم (20)، ويمثلون ما نسبته (38.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم الذين اختاروا إجابة (محايد) حيث كان عددهم (5) بنسبة (6.9%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وقد كان المتوسط الحسابي للسؤال (4.31)، وهو يقع في المدى الذي يدل على خيار (أوافق بشدة)، مما يعني أن أفراد العينة المبحوثة يوافقون بشدة على أن العلاقات العامة لم تعد قادرة على تنفيذ جزء كبير من خططها بسبب الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان.

الجدول 9 (يوضح: الأنشطة التي تأثرت بالأزمة الاقتصادية)

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
5.8%	3	إنتاج المواد المطبوعة
5.8%	3	إنتاج المواد المرئية والمسموعة
1.9%	1	الإعلانات
7.7%	4	البحث
13.5%	7	تنظيم الفعاليات
5.8%	3	برامج بناء الصورة الذهنية
19.2%	10	البرامج الاجتماعية
21.2%	11	الاتصال الداخلي والمراسم
100.0%	52	المجموع

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الشكل 9 (يوضح: الأنشطة التي تأثرت بالأزمة الاقتصادية)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الجدول والشكل أعلاه يبين أنشطة العلاقات العامة التي تأثرت بالأزمة الاقتصادية، وهي حسب إفادات المبحوثين: الاتصال الداخلي والمراسم، بتكرار (11) والنسبة المئوية (21.2%)، يليها البرامج الاجتماعية، بتكرار (10) والنسبة المئوية (19.2%)، يليها تنظيم الفعاليات، بتكرار (7) والنسبة

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. أيمن عبدالله النور

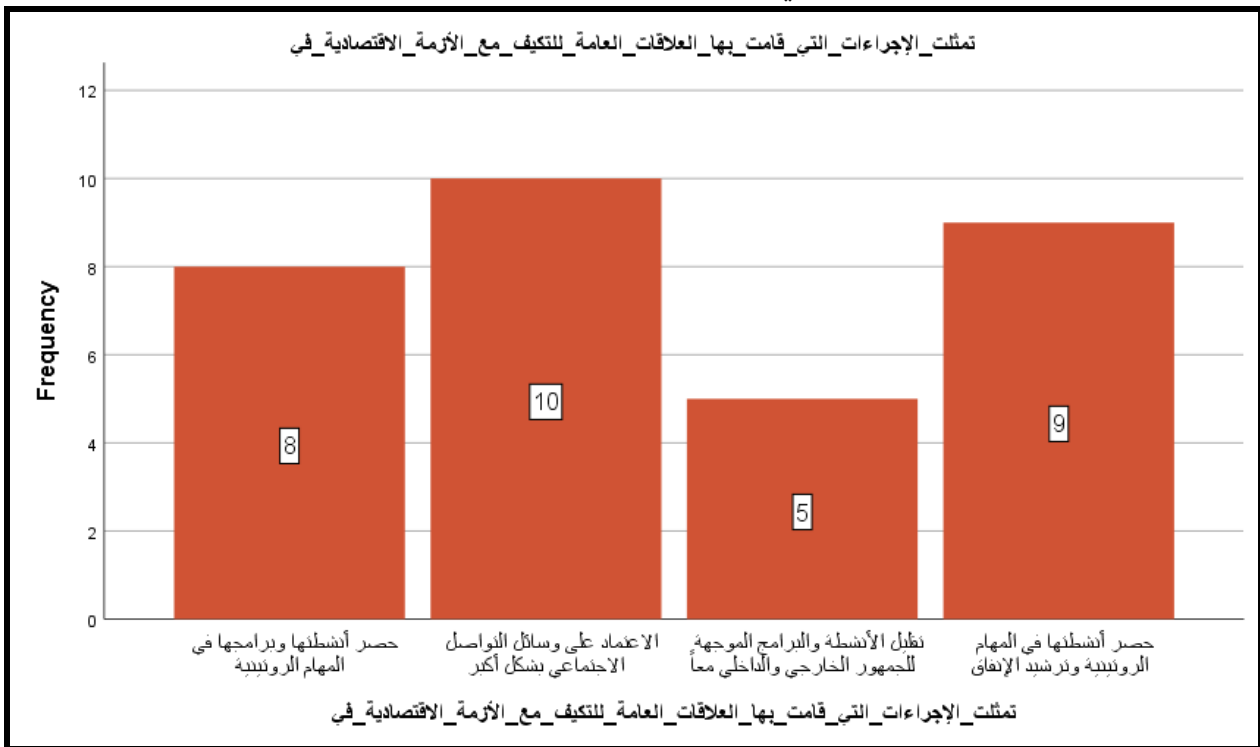
المئوية (13.5%)، يليها البحث، بتكرار (4) والنسبة المئوية (7.7%)، يليها إنتاج المواد الإعلامية (المطبوعة والمرئية والمسموعة)، بتكرار (3) لكل والنسبة المئوية (5.8%)، يليها الإعلانات، بتكرار (1) والنسبة المئوية (1.9%).

الجدول 10 (يوضح: الإجراءات التي قامت بها العلاقات العامة للتكيف مع الأزمة الاقتصادية)

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
15.4%	8	حصر أنشطتها وبرامجها في المهام الروتينية اليومية
9.6%	5	تقليل الأنشطة والبرامج الموجهة للجمهورين الداخلي والخارجي
3.8%	2	الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر
23.1%	12	تقليل الأنشطة والبرامج الموجهة للجمهور الخارجي
17.3%	9	حصر أنشطتها في المهام الروتينية وترشيد الإنفاق
100.0%	52	المجموع

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الشكل 10 (يوضح: الإجراءات التي قامت بها العلاقات العامة للتكيف مع الأزمة الاقتصادية)



(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الجدول والشكل أعلاه يبين الإجراءات التي قامت بها العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية، وهي حسب إفادات المبحوثين تمثلت في: الاعتماد بشكل أكبر على وسائل التواصل

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. / أيمن عبدالله النور

الاجتماعي في التواصل مع الجمهور لكونها مجانية وسهلة وسريعة الوصول، بتكرار(10) والنسبة المئوية(19.2%)، يليها ترشيد الإنفاق وحصر أنشطتها في المهام الروتينية، بتكرار(9) والنسبة المئوية(17.3%)، يليها تقليل الأنشطة والبرامج الموجهة للجمهورين الداخلي والخارجي بشكل عام، بتكرار(5) والنسبة المئوية(9.6%).

الجدول 11(يوضح: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجراءات الإدارية تجاه العلاقات

العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية)

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المقياس	عبارات المحور الأول (الإجراءات الإدارية تجاه العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية)
أوافق	.916	4.15	20	25	3	3	1	تكرار	قامت الإدارة بتقليل الميزانية المخصصة للعلاقات العامة
			%38.5	%48.1	%5.8	%5.8	%1.9	نسبة (%)	
أوافق	1.12	3.79	13	26	6	3	4	تكرار	طلبت الإدارة إلغاء بعض أنشطة العلاقات العامة
			%25	%50	%11.5	%5.8	%7.7	نسبة (%)	
أوافق	1.04	3.75	14	20	9	9	0	تكرار	عملت الإدارة على الاستغناء عن بعض العاملين في العلاقات العامة
			%26.9	%38.5	%17.3	%17.3	0	نسبة (%)	
أوافق	1.09	4.02	23	15	6	8	0	تكرار	قامت الإدارة بدمج العلاقات العامة مع بعض الإدارات الأخرى
			%44.2	%28.5	%11.5	%15.4	0	نسبة (%)	
أوافق	.916	4.06	19	21	8	4	0	تكرار	قامت الإدارة بدمج بعض أقسام العلاقات العامة
			%36.5	%40.4	%15.4	%7.7	0	نسبة (%)	
أوافق	.623	3.95	نتيجة المحور الأول (الإجراءات الإدارية تجاه العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية)						

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

الجدول أعلاه يبين الإجراءات التي قامت بها الإدارة العليا تجاه العلاقات العامة التي جراء الأزمة الاقتصادية، وهي حسب إفادات المبحوثين: تقليل الميزانية المخصصة للعلاقات العامة، حيث كان التكرار الأعلى(25) والنسبة المئوية(48.1%) وكان المتوسط الحسابي(4.15) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار(موافق)، كذلك قامت الإدارة بإلغاء بعض أنشطة العلاقات العامة، حيث كان التكرار الأعلى(26) والنسبة المئوية(50%) وكان المتوسط الحسابي(3.79) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار(موافق)، كذلك قامت الإدارة بالاستغناء عن بعض العاملين في

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. أيمن عبدالله النور

العلاقات العامة، حيث كان التكرار الأعلى (20) والنسبة المئوية (38.5%) وكان المتوسط الحسابي (3.75) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار (موافق)، كذلك قامت الإدارة بدمج العلاقات العامة مع بعض الإدارات الأخرى، حيث كان التكرار الأعلى (23) والنسبة المئوية (44.2%) وكان المتوسط الحسابي (4.02) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار (موافق)، كذلك قامت الإدارة بدمج بعض أقسام العلاقات العامة مع بعضها، حيث كان التكرار الأعلى (21) والنسبة المئوية (40.4%) وكان المتوسط الحسابي (4.06) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار (موافق)، وجاء المتوسط العام لأسئلة هذا المحور (3.95) وهو يقع في الفئة ذات المرجح الحسابي الذي يشير لخيار (موافق)، مما يعني أن أفراد العينة المبحوثة موافقون على الأسئلة التي جاءت في محور الإجراءات التي اتخذتها الإدارة تجاه العلاقات العامة خلال الأزمة الاقتصادية.

الجدول 12 (يوضح: العلاقة الارتباطية بين الأزمة الاقتصادية في السودان وتقليل أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالمؤسسات)

تقليل نشاط العلاقات العامة وبرامجها بسبب الأزمة الاقتصادية		المتغير
الدالة الإحصائية	معامل ارتباط بيرسون	
**0.026	*0.309	عدم قدرة العلاقات العامة على تنفيذ خططها

(المصدر: د. أيمن عبدالله النور، 2023م)

يتضح من الجدول رقم (13) أنه يوجد علاقة طردية موجبة بين تقليل ميزانية العلاقات العامة بسبب الأزمة الاقتصادية وبين تقليل أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالمؤسسات، حيث كانت قيمة العلاقة  $r = 0.309$  وهي علاقة طردية دالة عند مستوى معنوية الفا = 5%.

#### نتائج الدراسة :

- 1- كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذكور.
- 2- كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من حملة البكالوريوس يليهم حملة الدرجات فوق البكالوريوس.
- 3- كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من العاملين بالقطاع الحكومي.
- 4- كانت غالبية أفراد العينة المبحوثة من العاصمة (ولاية الخرطوم).
- 5- غالبية أفراد العينة المبحوثة تراوحت سنوات خبرتهم (سنة - 5 سنوات).
- 6- توصلت الدراسة إلى أن نشاط العلاقات العامة بدء بالتراجع منذ العام (2012م).

- 7- توصلت الدراسة إلى أن الأزمة الاقتصادية التي يمر بها السودان إلى تقليل نشاط العلاقات العامة وبرامجها.
- 8- توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة لم تعد قادرة على تنفيذ جزء كبير من خططها بسبب الأزمة الاقتصادية.
- 9- توصلت الدراسة إلى أن الأنشطة التي تأثرت بالأزمة الاقتصادية كانت: الاتصال الداخلي والمراسم، البرامج الاجتماعية، تنظيم الفعاليات، يليها إنتاج المواد الإعلامية(المطبوعة والمرئية والمسموعة)، يليها الإعلانات.
- 10- توصلت الدراسة أن العلاقات العامة قامت بعدة إجراءات للتكيف مع الأزمة الاقتصادية تمثلت في: الاعتماد بشكل أكبر على وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور لكونها مجانية وسهلة وسريعة الوصول، ترشيد الإنفاق وحصر أنشطتها في المهام الروتينية، تقليل الأنشطة والبرامج الموجهة للجمهوريين الداخلي والخارجي بشكل عام.
- 11- توصلت الدراسة أن الإدارات العليا قامت بعدة إجراءات تجاه العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية تمثلت في: تقليل الميزانية المخصصة للعلاقات العامة، كذلك قامت الإدارة بإلغاء بعض أنشطة العلاقات العامة، كذلك قامت الإدارة بالاستغناء عن بعض العاملين في العلاقات العامة، كذلك قامت الإدارة بدمج العلاقات العامة مع بعض الإدارات الأخرى، كذلك قامت الإدارة بدمج بعض أقسام العلاقات العامة مع بعضها.
- 12- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين تقليل ميزانية العلاقات العامة بسبب الأزمة الاقتصادية وممارسة أنشطتها وبرامجها، فكلما قلَّت الميزانية المخصصة للعلاقات العامة قلت أنشطتها وبرامجها.

#### توصيات البحث:

- 1- وضع خطط مسبقة للعلاقات العامة للتكيف مع الأزمات الاقتصادية.
- 2- عدم تقليل أنشطة العلاقات العامة وبرامجها قدر المستطاع- خاصة الاتصالية- لأهميتها في هذه الظروف، والاستعانة بأساليب غير مكلفة في ممارستها، مثل استغلال مواقع التواصل الاجتماعي، وإنتاج المواد الإعلامية إلكترونياً بدل الورقية... وغيرها من الأفكار.
- 3- تدريب العاملين في العلاقات العامة على كيفية ممارسة العلاقات العامة وأنشطتها بكفاءة وفاعلية خلال الأزمة الاقتصادية.
- 4- تبني استراتيجيات واضحة للعلاقات العامة للتعامل مع الأزمة الاقتصادية.



الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د. / أيمن عبدالله النور

5- وضع خطط بديلة ذات كفاءة وفاعلية في مثل هذه الظروف، وعدم الاكتفاء بخطة واحدة فقط.

6- تفعيل بحوث العلاقات العامة المتعلقة بدراسة ومتابعة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تهدف لرصد هذه التغيرات والتنبؤ بمدى تأثيرها على المؤسسة.

## المراجع

1. إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي. (1999). الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. القاهرة: دار الكتب العلمية.
2. أيمن عبدالله النور. (2021). المدخل للعلاقات العامة. الرياض: مكتبة الرشد.
3. بشير العلق. (2019). العلاقات العامة في الأزمات. عمان: اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
4. حنان أحمد سليم. (2020). العلاقات العامة وإدارة الأزمات (المجلد 2). الرياض: مكتبة الرشد.
5. عبدالرزاق الدليمي. (2019). العلاقات العامة وإدارة الأزمات. عمان: دار اليازوري العالمية للنشر والتوزيع.
6. عبدالكريم سرحان، و عائدة فخرالدين. (2022). مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال. فلسطين: دار الشامل للنشر والتوزيع.
7. غادة البطريق. (2017). العلاقات العامة وفن إدارة الأزمة. القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي. فؤادة عبدالمنعم البكري. (2018). مطبوعات العلاقات العامة في عصر التكنولوجيا. القاهرة: عالم الكتب.
8. ماجد عبدالله الجارالله. (2017). جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات. الرياض: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.
9. هالة شرف الدين الإمام. (2019). رسالة ماجستير بعنوان: توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات المالية. رسالة ماجستير بعنوان: توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات المالية. الخرطوم، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
10. إيمان عبادي. (2018). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الصفحات 138 - 155.

الأزمات الاقتصادية وأثرها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة \_\_\_\_\_ د./ أيمن عبدالله النور

11. صفاء محمد صلاح الدين. (أبريل، 2018). تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات. مجلة بحوث الشرق الأوسط، الصفحات 647 - 700.

12. فطومة بن مكي، و بن فاتح مختاري. (30 6، 2022). العلاقات العامة وإدارة الأزمات الدولية. (فطومة بن مكي، فاتح مختاري، المحرر) المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي(9)، الصفحات 310 – 325.

13. رزان صلاح. (6 يونيو، 2021). مفهوم الأزمة الاقتصادية. تم الاسترداد من موقع موضوع: <https://mawdoo.com>