



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعات الفلسطينية
في الضفة الغربية في عام 2021

إعداد

رغد صالح أبو فرحة

إشراف

د. إبراهيم العكة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2024

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعات الفلسطينية
في الضفة الغربية في عام 2021

إعداد

رغد صالح أبو فرحة

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/11/10 م، وأجيزت:

ibrahim okh

التوقيع

[Signature]

التوقيع

[Signature]

التوقيع

د. إبراهيم العكة

المشرف الرئيسي

د. عمر أبو عرقوب

الممتحن الخارجي

د. سهى صبح

الممتحن الداخلي

الإهداء

أحمد الله تعالى الذي كتب لي التوفيق وأعانني وسهل علي هذا الدرب فالحمد لله على توفيقه وتيسيره، "وَأخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ".

وسط أحداث أليمة وقعت منذ سنة ومجازر بشعة حلت بأبناء غزة العزة، وبالرغم من مصابنا الجلل والحزن الكبير والمحنة التي امتدت لأشهر وأيام بشعبنا العظيم نسطر اليوم هذا الإنجاز بفرحة منقوصة راجين أن تكتمل قريبا إن شاء الله بتحرير شعبنا وقدسنا، وما نحن بمستمرين اليوم إلا رغبة في إعمار البلاد وقهر الكيان الذي يحاول طمس فلسطين ونفوذها وامتعلبيها وعلمائها وتعميم الجهل.

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي إلى فلسطين العظيمة، إلى قطاع غزة الصامد، إلى مخيماتنا الصامدة، إلى فخر الأمة درعها الحامي، من سطروا بدمائهم وقيودهم حدود الوطن من النهر إلى البحر، إلى شهدائنا الأبرار وأسرانا البواسل.

الشكر

أهدي جزيل شكري وامتتاني لكل من هون علينا الطريق وتمنى لنا الخير، أشكر زميلاتي من شاركنني هذا
الدرب، وأشكر الدكاترة الأفاضل الذين أناروا طريقنا نحو العلم.

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية في عام 2021

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: رغد صالح أبو فرحة

التوقيع: 

التاريخ: 2024/11/10

فهرس المحتويات

| | | |
|----|---|-------|
| ج | الإهداء | |
| د | الشكر | |
| هـ | الإقرار | |
| و | فهرس المحتويات | |
| ط | فهرس الجداول | |
| ي | فهرس الملاحق | |
| ك | الملخص | |
| 1 | الفصل الأول: مقدمة | |
| 2 | الإطار المفاهيمي: | |
| 2 | العلاقات العامة: | |
| 2 | مفهوم العلاقات العامة: | |
| 3 | أهداف العلاقات العامة: | |
| 4 | وظائف العلاقات العامة: | |
| 5 | أهمية العلاقات العامة: | |
| 5 | مبادئ العلاقات العامة: | |
| 6 | العلاقات العامة الرقمية: | |
| 7 | مفهوم العلاقات العامة الرقمية: | |
| 7 | أقسام العلاقات العامة الرقمية: | |
| 8 | وسائل العلاقات العامة الرقمية: | |
| 8 | توظيف وسائل الإعلام الرقمية في عمل العلاقات العامة: | |
| 9 | إدارة الأزمات: | |
| 10 | مفهوم الأزمة: | |
| 13 | مراحل الأزمة: | |
| 14 | أهداف إدارة الازمات: | |

| | |
|----|--|
| 15 | أساليب مواجهة الازمات: |
| 18 | العلاقات العامة وإدارة الأزمات في الجامعات: |
| 19 | اتصالات الأزمة: |
| 19 | مفهوم اتصالات الأزمة: |
| 19 | أهداف اتصالات الأزمة: |
| 20 | وظائف اتصال الأزمة في المؤسسات: |
| 21 | أزمات مؤسسات التعليم العالي في فلسطين: |
| 23 | أزمة مقتل الطالب مهراڤ خليلية: |
| 24 | الأدبيات السابقة: |
| 41 | الإطار النظري: |
| 47 | ثانيا: النظرية الظرفية لاتصالات الأزمات |
| 50 | محاور النظرية الموقفية الظرفية لاتصال الأزمات: |
| 51 | الاستراتيجيات الاتصالية للنظرية: |
| 56 | مشكلة الدراسة: |
| 57 | مبررات اختيار موضوع البحث: |
| 57 | أسئلة الدراسة: |
| 58 | أهداف الدراسة: |
| 58 | أهمية الدراسة: |
| 58 | الأهمية العلمية: |
| 60 | مصطلحات الدراسة: |
| 61 | حدود الدراسة: |
| 62 | الفصل الثاني: منهجية الدراسة |
| 62 | منهج الدراسة: |
| 63 | مجتمع الدراسة: |
| 63 | عينة الدراسة: |

| | |
|-----|----------------------------------|
| 66 | أدوات الدراسة: |
| 68 | صدق الأداة: |
| 70 | ثبات الأداة: |
| 73 | إجراءات الدراسة: |
| 73 | المعالجات الإحصائية: |
| 75 | الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة. |
| 103 | الفصل الرابع: مناقشة النتائج. |
| 114 | المراجع. |
| 123 | الملاحق. |
| b | Abstract |

فهرس الجداول

- جدول 1: توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها الديمغرافية (ن=301)..... 65
- جدول 2: فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها..... 67
- جدول 3: مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ودرجتها..... 68
- جدول 4: معاملات ارتباط بيرسون لعبارة الاستبانة..... 69
- جدول 5: معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbachs Alpha) 70
- جدول 6: استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات التي وظفتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران الخليية عبر موقع الفيس بوك..... 76
- جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجال تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة حسب نوع الوسيلة الإعلامية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 91
- جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجال مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 93
- جدول 9: التكرارات والنسب المئوية لمجال نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة..... 95
- جدول 10: التكرارات والنسب المئوية لمجال نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لمصدر الرسالة..... 98

فهرس الملاحق

| | |
|-----|------------------------------------|
| 123 | ملحق أ: استبانة الدراسة |
| 132 | ملحق ب: استبانة تحليل المضمون..... |
| 136 | ملحق ج: المقابلة واستئتها |
| 137 | ملحق د: أسماء السادة المحكمين..... |

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية في عام 2021

إعداد

رغد صالح أبو فرحة

إشراف

د. إبراهيم العكة

الملخص

هدفت الدراسة لتحليل الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهرا، ولتوضيح شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة، ومعرفة مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة، وأيضا للكشف عن نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية للأزمة، وذلك وفقاً لشكل الرسالة ومصدرها، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالاستعانة بأداة تحليل المضمون والمقابلة والاستبانة الإلكترونية، وقد تم تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة قصدية من منشورات الجامعة خلال فترة حادثة مقتل الطالب، كما وتم تطبيق أداة المقابلة على العينة القصدية التي تكونت من موظفين في قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وتم توزيع الاستبيان على طلاب الجامعة عن طريق العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها وظفت العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهرا الخيلية استراتيجية التعزيز بنسبة أعلى، ثم تلتها استراتيجية إعادة البناء، ثم استراتيجية الإنكار، أيضا توصلت النتائج إلى أن الجمهور تقبل الاستراتيجيات الصادرة عن طرف ثالث خلال أزمة مهرا، وأيضا تقبل الاستراتيجيات الاتصالية التي بثتها الجامعة العربية الأمريكية عبر الاعلام التقليدي ووسائل اتصال شفهي بدون أنترنت، ومن أبرز توصيات الجامعة العملية: ضرورة تعزيز شهرة الجامعة بموقعها الإلكتروني كوسيلة اتصال حيوية ورسمية للعلاقات

العامة، خاصة في أوقات الأزمات، أنه يجب على متخصصي العلاقات العامة إعطاء الأولوية لفهم مشاعر الجمهور أثناء الأزمة، حيث يمكن لهذه المشاعر أن تؤثر بشكل كبير على استجابة الجمهور لاستراتيجيات إدارة الأزمات أما التوصيات العلمية أوصي الباحثين بإجراء أبحاث متخصصة في موضوع الأزمات والمشاعر.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، وسائل التواصل الاجتماعي، العلاقات العامة، الفيسبوك، والجامعة العربية الأمريكية (AAUP).

الفصل الأول

مقدمة

تعد دائرة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي حلقة الوصل التي تربط المؤسسة ب جماهيرها الخارجية والداخلية، كما تقوم باطلاعهم على برامجها وسياساتها وأنشطتها من خلال وسائل الإعلام المتعددة، بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة ذهنية مثالية، وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال حاجتها للحصول على أي معلومات، حيث تسمو جهود العلاقات العامة في رفع مستوى أداء مؤسسات التعليم الجامعي.

ويتعاضم دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي خلال فترات الأزمات والكوارث، حيث تعددت الأزمات التي تمر بها الجامعات الفلسطينية خلال السنوات الأخيرة سواء بسبب عوامل خارجية كالأوبئة أو بسبب عوامل داخلية كالصراعات الحزبية داخل الجامعات وغيرها من الأسباب، هنا يظهر دور العلاقات العامة في ممارسة اتصالات الأزمة مع الجماهير الداخلية والخارجية ويعرف اتصال الأزمة بأنه الاتصالات التي تحدث بالتزامن مع الأزمة وهي مرتبطة بوضع المؤسسة وبمراحل التحضير للأزمة، حيث أكد بابتكر (2019) أن أهمية اتصالات الأزمة تكمن في أنها تبني مصدر واحد للمعلومات وتزيل الغموض المحيط بالموقف، وتخفف من حدة السلبية والعدائية من قبل الجمهور ووسائل الإعلام التي تسعى لتغطية الموقف.

يزداد استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعية خلال الأزمات، لأن الجمهور يرى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدي، فهي لا تخضع لرقابة ولا لحارس بوابة كما أنها خط اتصال مباشر ومحدث وتوفر للجمهور معلومات عن الأزمة لا يستطيع الحصول عليها من مكان آخر بالإضافة أنها توفر تواصل ثنائي الاتجاه مع الجمهور (الراشد، 2022).

لا جدال في أن نجاح إدارة الأزمات يعتمد بشكل أساسي على الاتصالات التي تمارس خلال الأزمة ويقصد باتصالات الأزمة الأنشطة والجهود الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة خلال الأزمة وما قبل الأزمة وبعد الأزمة، بما يشمل الاستراتيجيات الموجهة لأنواع مختلفة من الجماهير (Benoit, 2004) ، ويؤكد كومبس أن اتصالات الأزمات تعتبر قوام الحياة ونواة الجهود الاتصالية الفعالة التي تقوم بها المؤسسات في الأزمات بهدف تقليص النتائج السلبية للأزمة واستغلال الفرص المتاحة خلال الأزمة وتحسين السمعة.

تعرضت الجامعة العربية الأمريكية لأزمة مقتل الشاب مهرا ن خليلية وإصابة آخرين إثر شجار وقع على بوابة الجامعة العربية الأمريكية بتاريخ 14 ديسمبر/ كانون الأول 2021، حيث شكلت هذه الأزمة تهديدا لسمعة الجامعة واحتاجت لمضاعفة جهود العلاقات العامة في ممارسة اتصالاتها حتى تستطيع إدارة الأزمة، بناءً على ذلك ستقوم الدراسة بتحليل ورصد دور العلاقات العامة في إدارة أزمة الجامعة العربية الأمريكية وفقاً للنظرية الظرفية لاتصال الأزمات التي تركز على فهم اتصالات الأزمات من وجهة نظر القائم بالاتصال، ونموذج اتصالات الأزمات بواسطة اجتماعية تولي أهمية لمشاعر وتقبل الجمهور .

الإطار المفاهيمي:

العلاقات العامة:

مفهوم العلاقات العامة:

تعد العلاقات العامة ظاهرة قديمة، قدم الإنسان نفسه، فكانت الأداة الفعالة التي سهلت عملية تواصله مع من حوله، وقد اهتمت المؤسسات باختلافها بالعلاقات العامة في عصرنا الحالي وأقبلت عليها نتيجة التقدم الكبير في وسائل الإعلام والاتصال والرغبة في كسب ثقة الجمهور وتأييده والتأثير فيه لتحقيق النجاح الذي تطمح إليه أي مؤسسة.

ويعرف إمام (1981) العلاقات العامة بأنها: "العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي، والهدف منها هو رعاية

العلاقات الإنسانية في المجتمع، وكسب ود الجماهير، وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة وبين الجماهير من جهة أخرى، وهو العلم الذي يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة علاقات ودية سليمة بين فئات الشعب، وبين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة" (ص 17). ويرى يوسف (2003) العلاقات العامة بأنها: "وظيفة إدارية متميزة تساعد على إقامة ودعم خطوط الاتصال وفهم متبادل وتعاون مشترك بين هيئة ما وجماهيرها، وتساعد الإدارة على حل مشكلاتها وتبقيها على علم وحساسية بنبض الرأي العام" (ص 9). ويشير محمد حافظ (2011) إلى أن مفهوم العلاقات العامة يشمل ركيزتين أساسيتين هما: المفهوم النظري لكون العلاقات العامة فلسفة للإدارة، والمفهوم التطبيقي الذي يشير إلى الوسائل المستخدمة لتطبيق تلك الفلسفة. كما أن المفهوم التطبيقي للعلاقات العامة يتضمن أكثر من معنى، وقد يعني السياسات التي تتبعها المنظمة للحفاظ على رضا جماهيرها، أو قد يعني النشاط الإعلامي الذي يهدف إلى كسب رضا جماهير المنظمة من خلال شرح وتوضيح أعمالها لتلك الجماهير.

وخاصة ذلك، أن العلاقات العامة وظيفية إدارية أساسية لها جانبها الاستشاري الذي يتمثل في توجيه الإرشاد والمشورة للإدارة مما يساهم في تقليل القرارات الإدارية والتنفيذية على صعيد القيام بالعمليات الاتصالية، وهي أساساً عملية علاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية للمنشأة ومع البيئة، مهمتها الأساسية إحداث تأثيرات إيجابية لدى هذه الجماهير بالاستخدام المستمر للبحوث والأنشطة الاتصالية، وهي فن تخطيط مدروس بما يؤدي حدوث المعرفة التبادلية التشاركية بأعلى كفاءة ممكنة بين الإدارة والعاملين داخل المنشأة لتوفير البيئة المناسبة لزيادة الكفاءة الإنتاجية ولتكوين صورة متميزة حول المنشأة عند الجمهور الداخلي والخارجي.

أهداف العلاقات العامة:

للعلاقات العامة العديد من الأهداف التي تطمح في رمتها إلى تلميع صورة المؤسسات والترويج الإيجابي لها، وتحسين صورتها أمام جمهورها خصوصاً في أوقات الأزمات، ويمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة فيما يلي:

1. الجانب الاجتماعي: تهدف العلاقات العامة إلى مساندة الأفراد في الاندماج مع الجماعة وفقا لمطالبها وحاجاتها والانتواء تحت حظيرة الرأي العام (حسن، 2015).
2. الجانب الأخلاقي: تقوم العلاقات العامة على مبادئ تستند على احترام الكيان الإنساني وفردية الإنسان، وتعتمد على استثارة الإنسان بالتشويق والإقناع القائم على عمليات التوضيح النفسي والتبصير السليم (حسن، 2015).
3. الجانب السلوكي: وهو الأهم، لأنه يتعامل مع أفراد مختلفين طباعا وسلوكا، يتغيرون من وقت لآخر، وبالتالي من السهل أن تتغير توجهات الأفراد وقناعاتهم، لذلك من المهم أن يشرف على برامج العلاقات العامة مختصون لديهم خبرة واسعة في إدارة توجهات الجماهير، وأن يكونوا مدركين لأهمية الرأي العام، وفهم سلوك الأفراد والطبيعة البشرية والإنسانية والمعرفة بطرق الاستثارة الفعالة على الجماهير (عبد الله، 2017).

وظائف العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة بعدد من المهام لخدمة منظماتها، فتعمل على معرفة آراء الجمهور وتحليلها، ووجهة نظر الرأي العام تجاه المؤسسة، ووضع استراتيجيات ترويجية تستخدم وسائل الإعلام لتوضيح نشاطات المنظمة وأهدافها وتبيانها، بالإضافة إلى كتابة بيانات صحفية تعمل على توجيهها لجمهورها، وغير ذلك من أساليب الترويج، هذا بالإضافة إلى وضع أنشطة وتنفيذها، تعمل على توعية الجماهير وتمكين العلاقات الإعلامية، بالإضافة إلى وضع استراتيجيات من شأنها إدارة الأزمات المختلفة، وكتابة النشرات والخطابات ومحتوى الويب، وكذلك متابعة مواقع التواصل للمؤسسة، والتفاعل مع الجماهير والرد عليهم، وكذلك تشكيل فريق لإدارة الأزمات بشكل مسبق، وبناء شراكات مع المستثمرين، وتقديم التقارير بشكل دوري (Pahwa, 2020).

أهمية العلاقات العامة

لقد أصبح تأثير الدولة على حياة المواطنين الاجتماعية والاقتصادية كبيراً، لذلك أصبح من الضروري أن يتبنى المواطنين الخطط والقرارات التي تقرها الدولة والتي تخص حياة المواطنين، وبالتالي فنجاح تلك الخطط يتطلب تأييدها من قبل الجمهور ولا يتم ذلك إلا بشرحها لهم وتحضير الرأي العام لقبولها. ونتيجة اتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج، أصبح هناك زيادة في التوزيع وتعاضم النفقات، بالإضافة لوجود منافسة قوية بين المؤسسات؛ هدفها استقطاب أكبر عدد من المستهلكين وإقناعهم بالتعامل مع منتجاتها أو خدماتها عوضاً عن المنتجات أو الخدمات الخاصة بالمؤسسات المنافسة، وهذا ما تقوم به دوائر العلاقات العامة.

وكذلك ظهور أنظمة الديمقراطية وتزايد الاهتمام بالرأي العام والجمهور أصبح يتطلب اتصال الدول والمؤسسات بجمهورها، والانتفاع الأمثل من جهود إدارات العلاقات العامة لضمان رعاية مصالح الجمهور والتعريف بمشاكله وآماله تجنباً للثورات والأزمات والاضطرابات. ومع التقدم الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري (صحافة، راديو، تلفاز،...) أصبح من السهل توظيف هذه الوسائل للتأثير على الفئات المختلفة من الجماهير، وبالتالي استخدامها لصالح المنشأة وأهدافها، وهنا تتأكد الحاجة إلى وجود العلاقات العامة لتحقيق هذه الأهداف. وازدياد الطلب على المعلومات والحقائق من طرف الجمهور نتيجة لانتشار الثقافة والتعليم والتقدم في وسائل الإعلام جعل العلاقات العامة سريعة في تأدية دورها في تغيير المفاهيم الأصح (صالح، 2021).

مبادئ العلاقات العامة

نظراً لأهمية وسائل الإعلام في التأثير على توجهات الأفراد، أضحت لا بد من سن القوانين الضابطة لعمل العلاقات العامة؛ بحيث تعبر تلك القوانين عن الإطار الفكري للعلاقات العامة ومبادئها، ومن أهم تلك المبادئ ما يلي:

1. المسؤولية الاجتماعية: إن العلاقات العامة ليست نشاطاً أنانياً يخدم مصالح المؤسسة فحسب؛ ولكنه

بالقدر نفسه يوازن بين مصالحها ومصالح جماهيرها والبيئة المحيطة (إسحاق، 2020).

2. مراعاة الصدق والأمانة في إبلاغ المعلومات: لا بد أن تتصف أعمال المؤسسة بالأمانة بالصدق، وأن تلتزم بالإخلاص والعدالة والإنصاف في مختلف ممارساتها؛ لأن الحقيقة خير إعلام عن المؤسسة (إسحاق، 2020).

3. اتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق: إن المبدأ السليم الذي تقوم عليه العلاقات العامة هو نشر الحقيقة للجماهير، حيث أن عدم إخفاء الحقائق يساهم في القضاء على الشائعات الضارة التي تؤدي إلى عدم الثقة بالمؤسسة (إسحاق، 2020).

4. كسب ثقة الجماهير: فالأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة لا يمكن أن تنجح إلا إذا كانت الجماهير راضية عنها، لذا يجب أن يكون لدى ممارسي العلاقات العامة مهارة عالية في تنفيذ واجباتهم لاكتساب ثقة الجماهير من خلال حسن أدائهم واحترامهم للجماهير (الصيفي، 2020).

5. الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة: فالعلاقات العامة وظيفة تدعو إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة مثل: الصدق، والنزاهة، والأمانة، والابتعاد عن خداع الجمهور، وكسب ثقة الجمهور عن طريق القوة الحسنة، فالعلاقات العامة هي سلوك وإعلام في أن واحد (جمال، 2019).

العلاقات العامة الرقمية

نتج عن تطور تكنولوجيا الاتصالات وما اتصل بها استحداث تقنيات وبرامج رقمية أدت دوراً بارزاً في تعزيز فاعلية الوسائط الاتصالية، وحدث تطور هائل في مجالات العلاقات العامة؛ بما تتضمنه من وسائل أفادت من خصائص هذه التكنولوجيا الحديثة، كالتفاعلية، وتعددية الوسائط، واختراق الحدود الجغرافية والزمنية وغيرها، ومع توظيف العلاقات العامة لهذه التطبيقات التكنولوجية كلها في تحقيق أهدافها وتنفيذ مهامها ووظائفها ظهر مصطلح العلاقات العامة الرقمية ليشير إلى إفادة المنظمات الدولية من مزايا الاتصال الرقمي في تفعيل أهدافها الاتصالية وإدارة علاقاتها مع الجماهير، باستخدام آليات اتصالية توظف هذه التقنيات، فقد أكدت التجارب والبحوث العلمية أنها تسهم بشكل كبير في تطوير الاتصالات الرقمية وتحسينها وتحقيق أهداف المنظمات (الصالح، 2021).

مفهوم العلاقات العامة الرقمية

أصبح استخدام وسائل الاتصال الرقمية والتفاعلية من قبل ممارسو العلاقات العامة في عملهم ضرورة حتمية لا مفر منها، بسبب التقدم الهائل الذي فرضه العالم الرقمي الآن، وازدادت الضرورة إلى ذلك مع تصاعد الأزمات التي يشهدها العالم حالياً، ويمكن تعريف العلاقات العامة الرقمية بأنها: "إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الإنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني، والألعاب الإلكترونية، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الإنترنت، ودمج النصوص، والجرافيك، والصور، ومقاطع الفيديو"، (عياد، 2018). وقد اعتمدت المنظمات الدولية على هذه التطبيقات التكنولوجية في ترتيب أولويات الجماهير مستفيدة من الكثافة الجماهيرية المتنامية لمستخدمي هذه التطبيقات عبر وسائل الاتصال الرقمية المتعددة كالبريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية والمدونات، فضلاً عن التطبيقات الرقمية للهواتف المحمولة، وهي كلها أدوات اتصالية توظفها العلاقات العامة الرقمية في ترتيب الأولويات بهدف تحقيق أهدافها، وأدى ذلك إلى الحاجة إلى تطوير رسائل العلاقات العامة الرقمية بحيث تتلاءم وحاجات القطاعات العريضة من الجماهير في المناطق المختلفة من العالم وتطلعاتها وتستطيع عبور الفجوات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها (العزاوي، 2021).

أقسام العلاقات العامة الرقمية:

صنف عياد (2018) العلاقات العامة الرقمية إلى فئتين:

— العلاقات العامة التي توظف تطبيقات (web 01)، وتدعى (PR-1)، وحيث توظف هذه الفئة من العلاقات العامة الرقمية البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية.

— العلاقات العامة التي توظف تطبيقات (Web 02)، وتدعى (PR-2)، توظف هذه الفئة من العلاقات وسائل التواصل الاجتماعي، كموقع فيس بوك، وتويتر، والمدونات وموقع يوتيوب، إلى غير ذلك.

وسائل العلاقات العامة الرقمية:

يمكن تلخيص وسائل العلاقات العامة الرقمية فيما يلي (تكروني، 2021):

1. التفاعلية: بعض العلماء يرى أن التفاعلية هي خاصية تملكها وسيلة الاتصال، ويتم رصدها من خلال قدرة الوسيلة على تعديل محتوى وشكل الرسالة الاتصالية، ومنهم من وظف التفاعلية على أنها عملية تبادل للرسائل الاتصالية وتربطها والاستجابة لها.
2. التزامنية / واللزامية: حيث يتواصل الأفراد على شبكة الإنترنت في نفس الوقت كما يحدث في الاتصال الشخصي (وجهاً لوجه)، أما الاتصال غير المتزامن يسمح للمشاركين بقراءة وكتابة الرسائل في أوقات مستقلة دون الحاجة لتواجد كلا الأطراف على الإنترنت في نفس اللحظة.
3. سيطرة المستخدم: هي قدرة الفرد على اختيار التوقيت المناسب والمحتوى وتتابع عملية الاتصال والبحث عن بدائل الرسائل المتاحة، أي أن أطراف عملية الاتصال يتشاركون في السيطرة على عملية تبادل المعلومات.
4. اتصال ثنائي الاتجاه: يُعد الاتصال (الاتصال من خلال الحاسب والاتصال الشخصي) اتصال ثنائي الاتجاه، حيث يتبادل الطرفان "المرسل والمستقبل" الرسائل التي تتدفق بشكل ثنائي الاتجاه.
5. تعدد الخيارات: يقصد به تزويد المستخدمين بخيارات متعددة للاختيار من بين المعلومات المتاحة.
6. تحديد المستفيد: وتعني أن المعلومات التي يتم تبادلها تكون محددة الغرض، أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها.
7. تعدد الوسائط: تشير الوسائط المتعددة إلى المعلومات التي تقدم عبر الوسائل الرقمية في أشكال متنوعة، مثل: النصوص، والصور، والرسومات الثابتة، والصور المتحركة.

توظيف وسائل الإعلام الرقمية في عمل العلاقات العامة:

يشار إلى أن التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال فرض واقع حياة مختلف للأفراد و فرض أيضا تغييرات تواكب هذا الواقع، حيث طال هذا التطور العلاقات العامة والتي استجابت لهذا التغيير وتفاعلت معه بدرجات

مختلفة بحسب الإمكانيات، فأصبحت العلاقات العامة تمارس أنشطتها عبر وسائل التواصل الرقمية وأصبح لها حضور قوي على منصات التواصل للتعريف عن خدماتها وأنشطتها وخدماتها للمؤسسات الثقافية، وازدادت أهمية تفعيل أنشطة العلاقات العامة عبر الإنترنت لأنه يتيح للأفراد التواصل وتبادل المعلومات التي تلامس اهتماماتهم بكل سهولة ويسر كما هو الحال في الاتصال الشخصي، كما أن ذلك يتيح للمؤسسات الثقافية الترويج للسلع الخاصة بها (ساري، 2015).

إن الوسائل الرقمية الحديثة تساعد موظفي إدارة العلاقات العامة في بناء قاعدة جماهيرية كبيرة، والحفاظ على العلاقات مع الجمهور وتوطيدها بما يسهم في تحقيق أهداف المنظمات، فالمواقع الإلكترونية تُعد أداة هامة للوصول إلى الجماهير بأقل النفقات، ويمكن من خلالها السيطرة على تدفق المعلومات، لذا حرصت الجهات الحكومية على إنشاء مواقع إلكترونية لها تُعرّف من خلالها بطبيعة عملها وما تقدمه من خدمات، بالإضافة إلى التفاعل مع الجماهير، مما جعل عملها مع وسائل الإعلام أكثر سهولة وكفاءة، والجدير بالذكر أن الجامعات الحكومية أنشأت مواقع إلكترونية للتعريف بالجامعة، وإبراز أنشطتها ومساهماتها في خدمة المجتمع، مما يسهل الوصول إلى المعلومات المتعلقة بها، كما يستخدم موظفو العلاقات العامة البريد الإلكتروني في الرد على الاستفسارات وتبادل الرسائل، إذ أن البريد يتيح تبادل الرسائل مع الجماهير الداخلية والخارجية بسرعة ودون تكلفة (الزعيبي، سليمان، و عبد الشافي، 2022)، ويسعى ممارسو العلاقات العامة إلى تطوير استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وتفعيل حضورهم عليها بغية الحصول على أقصى استفادة من تلك الوسائل في تحقيق أهداف المؤسسات والمنظمات ومساعدتها في تخطي تحديات العصر الحديث، وتحسين صورة المؤسسات الذهنية أمام الجماهير، لذلك أصبح من الضروري لممارسي العلاقات العامة أن يواكبوا تغيرات العصر على صعيد العالم الرقمي للقيام بمهامهم على أفضل وجه (هثيمي، 2015).

إدارة الأزمات:

من المعروف أن الأزمة حقيقة من حقائق الحياة، وهي تعبر عن مشكلة أو معضلة تتوالى فيها الأحداث وسط حالة من الغموض والشك وعدم الوضوح التام مما يؤدي بمتخذي القرار إلى حالة من فقدان السيطرة،

لذلك لا بد من التعامل مع تلك الأزمة بسرعة تفوق سرعة تدهور الأحداث وتأزمها، لأن قوى صنع الأزمة تحاول جاهدة تسريع عجلة الأزمة وأحداثها بأقصى سرعة ممكنة (جاد الله، 2020). وغالبا ما تظهر إشارات الإنذار قبل حدوث الأزمة، لذلك يجب على العلاقات العامة استشعار تلك الإشارات والاستعداد لإدارة الأزمة بهدف مواجهة علامات الضعف في المنظمة ومحاولة منع وقوع الأزمة أو انتشارها بعد وقوعها، لذلك فان التنبؤ بالأزمة واتخاذ إجراءات وقائية هو من أهم طرق مواجهة الأزمات ومنع حدوث نتائجها، لذلك توجهت المنظمات إلى إقامة مراكز للاستعداد لإدارة الأزمات، من خلال وضع مجموعة من التصورات المستقبلية لأزمات يمكن أن تحدث، وكيف يمكن توقعها قبل حدوثها، وتحديد طرق مواجهة هذه الأزمات، وهو ما أصبح يعرف بالسيناريوهات المصممة للتعامل مع أنواع محددة من الأزمات (عبابنة، 2018).

مفهوم الأزمة:

وفقاً لمعجم الوسيط عرفت الأزمة بقوله: (أزم على الشيء أزمًا: عض بالفم كله عضاً شديداً، يقال أزم الفرس على اللجام، وأزم فلان على كذا لزمه - وواظب عليه، وأزمت السنة: اشتد قحطها، وأزم الحبل: أحكم فتله، وأزم الباب: أغلقه، تأزم: أصابته أزمة، الأزمة: الشدة والقحط، جمع أوازم (الأزمة الأزمة): الضيق والشدة، يقال: أزمة مالية سياسية مرضية. (أنيس وآخرون، 2004، ص 16). وترجع أصول مصطلح الأزمة تاريخياً إلى الطب الإغريقي، ويعني نقطة تحول ولحظة فارقة في حياة المريض (جادالله، 2015، صفحة 8)، كما عرف المؤرخ الإغريقي "تيودوس" الأزمة: بأنها المحك الدقيق لمعادن الرجال وحقيقة الأحداث، في حين قال عنها "وليام كوانت" أنها: "لحظات الحقيقة التي تسبق الموت مباشرة وتتجلى فيها بصيرة الإنسان، لتري طبيعة الأشياء، وقد تجردت عن زخرفتها" (الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات ، 2012، صفحة 90). وفي القاموس البريطاني Webster عرفت بأنها: "نقطة تحول إلى الأفضل أو الأسوأ، أو أنها وقت حاسم أو خطر كبير تعتمد نتائجه على قدر العواقب السلبية التي سهر عنها" (Agnes & Guralnik, 1999, p. 275).

وفي العام 1937، تم تعريف الأزمة من قبل دائرة معارف العلوم الاجتماعية بأنها: وقوع خلل مفاجئ في العرض والطلب لرؤوس الأموال والسلع والخدمات، وتم استخدام المصطلح فيما بعد على صعيد العلوم

الإنسانية بمختلف أنواعها، وأصبح يعني الأحداث الفجائية التي تهدد استقرار الراهن، والنقطة الحرجة التي تدفع عجلة التطور من الأفضل إلى الأسوأ أو العكس، (قطيش، 2009، صفحة 25)، و بالتالي تعتبر الأزمة حدثا حرجا ينتج شعورا بالتهديد الحقيقي ويتطلب جهودا قوية للحد من تداعياته من خلال معرفة الأسباب التي ولدت الأزمة و سببت في تفاقمها مع أهمية وجود رؤية مستقبلية لما يمكن أن ينجم عن تلك الأزمة من تبعات وتطورات (عبد السلام، 2015، صفحة 56).

مفهوم إدارة الأزمة: إن الأزمات التي تواجهها المنظمات تعتبر تغيرات تحدث بشكل غير متوقع على البيئة الداخلية والخارجية دون سابق إنذار أو مؤشرات لحدوثها، وغالبا ما يقال أن كل أزمة لا بد أن تحتوي بداخلها بذور النجاح وجذور الفشل أيضا، لذلك كان لابد من إيجاد وسائل وأساليب من أجل مواجهتها وهو ما اصطلح على تسميته (إدارة الأزمات).

عرفت إدارة الأزمة بأنها أداة لمواجهة الحوادث الطارئة ووضع خطط للتعامل مع الحالات التي لا يمكن تلافيها، وأيضا تجهيز التحضيرات التي يمكن التنبؤ بها، كما تطبق هذه الأداة للتعامل مع الحالات قبل أو عند وقوعها، بهدف تقليل الأضرار التي من الممكن أن تنتج عن الأزمة المفاجئة التي أدت إلى ضرر أو خسارة معينة. (اللامي والعيساوي، 2015، ص 43). وتعرف إدارة الأزمات بأنها عملية من شأنها أن تحدث استجابة للأزمات من قبل عدد من الإداريين المتمرسين والمدرّبين بشكل جيد والذين يستخدمون خبرتهم في الحد من تداعيات الأزمة (جادالله، 2015). وهي سلسلة متتابعة من جمع المعلومات وإيجاد البدائل واتخاذ القرارات الصائبة، وهي أسلوب إداري يتعامل مع الأخطار غير المحسوسة وغير المتوقعة (الخضيري، 2003).

وأيضا تعرف بأنها مدخل إداري متكامل يتم توظيفه لمواجهة الأزمات باعتبارها نقطة تحول جوهرية نحو التدهور، حيث بإمكان مديري الأزمات أن ينقلوا نقطة التحول في الاتجاه الإيجابي من خلال هذا المدخل وتعزيزه بالمدخل الثانوي في إدارة الأزمات، وهو مدخل تخطيط الأزمات (الغامدي، 2015)، كما تعرف

على أنها طرق السيطرة على الأزمة من خلال توظيف أدوات إدارية وعلمية مختلفة، والاستفادة من إيجابيات الأزمة بالإضافة إلى تجنب سلبياتها وهو عمل شامل ومتكامل، ففوق الأزمة وقوعاً فعلياً يكون بتلقي أفراد فريق إدارة الأزمات إشارة من إشارات الإنذار بوقوع حادث أو ملاحظة أية مؤشرات تنذر بوقوعه مع تحديد مكانه وزمانه، حيث يبدأ عمل فريق إدارة الأزمات كخطوة تالية لتلقي إشارة الإنذار وتكون نقطة بدء العمل باتخاذ كافة الإجراءات للتأكد من صحة الإشارة ودقة المعلومات المتضمنة فيها والمستنتجة عنها (الحري، 2019).

إذا فإدارة الأزمات هي كيفية التغلب عليها باستخدام أدوات علمية وإدارية مختلفة، والقضاء على سلبياتها وتوظيف إيجابياتها.

أسباب ظهور الأزمات:

لكل أزمة مؤشرات تنذر بحدوثها، وهناك مظاهر أولية وسطي ونهائية تقوم بتعزيز الأزمة، ولكل أزمة هناك تبعات وتداعيات ومستجدات، وإن المشهد الأخير من حدوث الأزمة ما هو إلا المرحلة الأخيرة من الأزمة التي تفاقمت على مدى زمن طويل، ويمكن تلخيص أسباب بروز الأزمة في (الجدلي، 2006):

1. سوء الفهم: وينتج عادة بسبب المعلومات المنقوصة حول الأزمة ثانياً من التسرع في اتخاذ القرارات وعدم التريث في إطلاق الأحكام، وهذا يكون عادة بسبب الرغبة في الحصول على نتائج ملموسة.
2. سوء الإدراك: يعتبر من أهم مراحل السلوك الأساسية، ويتمثل في فترة استيعاب المعلومات التي تم جمعها، وإصدار حكم على الأمور بناء عليها، فإذا كان الإدراك غير صحيح بسبب تشويش خارجي، هذا يحدث فجوة بين القرارات والأداء الفعلي للكيان الإداري، مما قد يولد نتيجة عكسية ويفاقم الأزمة.
3. سوء التقدير والتقييم: يعتبر من أهم أسباب حدوث الأزمات في عدة مجالات وخصوصاً المجالات العسكرية.

4. الإدارة العشوائية: تسمى تجاوزا إدارة لكنها حقيقة ليست كذلك، بل إنها مجموعة من القرارات التخبطية والعشوائية التي لا تستند لأسس علمية، وهذا هو سبب حدوث الأزمات الإدارية في دول العالم الثالث التي تطبق نظما إدارية عشوائية ومتهالكة لا تتبع لمنهج علمي دقيق.
5. الرغبة في الابتزاز: عادة تلجأ جماعات المصالح في اتباع هذا الأسلوب من أجل تحصيل بعض المكاسب غير الشرعية من الهيكل الإداري للمؤسسات، حيث تقوم بصناعة الأزمات المتتالية في المؤسسة وإخضاع الهيكل الإداري لأزمات متعددة ثم إجبارهم على تلبية الطلبات.
6. اليأس: يعد من أخطر الأسباب المؤدية للأزمات، فهو بعد ذاته أحد الأزمات النفسية التي تتحكم بشكل كبير بمتخذي وصانعي القرارات.
7. الإشاعات: الكثير من الأزمات يكون سببها إطلاق إشاعة ومعلومات كاذبة وتوظيفها بطريقة تضلل الجمهور مما يولد الأزمة ويفاقهما.
8. استعراض القوة: يطلق عليها أيضا "ممارسة القوة" وعادة ما تلجأ الكيانات والمؤسسات الكبيرة لهذا الأسلوب عن طريق استغلال نقاط القوة في التفوق سواء بسبب الحصول على نقطة قوة جديدة أو بسبب حصول ضعف عند الطرف الآخر.
9. الأخطاء البشرية: تنتج بسبب عدم فعالية وكفاءة العمال، وانخفاض الدافعية والحماس للعمل، وتساهل الرؤساء والمشرفين، وعدم تطبيق المتابعة والمراقبة لسير العمل.
10. تعارض المصالح: تعد من أخطر أسباب الأزمة، ذلك لأن كل طرف من أصحاب المصلحة يسعى إلى ما يحقق له مصلحته مستخدما وسائل الضغط المتاحة له، مما يفاقم من تداعيات الأزمة.

مراحل الأزمة:

تؤكد أدبيات إدارة الأزمات أن الأزمة تمر بعدة مراحل، واختلف الباحثون والمختصون على عدد هذه المراحل وتقسيمات مراحل تطور الأزمة ومسمياتها، لكن تلك الخلافات شكلية سائغة وليست اختلافات في الجوهر، وفي العموم فالأزمة تمر بالمراحل التالية (كامل، 2010، صفحة 52):

1. مرحلة الميلاد: فالأزمة غالباً تنتج عن مشكلة سابقة لم تعالج بالشكل الصحيح، وهنا يكمن دور متخذي القرار في معالجة المشكلة بأقل الخسائر الممكنة قبل أن تتضخم وتتفاقم.
2. مرحلة النمو والاكتمال: وهذه المرحلة نتيجة متوقعة لإهمال معالجة المشكلة من البداية مما يدخل الأزمة في طور النمو متأثرة بمحفزات ذاتية وأخرى خارجية تفاعلت معها الأزمة حتى وصلت لتلك المرحلة.
3. مرحلة النضج: من أخطر المراحل التي تمر بها الأزمة، وتنشأ بسبب اللامبالاة في التعامل مع المشكلة في مراحلها الأولى من قبل صنّاع القرار، وبمجرد الوصول لتلك المرحلة فإن الاصطدام بالأزمة أمر لا بد منه.
4. مرحلة الانحسار والتقلص: تدخل الأزمة تلك المرحلة بعد صدام قوي يجعلها تفقد كثيراً من قوتها، وهناك أزمات تتجدد بسبب أخفاق الصراع في الوصول لهدفه.
5. مرحلة الاختفاء أو ما بعد الأزمة: تصل الأزمة لتلك المرحلة عندما تنتهي دوافعها وتفقد عناصر قوتها، ومن الجدير بتلك المرحلة الاستفادة من تجربة الأزمة لتجنب أسباب حدوثها.

أهداف إدارة الأزمات:

إن الهدف من إدارة الأزمات هو تفعيل الاستجابة السريعة لتطورات الأزمة للتخفيف من حدتها وتداعياتها من خلال التخطيط والاستعداد للأزمات، وتوفير الدعم اللازم لإعادة التوازن إلى حالته الطبيعية، إضافة لتمكين الإدارة من التنبؤ بأسباب الأزمة وحصر مصادر التهديد المرتبطة بها واستغلال الموارد المتاحة للحد من تنامي الأزمة والتخفيف من الخسائر على كافة الأصعدة، وتفعيل دور الأجهزة والجهات المسؤولة عن إدارة الأزمة من خلال تأسيس مركز قيادة عمليات، وتسخير الإمكانيات المالية والموارد البشرية لحصر الأزمة في أضيق نطاق ممكن (السيد، 2002).

وتهدف إدارة الأزمات كذلك إلى توفير القدرة العملية والعلمية على السيطرة على مصادر التهديد والتنبؤ بأي خطأ والاستغلال الأمثل للإمكانيات والموارد المتاحة للتقليل من تأثيرها السلبي، وتحديد دور الأجهزة المعنية بتنظيم وإدارة الأزمات وقت الأمان ووقت الأزمة والتأكد من عدم تكرارها، بالإضافة إلى توفير الإمكانيات

المادية للاستعداد والمواجهة وسرعة إعادة التعمير بأقل التكاليف، للاستعداد لمواجهة الأزمات من خلال التنبؤ بالمشكلة وتمكين الإدارة من السيطرة على الموقف وتوفير نظم الاتصال الفعالة، والتعامل السريع مع الأزمات لوقف تفاقمها وتحجيمها من خلال تحليل الأحداث وتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الناتجة عن كل أزمة (مكاوي، 2005، صفحة 72).

أساليب مواجهة الازمات:

بحسب الشعلان فإن طريقة التعامل مع الأزمات تختلف حسب المواقف، وحسب السياسة وحسب الإمكانيات وأيضا حسب ظروف الأزمة، وعلى كل حال فهناك ثلاثة طرق تكتيكية للتعامل مع الأزمات، وهي (الشعلان، 2015):

1. الأسلوب القهري: اللجوء إلى القوة لإرغام أحد أطراف الصراع بالعدول عن موقفه، ويعني هذا الأسلوب عدم الاستسلام لمطالب الطرف الآخر بغض النظر عن مستوى التهديد، لذا فهو يعتمد على قدرة الأجهزة الأمنية على تكبد الخسائر وفرض العقوبة على الخصم.

2. الأسلوب التساومي: يعتمد هذا الأسلوب بشكل أساسي على التفاوض، ويتخلص أسلوب التفاوض في تقديم تنازلات معينة للخصم مقابل عدوله عن بعض موقفه ومطالبه، وتفشل المفاوضات إذا كان أقل ما يطلبه طرف معين هو أكثر من الحد الأدنى الذي لا يستطيع الطرف الآخر أن يتنازل عنه.

3. الأسلوب التنازلي: ويعني الاستجابة لمطالب الخصم وتحمل الخسائر من أجل إنهاء الأزمة.

والحقيقة أن هذه الأساليب الثلاثة من الممكن أن تجتمع في بعض الأزمات، حيث تلجأ السلطات للتفاوض مع مديري العملية ثم تحسم موقفها باستخدام أسلوب القوة، ومن جانب آخر، فهناك عدد من الاستراتيجيات العامة التي قد تتناسب مع بعض الأزمات وهذا لا يعني تفضيل إحداها على الأخرى، وإنما إيجاد بدائل تتلاءم مع الطبيعة المتنوعة للأزمات.

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات:

إن للعلاقات العامة دوراً بارزاً في إدارة الأزمات، حيث لا يقتصر دورها أثناء حدوث الأزمات فقط؛ بل يجب أن يكون قبل ظهور الأزمة، وذلك بالسعي لاكتشافها والتنبؤ بها قبل حدوثها، كما يلزم أن تكون حاضرة إلى ما بعد مرحلة الانتهاء من الأزمة لأجل استخلاص الدروس والعبر منها حتى يتجنب حدوثها مستقبلاً، فدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات يجب أن يكون مفعلاً ومهيأً لمواجهة مختلف مراحل الأزمة بدءاً بمرحلة اكتشاف إشاراتها، وانتهاءً بمرحلة التعلم والاستفادة منها، وفيما يأتي بيان لتلك الأدوار المنوطة بالعلاقات العامة في إدارتها للأزمات بحسب (بوقصاع، 2016):

1. دور العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمة باكتشاف إشارات الإنذار: هذه المرحلة تبدأ عادةً بظهور أعراض، أو إشارات، أو إنذارات تنبئ عن إمكانية ظهور أزمة، فإذا تقطن لها أصحاب الإدارة والمنظمات فإنهم سيحدون من انتشارها، أو يقلصون من حدتها، بخلاف ما إذا تجاهلوا هذه الإشارات المبكرة، أو فسروها تفسيراً خاطئاً، فإن ذلك سيؤدي إلى نشوء أزمة حقيقية. ومن الملاحظ أن الإشارات التحذيرية تختلف باختلاف نوع الأزمة، فمثلاً المطالب المالية للعمال قد تكون إشارة تحذيرية لوقوع اضطرابات، كذلك قد تكون زيادة أعطال بعض الأجهزة مؤشراً على فشل المعدات وإمكانية وقوع حوادث وكوارث.
2. دور العلاقات العامة في تشخيص الأزمة: من المعروف أن الأزمة لا تنشأ فجأة، بل تشكلت بفعل عدة أسباب وعوامل، ولا يمكن معالجة الأزمة دون الوقوف على الأسباب المؤدية لها، وإلا ستصبح عملية معالجة المشكلة شبه مستحيلة ومهدرة للوقت والجهد والطاقات وإطالة عمر الأزمة، فمن علم أسباب الأزمة ظفر بالنجاة منها.
3. دور العلاقات العامة في الاستعداد والوقاية من الأزمات: يكمن دور العلاقات العامة في هذه المرحلة على وضع البرامج والخطط استعداداً لمواجهة الأزمة قبل حدوثها، كرسم سيناريوهات، والقيام بتدريبات افتراضية من قبل مؤسسات، وعليه يجب أن يتوفر لدى المؤسسات استعدادات جاهزة، وأساليب كافية للوقاية من الأزمات.

إن التعامل العلمي مع الأزمات من شأنه أن يحد من المخاطر الناجمة عنها، قبل وأثناء وبعد الأزمة، فاستشعار الأزمة باعتماد المعلومة الدقيقة وتحليل البيانات من شأنه احتواء الأزمة، كما أن التخطيط الجيد من شأنه التعامل السريع مع الأزمة واتخاذ القرارات التي من شأنها مواجهة الأزمة وحلها، فضلاً عن أن التقويم واعتماد التجارب السابقة وتبادل الخبرات والمعلومات وتوظيف الكفاءات من شأنه أن يعطي نتائج أكثر فاعلية في التعامل مع الأزمة.

وتعمل العلاقات العامة على تشكيل فريق لإدارة الأزمات ومكافحتها والتخفيف من حدتها، ومعالجة الآثار والخسائر والأضرار الناجمة عنها، بحيث يسارع هذا الفريق إلى عمل اجتماعات طارئة مع جميع المسؤولين في المنظمة عند وقوع الأزمة من أجل معالجتها، وتحديد آلية توصيل المعلومات إلى الموظفين والرسميين والإعلاميين. كما تقوم إدارة العلاقات العامة بتنفيذ الخطط الموضوعية، وتوظيف ناطق رسمي يعمل على إعلان التصريحات والمعلومات الحقيقية عن الأزمة لمنع تكوّن الإشاعات، وبما أن الأزمات لها العديد من الجوانب، فإن أفراد هذا الفريق مختصون في إدارة الأزمة من جميع جوانبها بأقل الأضرار، وفي وضع الخطط لمنع حدوثها مرة أخرى، ويعمل هذا الفريق على التعامل مع الأزمات، كل أزمة حسب متطلباتها، فعلاج أزمة ما لا يعالج أزمة أخرى، فكل أزمة لها علاجها، حتى وإن كان هناك أوجه تشابه فيما بينها؛ فعناصر الأزمات وإن تشابهت فلا تخلو من فروق كبيرة في أحد العناصر (التميمي، 2018).

ويكون التواصل خلال الأزمة بتفعيل أدوار الاتصال الذي يجب تفعيله في جميع مراحل الأزمة بجميع أنواعه، على اختلاف الأدوات والوسائل المستخدمة في ذلك والنتائج المترتبة، فتعمل إدارة العلاقات العامة على تفعيل أنشطتها بالإضافة إلى أنشطة الاتصال خلال الأزمة في المؤسسات المختلفة، وعملية التواصل التي تستخدمها العلاقات العامة خلال الأزمة هي الطريق نحو علاج الأزمة (Alzahrani, 2016)، وفي السياق ذاته، يرى Bakos (2018) أن ممارسو ومديرو العلاقات العامة يركزون في الغالب على اتصالات الأزمات الخارجية، حيث أن هناك أبحاث تظهر التقليل من قيمة الاتصال الداخلي أثناء الأزمات، حيث أظهرت هذه الأبحاث أن الموظفين يمكن أن يكونوا سفراء فعالين للمؤسسة، لكن الشركات ليس لديها سياسات اتصال

داخلية لإدارة الأزمات، وهناك فجوات في الاتصال خلال هذه المواقف غير المتوقعة، فلا يتم إبلاغ الموظفين بشكل صحيح بما يجري، وبالتالي لا يتمكنون من العثور على معلومات حول الإجراءات التصحيحية واتخاذ إجراءات إيجابية.

العلاقات العامة وإدارة الأزمات في الجامعات:

تعتبر الصورة الذهنية وسمعة المؤسسة من أهم النتائج السلبية للأزمات، حيث بالإمكان ترميم هذه الصورة الذهنية من خلال تنفيذ حملة إعلامية، وتصحيح الأوضاع الخاطئة التي نتجت عن الأزمة، والسعي للحصول على تأييد الرأي العام للجامعة، وبالتالي يمكن توضيح خطط العلاقات العامة في إدارة الأزمات بثلاث مراحل، أولاً: خطة العلاقات العامة قبل وقوع الأزمة، وتتمثل في: التخطيط لمواجهة الأزمة قبل حدوثها، وعدم تضييع الوقت حتى تثبت الأزمة نفسها بوضوح، ومعالجة المشكلات التي تسببت بوقوع أزمة، وتصميم خطط طوارئ بديلة تضمن سير العمل في الجامعة، وتطوير عمليات التنبؤ قبل وقوع الأزمة، ووضع أساليب وخطط لتجنب الأزمات، وتحديد طرق للتعامل مع آثار الأزمة. ثانياً: خطة العلاقات العامة أثناء الأزمة، فتتمثل في: تحديد أسباب الأزمة بدقة، وتحديد نتائج الأزمة المتوقعة والتأثيرات القائمة وتوابع الأزمة، ووجود تنسيق بين وحدات الجامعة، ومتابعة ردود الفعل المختلفة التي تصدر عن جمهور الجامعة الداخلي والخارجي، ومراقبة سير العمل في الجامعة، وتعزيز التماسك الداخلي والوحدة الواحدة في الجامعة، وإدراك خطورة كل عنصر من عناصر الأزمة. ثالثاً: خطة العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة، والتي تتمثل في: البحث في أسباب حدوث الأزمة، والكشف عن أسباب الضعف في توقع الأزمة أو مواجهتها، ووضع خطط لتحسين الصورة الذهنية للجامعة، والدعم النفسي للعاملين في الجامعة، والتخلص من آثار الأزمة بالنسبة للجمهور الخارجي، والتواصل مع المتضررين في الأزمة وتقديم المساعدة لهم (ملوكي، 2020).

فتتمثل الغاية من توظيف الاتصال وقت الأزمات في تفادي انحراف المعلومات، لهذا يكون من الضروري أن يعمل الجهاز الاتصالي جنباً إلى جنب مع الاستراتيجيات المتبناة لمواجهة الأزمات على المستوى العام. أما على مستوى المؤسسة فاتصال الأزمة يمكن ربطه بمختلف مراحل التسيير التي مرت بها المؤسسة،

حيث يعتبر الاتصال من أهم العوامل المؤثرة في إدارة الأزمة، كونه وسيلة ربط جميع الأطراف المشاركين في إدارة الأزمة.

اتصالات الأزمة

مفهوم اتصالات الأزمة

تعرف اتصالات الأزمات بأنها إجراءات إعلامية تقوم بها المؤسسة المتضررة أو المهددة بالأخطار اتجاه وسائل الإعلام ومختلف جماهيرها، حيث تركز النظريات المقترحة في هذه الأعمال أو المجال على فرضيات الاتصال الجماهيري؛ كحقل هام في علوم الإعلام والاتصال، كما أنها عملية التفاعل اللفظي، أو الشفهي، أو المكتوب، أو المرئي، أو المسموع بين المؤسسة وجماهيرها، باستخدام وسائل وأساليب اتصالية متنوعة تتضمن وصول المعلومات إلى الجماهير قبل وأثناء وبعد وقوع الأحداث السلبية للأزمة، وهذه الاتصالات قد صممت لتقليل الأضرار الواقعة على سمعة المؤسسة (أبو سريع، 2017).

فإن خطة الاتصال وقت الأزمات قائمة على المراحل الاستراتيجية للأزمة ذاتها، فالقاعدة الأساسية لها هي جمع المعلومات عن محيط المؤسسة ومراقبة محيطها الداخلي والخارجي وإدارة المشاكل والأحداث وحلها قبل تفاقمها، وهذا يظهر في الاستراتيجية الوقائية لإدارة اتصالات الأزمة قبل وقوعها، ومحاولة معالجتها عند حدوثها، ثم تكوين استراتيجية متابعة الأزمة إلى غاية انتهاء أحداثها مع تقييم وتحليل الخطة الاتصالية والإدارية لتحديد مكامن القوة والضعف فيها لتعديلها بما يحقق نسبة نجاح أفضل في المستقبل.

أهداف اتصالات الأزمة

إن اتصالات الأزمة تلعب دورا بالغ الأهمية في المراحل المختلفة للأزمات، ومن هنا تنامي الاهتمام النظري والعملية باتصالات الأزمة؛ والتي تتسع لكل أنماط الاتصالات ومجالاته أثناء الأزمة، فتتمثل أهدافها في منع وقوع الأزمة إن أمكن ذلك من قبل المؤسسة، والتصدي الفوري والفعال عند وقوع الأزمة، بالإضافة إلى توزيع المهام والأدوار على الأجهزة المختلفة للمؤسسة، وتوفير الإمكانيات والموارد اللازمة لمواجهة الأزمة، وسرعة

الاستجابة الفورية وتقليل الخسائر إلى أقل حد، وكذلك زيادة قدرة المؤسسة على التعامل مع وسائل الإعلام سواء المحلية، الوطنية، الإقليمية، أو الدولية، واستعادة المؤسسة عافيتها في أقصر مدة زمنية ممكنة لاستمرار أدائها لدورها في المجتمع (القروي، 2021).

وظائف اتصال الأزمة في المؤسسات

تتلخص وظائف اتصالات الأزمات فيما يلي (جاد الله، 2020):

1. التركيز على إزالة الغموض الذي يكشف الأزمة منعاً للشائعات وحماية لصورة وسمعة المنظمة.
2. عدم الإدلاء بكافة المعلومات والتطورات حول الأزمة والجهود التي تعمل لحلها لوسائل الإعلام، والاكتفاء بجزء من المعلومات بما يشبع رغبتها وفضول الجمهور حول الأزمة.
3. اتباع منهج وآلية معينة للتعامل مع استفسارات الجمهور حول الأزمة وتفاصيلها وتطوراتها.
4. تحري الدقة في المعلومات التي تكشف للجمهور حول الأزمة، ومحاولة كسب دعم السلطات المحلية في مواجهة الأزمة.
5. العمل على أن تجتاز المنظمة في الساعات الأولى الأزمة بثقة وتماسك في اليوم الأول والثاني لوقوع الأزمة، فكل جهود الاتصال تهدف إلى دعم قوة المنظمة وكسب ثقة الجمهور.

باختصار يجب على أي منظمة أو مؤسسة أن تكون على استعداد دائم لأي أزمة تعترض طريقها لأن الأزمات أصبحت أمراً طبيعياً، فعليها أن تضع خطط لإدارة الأزمات وأن تتوقعها قبل حدوثها لتتمكن من مواجهتها بأقل الخسائر والتكاليف، والمؤسسة الناجحة عليها أن تعمل على تحويل الأزمة إلى فرصة تنهض بها في سوق العمل وتكسب إعجاب الجمهور ووسائل الإعلام، وعلى كل مؤسسة أن تبحث عن مؤسسات واجهت أزمات وتمكنت من تخطيطها لتكتسب خبرات وتوقعات حدوث لأي أزمة حتى لا تصدم بأزمة جديد، أو لا يكون لديها أي خلفية عنها، فأهم ما تقوم به المؤسسة أو المنظمة هو إعطاء الدورات المكثفة لموظفيها وخاصة قسم العلاقات العامة لتعريفهم بالأزمة وأسبابها وكيفية التصرف في حالة حدوثها وأن تعرفهم بالنماذج الاتصالية والإدارية لإدارة الأزمات حتى يتمكنوا من تحديد نوع الأزمة ومواجهتها بالشكل الصحيح ليتمكنوا

من تخطيها بأقل الخسائر، إضافة لتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة أو المنظمة لدى موظفيها وجمهورها ووسائل الإعلام الأمر الذي يلعب دوراً كبيراً في المساعدة على تخطي الأزمة.

تتمثل الغاية من توظيف الاتصال وقت الأزمات في تقادي انحراف المعلومات، لهذا يكون من الضروري أن يعمل الجهاز الاتصالي جنباً إلى جنب مع الاستراتيجيات المتبناة لمواجهة الأزمات على المستوى العام، أما على مستوى المؤسسة فاتصال الأزمة يمكن ربطه بمختلف مراحل التسيير التي مرت بها المؤسسة، حيث يعتبر الاتصال من أهم العوامل المؤثرة في إدارة الأزمة، كونه وسيلة ربط جميع الأطراف المشاركين في إدارة الأزمة، وعلى العلاقات العامة أن تتعامل مع هذه الأزمات.

وتزداد خطورة الموقف عندما تتبنى وسائل الاتصال الجماهيرية الأفكار المناهضة للمؤسسة، وتقوم على ترويجها دون الرجوع إلى المعنيين من الطرف الآخر، فعليه يجب أن تضع المنظمة في اعتبارها عند رسم سياستها أن تكون مهينة للتعامل مع المطالب المشروعة لجماعات الضغط أو المصالح أو الاهتمامات الخاصة أو أفراد الجمهور والاستجابة لها إذا ثبت للمؤسسة صحة وجهة النظر الأخرى، ومن ثم المباشرة فوراً في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعديل الوضع القائم أو تغييره، فسياسة التجاهل قد تزيد الأمر سوءاً، وتضخم المشكلة وبالتالي فقدان المؤسسة لمصداقيتها.

أزمات مؤسسات التعليم العالي في فلسطين:

تعد الجامعات من أهم القطاعات التي يمكن أن تسهم في تحقيق التنمية بالدول المتقدمة منها أو النامية، وذلك لما لها من طبيعة خاصة تجعل منها شريكاً أساسياً في تطوير المجتمعات، حيث أُطلق عليها وكالات للابتكار وبناء رأس المال البشري، ويعتبر التعليم العالي في فلسطين حديث نسبياً؛ بسبب ظروف الاحتلال والإعاقات التي يمارسها والتي يترتب عليها عرقلة العملية التعليمية أو توقفها في مراحلها المختلفة، هذا وقد تم إنشاء مؤسسات التعليم العالي في إطار مبادرات وطنية في ظل الظروف الاقتصادية والسياسية المعقدة، وقد نمت وتطورت على مدار الخمسين عاماً الماضية بسرعة، فيما شهد قطاع التعليم العالي عام 1994

نقلة نوعية، وذلك بعد تسلم السلطة الوطنية الفلسطينية ضمن اتفاقيات أوسلو، حيث زاد عدد المؤسسات والبرامج والدرجات العلمية في مختلف المجالات (النجار و الزعبي، 2018).

ويعاني قطاع التعليم العالي في الضفة الغربية من أزمات متنوعة، أهمها الأزمات المالية، وتكدس أعداد كبيرة من الخريجين الذين يعانون من ندرة فرص العمل، إضافة إلى وجود أزمة هوية متعلقة بعملية إنتاج المعرفة في ظل الظرف الاستعماري، حيث أن مؤسسات التعليم العالي تأسست معظمها تحت وطأت الاحتلال الإسرائيلي ومن خلال دعم محلي و وطني وتوسعت وسرعان ما تطورت حتى أصبح عدد مؤسسات التعليم العالي القانونية في الضفة وقطاع غزة في السنة الدراسية(2016-2015) 50 جامعة وكلية (الصوراني، 2022).

يشار إلى أن دور الحكومة في مؤسسات التعليم العالي قد انخفض بشكل كبير، بسبب اتباع سياسات ليبرالية في الجانب الاقتصادي، حيث قلصت الحكومة تقديم خدماتها بذريعة الأعباء المادية الكبيرة على ميزانيتها، حيث تملصت الحكومة منذ 10 سنوات من دفع مخصصات الجامعات، حيث أن تقليص دور الحكومة أثر بدوره على مستويات عدة أهمها قيام الجامعات برفع أقساطها، مما أدى إلى حرمان الفئة غير الميسورة من إكمال مسيرتهم التعليمية، وبالتالي حرمان المجتمع من الاستفادة من قدراتهم ومساهماتهم المتوقعة، ومن جهة أخرى زيادة عدد الطلبة المقبولين في التخصصات المختلفة لسد العجز في ميزانيات الجامعات وهذا أثر بشكل مباشر على نوعية وجودة التعليم، علاوة على تسليع التعليم عبر انتشار الجامعات الخاصة والتعليم الموازي الذي يخضع لمفاهيم السوق (عرض وطلب) بعيداً عن الجانب الأخلاقي أو التحرري (الحجار، 2016).

أزمة مقتل الطالب مهراڤ خليلية:

سجّلت الجامعات الفلسطينية في عام 2021، أحداثاً خطيرة بين الكتل الطلابية في بعض الحالات، وبين إدارات الجامعات والكتل الطلابية في حالات أخرى، وبين طلاب خارج إطار الكتل في حالات ثالثة، إضافة لخلافات كبيرة مع جهات رسمية في السلطة الفلسطينية (أمد للإعلام، 2021).

وسجلت الجامعة العربية الأمريكية أكبر أزمات الجامعات الفلسطينية خلال عام 2021، عندما أسفر شجارٌ بين طلاب عن مقتل أحدهم، وهو مهراڤ خليلية (21 سنة) من بلدة جبع جنوب جنين، حيث أدى ذلك إلى إغلاق الجامعة لأبوابها واتخاذ قرارات بفصل الطلبة الضالعين في الشجار، وتعزيز الأمن داخل الحرم الجامعي، وإلغاء الكتل الطلابية، وقد اتخذت إدارة الجامعة العربية الأمريكية العديد من الإجراءات لإدارة هذه الأزمة، ومنها ما يلي (وكالة معاً الاخبارية، 2021):

1. فصل جميع الطلبة الذين لهم علاقة بالحدث المؤسف والمستهجن والذي حصل منذ مساء يوم الخميس الماضي وحتى يوم وقوع الجريمة، فصلاً نهائياً، وتم تعميم الأسماء على كافة الجامعات الفلسطينية تطبيقاً لقرار مجلس التعليم العالي.
2. تشديد الإجراءات الأمنية داخل حرم الجامعة، ولم يسمح للزوار دخولها، وعلى الطالب إبراز الهوية الجامعية عند الدخول للجامعة، تم تأمين محيط الجامعة من قبل الأجهزة الأمنية المختصة.
3. تجميد كافة الأطر الطلابية وعدم القيام بأية أنشطة داخل الحرم الجامعي حتى إشعار آخر.
4. سعي إدارة الجامعة على توفير كافة الإجراءات اللازمة لتوفير بيئة آمنة للطلبة من أجل استئناف الدوام الوجاهي في الجامعة، و تم الإعلان عن آلية الدوام أولاً بأول، والإجراءات المتبعة لذلك.
5. التأكيد على إبقاء المركز الطبي مفتوحاً داخل الحرم الجامعي طيلة أيام الأسبوع، وخلال ساعات الدوام.
6. تواجد سيارة الإسعاف تابعة للهلال الأحمر الفلسطيني داخل حرم الجامعة، سبعة أيام من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة السابعة مساءً.

الأدبيات السابقة

من أجل تكوين إطار مفاهيمي تستند إليه الدراسة الحالية، تعرض الباحثة هنا عددا من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، حيث كان هنالك عدة دراسات عربية وأجنبية تناولت موضوعا قريبا من الدراسة الحالية، وبهذا قامت الباحثة بعرض مساهمات الدراسات السابقة من أجل الاستفادة من هذه الدراسات في استخدام المنهج البحثي والنظري وصياغة مشكلة الدراسة، بالإضافة إلى الخروج بنتائج حول التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وقد تم ترتيب الدراسات ترتيباً تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم حسب تاريخ إعداد هذه الدراسات، كما وتنتهي كل دراسة بالتعقيب عليها.

1. الشربيني (2023) بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية.

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية، وكيف تسعى العلاقات العامة في هذه الجامعات لتحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها، ومن ثم تكوين سمعة إيجابية في ذهن الجمهور، كما تطرقت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الجمهور للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات المصرية الخاصة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان، كما وظفت الدراسة نظرية الامتياز، وكانت أهم نتائج الدراسة: ضرورة تفعيل دائرة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، وأهمية حضور العلاقات العامة في بناء حلقة تواصل فعالة بين الطلاب وإدارة الجامعة إضافة للحفاظ على سمعة الجامعة وصورتها أمام المجتمع، وبينت نتائج الدراسة اهتمام المبحوثين بمتابعة الموقع الإلكتروني والصفحات الخاصة بالجامعة، حيث يعتمدون عليها بشكل كبير نظرا لمواكبتها للأحداث بشكل مستمر مما رفع مستوى الثقة بها، كما أكدت نتائج الدراسة على أهمية وسائل التواصل في تعزيز ثقة الجمهور بالجامعة وتحسين صورتها أمام الطلاب وذلك لأنها تتميز بسرعتها و احترافها في اطلاع الطلاب على كل ما هو جديد، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في: إقامة دورات تدريبية وتوعوية لمديري وممارسي العلاقات العامة لمختلف المؤسسات على مبادئ العلاقات العامة الإلكترونية وطرق تفعيلها.

التعليق: تشابهت دراسة الشربيني (2022) مع الدراسة الحالية بجزء من موضوعها وهو تناول دور وتوظيف العلاقات العامة الرقمية في قطاع الجامعات الخاصة، إلا أن الدراسة الحالية تناولت دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعة العربية الأمريكية خلال الموقف الأزماتي، واختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الاعتماد على نظرية الامتياز، حيث اعتمدت الدراسة الحالية على النظرية الموقفية ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، وفيما يتعلق بالمنهج البحثي، اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية، حيث وظفت المنهج المسحي، واقتصرت أيضاً فقط على استخدام أداة الاستبانة في جمع البيانات، إلا أن الدراسة الحالية اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أكثر من أداة تمثلت في الاستبيان والمقابلة واستمارة تحليل المضمون.

2. دراسة بن الصديق و مبروكي (2021) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة

المؤسسة أثناء الأزمات- بريد الجزائر نموذجاً. هدفت للتعرف على أهمية مواقع التواصل في تحسين صورة مؤسسة بريد الجزائر أثناء الأزمات، ومعرفة أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تلجأ إليها المؤسسة أثناء الأزمات، والطرق التي استخدمتها المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، و تم توزيعها على جمهور المؤسسة الخارجي من سكان مدينة مسيلة الجزائرية، وتطرقت الدراسة لنظرية الاستخدامات والإشباع، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن توظيف المؤسسة لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات ساعد في زيادة رضى الجمهور، وأن صفحة المؤسسة عبر الفيسبوك كان لها تأثير على صعيد الشكل والمضمون على صورتها الذهنية لدى جماهيرها خاصة عند حدوث الأزمات، كما وأظهرت النتائج أن موقع الفيسبوك من أكثر المواقع التي وظفتها المؤسسة أثناء أزمة نقص السيولة لتحسن صورة المؤسسة، كما واستطاعت المؤسسة النجاح في تحسين صورتها من خلال منشوراتها على الفيسبوك، وكانت أهم توصيات الدراسة: أن هذه الدراسة لا تزال بحاجة إلى تطوير كالدراسات العلمية الأخرى.

التعقيب: تشابهت دراسة الصديق، مبروكي (2022) مع الدراسة الحالية في جزئية من موضوعها وهو دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات مطبقة على مؤسسة بريد الجزائر، إلا أن هذه الدراسة اختلفت مع الدراسة الحالية في الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث وظفت الدراسة الحالية النظرية الظرفية ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية كإطار نظري للدراسة، وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في توظيف المنهج الوصفي التحليلي، لكنها اقتصرت على توظيف أداة الاستبانة في جمع البيانات، إلا أن الدراسة الحالية اعتمدت على الاستبانة والمقابلة واستمارة تحليل المضمون بهدف الوصول إلى نتائج أكثر دقة.

3. دراسة خفش (2021) بعنوان: الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة

الصحة الفلسطينية خلال أزمة وباء كورونا. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة جائحة كورونا المستجد (كوفيد-19)، والتعرف على دور الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة الجائحة، وأبرز الرسائل والأشكال الاتصالية التي يحتوي عليها الموقع الإلكتروني، والاستمالات الإقناعية التي وظفتها العلاقات العامة في رسائلها خلال فترة الأزمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الكمي، باستخدام أداة الاستبانة، وتطوّرت الدراسة إلى النظرية الموقفية لاتصال الأزمات، وكانت أهم نتائج الدراسة: استخدمت العلاقات العامة في وزارة الصحة عدد من الاستراتيجيات، وكانت أعلى درجة من نصيب استراتيجية التعزيز، بأسلوب التذكير والمدح والتقرب، ولم تستخدم استراتيجية الرفض والإنكار للأزمة، وقد تم توظيف الموقع الإلكتروني للوزارة بشكل جيد وبدرجة متوسطة، وكانت أهم توصيات الدراسة: ضرورة اختيار العلاقات العامة للاستراتيجيات الاتصالية الملائمة للتعامل مع الأزمة بما يتناسب مع وضع المؤسسة، وسمعتها، وتاريخها الأزموي، ومدى مسؤوليتها عن التسبب بالأزمة.

التعليق: تشابهت دراسة خفش (2021) مع الدراسة الحالية بجزء من موضوعها، حيث تناولت الاستراتيجيات الاتصالية، والاستمالات الإقناعية التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة و التي استخدمتها العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة جائحة كورونا، ولم تتطرق هذه الدراسة إلى موضوع الدراسة الحالية المتمثل في أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة العربية الأمريكية، كما وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الاعتماد على النظرية الموقفية، إلا أنها لم تستخدم نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية و الذي استخدمته الدراسة الحالية، وكان هنالك تشابه بين الدراسة الحالية ودراسة خفش (2021) في استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام أداة الاستبانة في جمع البيانات، إلا أن الدراسة الحالية لم تقتصر على توظيف أداة الاستبانة بل استخدمت أيضا أدواتي المقابلة واستمارة تحليل المضمون بالإضافة للاستبانة.

4. دراسة الأشقر و دويكات، (2021) بعنوان: دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في بناء الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبتها من وجهة نظرهم أنفسهم. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في بناء الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبتها من وجهة نظرهم أنفسهم، كما هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في بناء الهوية المؤسسية للجامعة لدى طلبتها من وجهة نظرهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الكمي باستخدام أداة الاستبانة، وتطرقت الدراسة إلى نموذج Leblanc & Nguyen لقياس الصورة الذهنية لدى الجمهور، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن دور دائرة العلاقات العامة بتشكيل الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعة العربية الأمريكية من وجهة نظرهم جاء مرتفعاً، مع وجود فروقات ذات دلالات إحصائية بين استجابات الباحثين وفقاً لمتغير الجنس لصالح الذكر، والكلية التي يدرس بها الطالب لصالح كليتي علوم الرياضية والحقوق، و السنة الدراسية للطالب لصالح طلبة السنة الثالثة، ومكان الإقامة الحالي لصالح الطلبة القاطنين بالمدن، والحرم الجامعي لصالح حرم الجامعة في جنين، وتمثلت أهم التوصيات في: تعزيز الجهود الاتصالية مع طلبة الجامعة من خلال تعزيز عنصر الاتصال

الشخصي مع الطلبة بالفعاليات واللقاءات والاجتماعات الدورية والبرامج الخاصة لتعزيز التواصل مع الطلبة.

التعليق: تشابهت دراسة الأشقر ودويكات (2021) مع الدراسة الحالية من خلال التطرق لدور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في بناء الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبتها من وجهة نظرهم أنفسهم، إلا أنها لم تتناول دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران ولم تتطرق لوجهة نظر الجمهور، واختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الإطار النظري، حيث اعتمدت الدراسة الحالية على النظرية الموقفية الطرفية، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، في حين اعتمدت دراسة دويكات (2021) على نموذج Leblanc & Nguyen، واتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج البحثي، حيث اعتمدتا المنهج الوصفي التحليلي، لكن اختلفت في اقتصارها على أداة الاستبانة كأداة بحثية، ولم تستخدم أداة المقابلة واستمارة تحليل المضمون، وبهذا تميزت الدراسة الحالية عنها.

5. دراسة جانم (2021) بعنوان: استراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور، طلبة جامعة الخليل نموذجاً. هدفت هذه الدراسة بشكل أولي إلى التعرف على استراتيجيات الاستجابة التي اتبعتها وزارة الصحة الفلسطينية لمواجهة أزمة كورونا، والتعرف على مدى تقبل الجمهور للاستراتيجيات التي اتخذتها وزارة الصحة الفلسطينية بناءً على مصدر وشكل الرسالة التي وصلت للجمهور ضمن استراتيجيات مواجهة الأزمة التي تم استخدامها خلال فترة الدراسة على صفحة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة، كما وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد العواطف والمشاعر التي تشكلت لدى الجمهور وفقاً لمصدر الرسالة وشكلها ضمن استراتيجيات الاستجابة قيد التحليل، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل البيانات المتعلقة بالتعرف على أنواع استراتيجيات الاستجابة قيد البحث، كما وتطرقت الدراسة إلى نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية؛ لفحص تأثير شكل ومصدر الرسالة على مستوى تقبل الجمهور، وكانت أهم نتائج الدراسة:

يفضل في الأزمات الصحية تحديداً الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الشفهي كشكل من أشكال المعلومات في بداية الأزمة وخلالها، كما وتبين أن الاستراتيجيات الداعمة هي الأكثر تقبلاً لدى الجمهور، وخلقت استجابة عاطفية إيجابية بناءً على شكل ومصدر الرسالة، وكان لمصدر الرسالة الأثر الأقوى في تشكيل العواطف المستقلة للإنسان من شكل الرسالة باختلاف الاستراتيجيات المستخدمة، بينما كان لشكل الرسالة الأثر الأكبر في تشكيل العواطف المعتمدة على الإسناد الخارجي والعواطف المعتمدة على الإسناد الداخلي مقارنة مع مصدر الرسالة، وكانت أهم توصيات الدراسة: إجراء المزيد من الأبحاث المستقبلية التي تدرس نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية بالأزمات الصحية لتعزيز نتائج الدراسة الحالية.

التعليق: تشابهت دراسة جانم (2021) مع الدراسة الحالية من خلال تناول استراتيجيات الاستجابة لمواجهة الأزمة، والتعرف على العواطف والمشاعر التي تشكلت لدى الجمهور وفقاً لمصدر الرسالة وشكلها ضمن استراتيجيات الاستجابة، إلا أنها لم تتناول دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب (2021)، حيث تناولت دور وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا، وتشابهت أيضاً في اعتماد النظرية الظرفية للأزمات و نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية كإطار نظري، ولم تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج البحثي فقد اعتمدت دراسة جانم (2021) على المنهج المسحي التحليلي، أما الدراسة الحالية اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، واقتصرت دراسة جانم (2021) على أداتي الاستبانة وتحليل المضمون ولم توظف المقابلات كما الدراسة الحالية.

6. دراسة مرسى (2021) بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية ودور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة التواصل في الجامعات السعودية أثناء جائحة كوفيد-19 المستجد، ومعرفة مدى استخدام مديري العلاقات العامة بالجامعات السعودية (قيد الدراسة) لتكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال أزمة كوفيد-19، وأهم

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل دوائر العلاقات العامة في الجامعات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح أي أسلوب المسح بالعينة، باستخدام أداة الاستقصاء، حيث تم تطبيق الدراسة على ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السعودية قيد الدراسة (أم القرى- الملك عبد العزيز- الطائف)، وكانت أهم نتائج الدراسة: جاءت حسابات الجامعة على وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني الاجتماعي بنسبة (25.33%)، أي تعتبر أهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة خلال أزمة كوفيد-19، كما أظهرت النتائج أن (54%) من مدراء دوائر العلاقات العامة بالجامعات السعودية اجتازوا تدريباً في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال أزمة كوفيد-19، كما أظهرت النتائج أهمية توظيف أدوات العلاقات العامة الرقمية بالنسبة لممارسي العلاقات العامة في الجامعة، حيث برز دور أدوات العلاقات العامة في مجال تبادل الآراء والتعليمات في الجامعة بنسبة (19.6%)، وتمثلت أهم توصيات الدراسة: ضرورة تكثيف الاهتمام بتحول العلاقات العامة من الاعتماد على الاتصال التقليدي مع جمهورها إلى الاعتماد على الاتصال الإلكتروني الرقمي بشكل خاص للحصول على أقصى عائد على استثمارها في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

التعليق: اتفقت دراسة مرسي (2021) مع الدراسة الحالية من خلال تناول معرفة دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية خلال أزمة كوفيد-19 المستجد، إلا أنها لم تتطرق إلى أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة العربية الأمريكية، ولم تعتمد الدراسة على أية نظرية كما اعتمدت الدراسة الحالية، كما وجد هنالك تباين بين هذه الدراسة والدراسة الحالية في المنهج والأداة، حيث أنها لم تستخدم المنهج الوصفي التحليلي وأدوات المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون، بل استخدمت منهج المسح أي أسلوب المسح بالعينة، باستخدام أداة الاستقصاء.

7. دراسة حرزالله (2020) بعنوان: دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات، جامعة بيرزيت

نموذجاً. سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في جامعة بيرزيت أثناء أزمة الأزمات الدراسية في جامعة بيرزيت والتي استمرت لقراءة أربعة أسابيع، كما هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على

أبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة خلال الأزمات، بالإضافة إلى تأثير قرارات الإدارة العليا على هذه الاستراتيجيات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة المقابلة المعمّقة على نائب رئيس الجامعة للتنمية والاتصال وعلى فريق العلاقات العامة، بالإضافة إلى توزيع استبانة إلكترونية على 500 فرداً من طلبة الجامعة، واعتمدت الدراسة على النظرية الموقفية لاتصال الأزمات، وكانت أهم نتائج الدراسة: قيام دائرة العلاقات العامة بجهود اتصالية جيدة وبدور فعّال في التواصل خلال الأزمات، مستخدمة عدة آليات اتصالية بهدف نقل الرسائل الاتصالية كوسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة، كما أكدت الدراسة أن الجامعة استخدمت العديد من الاستراتيجيات، كالإنكار، والتقليل، والتعزيز، وكانت أهم توصيات الدراسة: ضرورة تطوير الدور الاتصالي للعلاقات العامة خلال الأزمات، عن طريق اتباع آلية جديدة في معالجة الأزمة والتواصل خلالها، بدلاً من الطريقة النمطية في معالجتها، وزيادة المشاركة الفعلية والحقيقية لدائرة العلاقات العامة بعملية صنع القرار.

التعليق: توافقت دراسة حرز الله (2020) مع الدراسة الحالية في جزئية من موضوعها الذي تمثل في معرفة دور دائرة العلاقات العامة في جامعة بيرزيت خلال أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت والتي استمرت لقراءة أربعة أسابيع، لكنها لم تتطرق إلى أزمة مقتل الطالب مهراّن في الجامعة العربية الأمريكية، وكان هنالك توافقاً مع الدراسة الحالية في الاعتماد على النظرية الموقفية الظرفية، إلا أنها لم تعتمد على نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، كما وجد هنالك تماثل بين هذه الدراسة والدراسة الحالية في المنهج والأداة، حيث أنها استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، ولكنها لم تستخدم أدوات الدراسة الحالية: المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون، بل اقتصرت على استخدام الاستبانة الإلكترونية.

8. دراسة عبد اللطيف (2017) بعنوان: كفاءة الاستراتيجيات الاتصالية للاستجابة للأزمة في تكوين

مدرّكات الجمهور حول سمعة المنظمة: دراسة حالة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة

ونوعية الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها المنظمة الخاضعة للدراسة للاستجابة للأزمات، وتحليل نوعية الاستمالات المستخدمة في الرسائل الاتصالية الموجهة للجماهير الأساسية، والتعرف على دور هذه الاستراتيجيات في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة من حيث جودة خدماتها وكفاءتها في إدارة الأزمات وتوجيه الأنشطة الاتصالية الفعالة للجماهير، واعتمدت الباحثة على النظرية الموقفية الظرفية، كما وانتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية من خلال منهج دراسة الحالة ومسح آراء الجماهير الخارجية للمنظمات، واستخدمت الدراسة أداة استمارة الاستقصاء؛ للتعرف على مدركات الجماهير حول متغيرات الدراسة، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن الجامعة العربية الأمريكية في مصر استخدمت اتصالات فعالة خلال أزمة إضراب الطلاب بسبب المشكلات المتعلقة في الشفافية المالية، حيث استخدمت الجامعة اتصالات ذات شفافية ومصداقية وكفاية وشمول واستمرار، مما ساهم في تقليل درجة تحمل مسؤولية الجامعة للأزمة في تقييم الطلاب، كما أثرت كفاءة واتساق الاتصالات إيجابياً على عواطف الطلاب واتجاهاتهم ونواياهم السلوكية تجاه الجامعة، وكان هنالك علاقة بين مدركات الطلاب حول سمعة الجامعة ودرجة تحملها لمسؤولية حدوث الأزمة وتاريخ علاقاتهم بالجامعة، ولم تشمل الدراسة على أية توصيات.

التعليق: تشابهت دراسة عبد اللطيف (2017) مع الدراسة الحالية من خلال التعرف على طبيعة ونوعية الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها المنظمة الخاضعة للدراسة للاستجابة للأزمات، وتحليل نوعية الاستمالات المستخدمة في الرسائل الاتصالية الموجهة للجماهير الأساسية، إلا أنها لم تتطرق إلى دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب، و لوحظ هنالك توافق مع الدراسة الحالية في الاعتماد على النظرية الموقفية الظرفية، إلا أنها لم تعتمد على نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، واعتمدت دراسة عبد اللطيف (2017) على منهج دراسة الحالة ومسح آراء الجماهير الخارجية للمنظمات، واستخدمت الدراسة أداة استمارة الاستقصاء، وبهذا اختلفت عن الدراسة

الحالية التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، كما أنها لم تتطرق لأدوات الدراسة الحالية: المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون.

9. دراسة غول و فتحية (2015) بعنوان: استراتيجيات الاستجابة للأزمات المحتملة الناجمة عن حوادث المدارس الخطيرة في ضوء نظرية الاتصال الموقفية للأزمات: دراسة حالة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها مدرسة الهدى خلال أزمة حادث السير التي تعرضت لها، كما هدفت على التعرف على ردة فعل الأهالي وفقاً للاستراتيجيات التي استخدمها المدرسة، وما مدى هذه الاستراتيجيات في إنهاء الأزمة والتخفيف من حدتها، وقد استخدمت الدراسة منهج البحث الوصفي الكيفي من خلال أسلوب دراسة الحالة، باستخدام أداة المقابلة، وتطرقت الدراسة إلى النظرية الموقفية لاتصالات الأزمات، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن مدرسة الهدى قد استخدمت استراتيجية كبش الفداء من خلال تحميل مسؤولية الحادث الذي تسبب في قتل مجموعة من الطلاب والمعلمات على سائق الشاحنة والتركيز على أن الحوادث قضاء وقدر، كما استخدمت المدرسة استراتيجية لعب دور الضحية مع أهالي الطلاب والمعلمات المتضررات، واستخدمت استراتيجية الاعتذار والتعويض باعتبار أن المدرسة قامت بزيارة الطلبة وقدمت الأموال للمتضررين، وفيما يتعلق برد فعل الأهالي لاستراتيجيات استجابة الأزمة، فقد أكد جميع أعضاء الهيئة الإدارية في المدرسة على مساندة الأهالي للمدرسة، وأن قلة من افتعل المشاكل، وكانت أهم توصيات الدراسة: استغلال توفر وسائل الاتصال الحديثة لفتح قنوات الاتصال والتواصل الفعال مع أصحاب المصلحة سواءً بالبريد الإلكتروني أو الرسائل القصيرة.

التعليق: اتفقت دراسة غول (2015) مع جزئية من موضوع الدراسة الحالية، حيث عالجت موضوع التعرف على أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها مدرسة الهدى خلال أزمة حادث السير التي تعرضت لها، كما هدفت للتعرف على ردة فعل الأهالي وفقاً للاستراتيجيات التي استخدمها المدرسة، إلا أنها لم تتطرق إلى أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة العربية الأمريكية في عام 2021، وتطابقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الاعتماد على النظرية الموقفية إلا أنها لم تعتمد على نموذج اتصالات

الأزمات بوساطة اجتماعية، كما استخدمت دراسة غول (2015) المنهج الكيفي من خلال دراسة الحالة باستخدام أداة المقابلة، أما الدراسة الحالية فقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون.

10. Kwok, Lee. & Han (2022) Crisis communication on social media: what types of COVID-19 messages get the attention?.

الترجمة إلى العربية: التواصل أثناء الأزمات على وسائل التواصل الاجتماعي، ما طبيعة رسائل COVID-19 التي حظيت بالاهتمام؟. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل رسائل ثمانية فنادق عالمية خلال فترة أزمة COVID-19 عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية تواصل هذه الفنادق مع جماهيرها في الوقت الفعلي أثناء الأزمة، والتعرف على ردود أفعال مستخدمي الإنترنت تجاه رسائل الفنادق عبر مواقعهم الإلكترونية ومواقعهم على وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون، وتطرقت الدراسة لنظرية الظرفية لاتصالات الأزمات، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن أكبر سلاسل الفنادق في العالم فشلت في اتباع نهج استباقي في الاستجابة لمثل هذه الأزمة المدمرة قبل أن تعلن منظمة الصحة العالمية رسمياً عن فيروس كورونا المنتشر بالفعل باعتباره وباءً عالمياً، كما أن الفنادق شاركت خمسة أنماط من رسائل COVID-19 وهي (الوقاية، والتذكير، والتعزيز، والضحية)، كما إنها لم تشارك أي معلومات عن COVID-19 حتى مارس 2020، وعلاوة على ذلك، شكلت رسائل COVID-19 حوالي 20% فقط من جميع الرسائل الموجهة للجمهور، حيث تشارك الفنادق رسائل التهئة والتحديثات في أغلب الأحيان، وفيما يتعلق بتفاعل الجمهور، تلقت هذه الفنادق ردود فعل وتعليقات ومشاركات وإعادة تغريد أكثر من الرسائل التي كانت خارج إطار COVID-19 على كل من Facebook و Twitter. وتمثلت أهم توصيات الدراسة: أن تستخدم الفنادق وشركات الضيافة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في التواصل مع جماهيرها بشأن أزمة فيروس كورونا.

التعليق: تشابهت دراسة Kwok (2022) مع الدراسة الحالية في تناول موضوع اتصالات الأزمات على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها لم تتناول موضوع الدراسة الحالي المتمثل في أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة العربية الأمريكية، كما وتشابهت مع الدراسة الحالية في توظيف النظرية الظرفية لاتصال الأزمات كإطار نظري للبحث، لكنها لم تتطرق لنموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، كما تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، لكنها اختلفت من حيث أداة الدراسة، حيث اقتصرَت دراسة Kowk (2022) على أداة تحليل المضمون للوصول للنتائج، ولم تتطرق لأداة المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون كما في الدراسة الحالية.

11. Rensburg, Conradie, & Dondolo (2017) The use of the situational crisis communication theory to study crisis response strategies at A University of Technology.

الترجمة إلى العربية: استخدام استراتيجيات الاستجابة للأزمات في الجامعة التكنولوجية الأفريقية تحت إطار نظرية اتصالات الأزمات الظرفية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها الجامعة التكنولوجية في جنوب أفريقيا خلال أزمة احتجاج الطلبة، والتعرف على وجهات نظر الموظفين وأعضاء الهيئة التدريسية، وأهم القنوات المستخدمة للتواصل مع الموظفين و التي استخدمتها الإدارة في التواصل معهم أثناء أزمة الاحتجاجات الطلابية في الجامعة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، باستخدام أداة الاستبيان الموزعة على موظفي الجامعة، وتطوّرت الدراسة إلى نظرية اتصالات الأزمات الظرفية، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن استراتيجية حسن النية من خلال التبرير كانت من أهم استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها إدارة الجامعة خلال الأزمة، كما أن أهم القنوات التي استخدمتها الإدارة للتواصل مع موظفي الجامعة خلال الأزمة كانت الرسائل النصية القصيرة والرسائل عبر الواتساب، بالإضافة إلى موقع الجامعة عبر الويب سايت، تمثلت أهم توصيات الدراسة في: أن تستخدم الجامعة أكثر من استراتيجية للاستجابة للأزمة وفقاً للنظرية الموقفية في الأزمات المستقبلية.

التعقيب: تشابهت دراسة Rensburg & others (2017) مع جزئية في موضوع الدراسة الحالية من خلال تناول الاستراتيجيات التي استخدمتها الجامعة التكنولوجية خلال أزمة احتجاج الطلبة، إلا أنها تناولت أزمة مختلفة عن أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة العربية الأمريكية، كما وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في توظيف النظرية الظرفية الموقفية، لكنها لم توظف نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، واتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدام المنهج الوصفي، وأداة الاستبيان، إلا أنها لم تعتمد على الأدوات الأخرى التي اعتمدها الدراسة الحالية: المقابلة واستمارة تحليل المضمون.

12. Apuke & Tunca (2019) Social Media And Crisis Management: A Review And Analysis Of Existing Studies.

الترجمة إلى العربية: وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات: استعراض وتحليل الدراسات سابقة. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات من خلال تحليل الدراسات والمقالات المتعلقة باتصالات الأزمات، وإدارة الأزمات، والعلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي على الفيسبوك المنشورة عبر موقع Google Scholar خلال الفترة ما بين أكتوبر 2017 ويناير 2018. واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي، باستخدام أداة الملاحظة، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي سهل الاتصالات خلال الأزمات؛ لأن هذه الوسائل أصبحت أداة تسمح بمزيد من تفاعل المؤسسات مع جماهيرها، مما يؤدي إلى إنشاء ومشاركة وتبادل المعلومات، والأفكار، والصور، ومقاطع الفيديو في أقل وقت، كما أن الطبيعة التفاعلية والحوارية لوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت منصة أسهل لإنشاء الاحتجاجات وإثارة وجهات نظر مختلفة، كما ويستغل ممارسي العلاقات العامة والمنظمات متابعة نشاط وسائل التواصل الاجتماعي والعمل للتفاوض أثناء الأزمات وتوضيح موقف المؤسسة وتبريراتها، وبالتالي أثبتت هذه الدراسات أهمية وسائل التواصل خلال الأزمات لتخفف من حدتها ولإصلاح صورة المؤسسات وسمعتها من جديد، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في: أهمية أن تركز الدراسات المستقبلية على مدى اعتماد ممارسي العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، ومتى يكون من الضروري الاستفادة منها أو من الكلام الشفهي أو الحوار وجهاً لوجه.

التعقيب: ارتبطت هذه الدراسة Apuka & Tunca (2018) مع الدراسة الحالية في جزئية تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، ألا أنها لم تتطرق إلى موضوع الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهرا، وتميزت الدراسة الحالية في توظيفها لإطار نظري تمثل في النظرية الموقفية لاتصالات الأزمات، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، كما اختلفت دراسة Apuka & Tunca (2018) والدراسة الحالية في المنهج البحثي، حيث استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون، واعتمدت دراسة Apuka & Tunca (2018) على المنهج الاستقرائي، باستخدام أداة الملاحظة.

13. Hong & Kim (2018) Exploring social media use in university crisis communication: An experiment to measure impact on perceived crisis severity and attitudes of key publics.

الترجمة: رصد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الجامعية: تجربة لقياس التأثير على شدة الأزمة ومواقف الجماهير. هدفت إلى دراسة تأثير تعرض الجماهير لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعات على تصوراتهم أثناء الأزمات، ودراسة كيفية تأثير سمات محتوى الاستجابة للأزمة التي تقدمه هذه المواقع على كل من إدراك الجمهور وموقفهم، بالإضافة إلى نوع المنصة المنشور عبرها المحتوى، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، باستخدام أداة الاستبيان الموزعة إلكترونياً عبر الفيسبوك على مجموعه مكونة من 265 طالبا من البكالوريوس في إحدى جامعات الغرب الأوسط الكبيرة، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن الرسائل السردية خلال الأزمات لها تأثير كبير لتحسين مواقف الجماهير العامة تجاه المنظمة، كما وخرجت الدراسة بأن هنالك أهمية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات للجامعات، إلا أن كيفية استخدام هذه الوسائل هي الاستراتيجية الحقيقية، ولهذه الغاية، قدمت الدراسة كيفية ونوعية المحتوى الذي يقدمه ممارسي الاتصال في حالات الأزمات لفهم أهمية الاستخدام التنظيمي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في: إجراء دراسات مستقبلية حول أزمات حقيقية؛ وذلك لأن هذه الدراسة استخدمت قصصاً جامعية وهمية لحماية المشاركين من المسائلة، على الرغم من أن تقييم الجمهور

تجاه استراتيجيات الاستجابة للأزمات لن يخلق فرقاً كبيراً بين سيناريوهات الأزمة الحقيقية والأزمة الوهمية ومع ذلك، فإن استخدام الأزمات الجامعية الحقيقية كان من الممكن أن يؤدي إلى نتائج مختلفة.

التعليق: تشابهت دراسة Hong & Kim (2018) مع جزئية من موضوع الدراسة الحالية من خلال دراسة تأثير تعرض الجماهير لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعات على تصوراتهم أثناء الأزمات، حيث تناولت الدراسة الحالية تفاعل وتأثير جماهير الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران. وتميزت الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في استخدام النظرية الموقفية، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، واختلفت دراسة Hong & Kim (2018) مع الدراسة الحالية في استخدام المنهج الوصفي، باستخدام أداة الاستبيان فقط، على خلاف الدراسة الحالية التي اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة المقابلة واستمارة تحليل المضمون.

14. Hussain (2014) Crisis communication at higher education institutions in South Africa: A public relations perspective.

الترجمة إلى العربية: اتصالات الأزمات المستخدمة من قبل مؤسسات التعليم العالي في جنوب إفريقيا: من منظور العلاقات العامة. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ورصد دور اتصالات الأزمة المستخدمة من قبل مؤسسات التعليم العالي في كوازولو ناتال خلال أزمة انهيار الانقسامات العرقية القائمة على الفصل العنصري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي النوعي باستخدام أداة المقابلات المتعمقة التي أجريت على مسؤولي الاتصال والإعلام في أربعة من مؤسسات التعليم العالي العامة في كوازولو ناتال، وتم استخدام الموضوعات المنبثقة من مراجعة الأدبيات لتطوير جدول المقابلة الذي يتكون من أسئلة مفتوحة ومغلقة، وكانت أهم نتائج الدراسة: كشفت النتائج أن الغالبية بنسبة (75%) من ممارسي العلاقات العامة في التعليم العالي استخدموا الخطة الاستراتيجية للمؤسسة في إدارة الأزمة، و لوحظ أنه يوجد لممارسي العلاقات العامة دور في الاستجابة للأحداث بشكل استباقي لنشوب الصراعات الناشئة والحد منها، كما وكشفت الأدبيات أن نجاح وجود المنظمة يعتمد على مدى استعدادها لمواجهة الأزمات؛ لذلك من الضروري أن يقوم جميع أعضاء

المؤسسات بوضع خطة للأزمات، كما وأشار جميع المشاركين إلى أن مؤسساتهم لديها فريق خاص يشكل دوراً أساسياً في الأزمات، ويتضمن هذا الفريق: الإدارة العليا، والمجلس، والأمن، وشؤون الشركات والصحة والسلامة والإدارة القانونية والإرشاد الطلابي وشؤون الطلاب، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في التالي: ينبغي النظر في المزيد من التواصل الفوري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما سيخفف من ارتباك المنظمات، وسيضمن لها تواصلًا أكثر وضوحًا.

التعليق: تشابهت دراسة Hussain (2014) مع الدراسة الحالية من خلال تحليل ورصد دور اتصالات الأزمة المستخدمة من قبل مؤسسات التعليم العالي في كوازولو ناتال خلال أزمة انهيار الانقسامات العرقية، إلا أنها لم تتطرق إلى دور العلاقات العامة والاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الشاب مهرا، وتميزت الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في استخدام النظرية الموقفية، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، وتطرق دراسة Hussain (2014) إلى المنهج الوصفي باستخدام أداة المقابلة، لكنها لم تتطرق لأداتي الاستبيان واستمارة تحليل المضمون كما في الدراسة الحالية.

15. Austin, Fisher Liu, & Jin, How audiences seek out crisis information: exploring the social-mediated crisis communication model (2012) How audiences seek out crisis information: exploring the social-mediated crisis communication model.

الترجمة إلى العربية: كيف يبحث الجمهور عن المعلومات المتعلقة بالأزمات: استكشاف نموذج التواصل في الأزمات بوساطة اجتماعية.

هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على الكيفية التي يبحث فيها الجمهور عن المعلومات عبر وسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية، وفهم كيفية استخدام الأفراد والمنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي للتواصل أثناء الأزمات، وما هي العوامل التي تؤثر على استخدام وسائل الإعلام أثناء الأزمات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، باستخدام أداة المقابلة والاستبيان على مجموعة من طلاب الجامعة، واعتمدت الدراسة على

نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، وكانت أهم نتائج الدراسة: لا يستخدم الجمهور المدونات أو تويتر بشكل نشط أثناء الأزمات، ولكن يستخدم الفيسبوك والرسائل النصية؛ وذلك لمشاركة معلومات داخلية أو الحصول عليها، وللتواصل مع العائلة والأصدقاء، كما وخرجت الدراسة بأن الجماهير تصبح متابعة بشكل أكبر لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات؛ للحصول على المعلومات الداخلية التي تساهم في إرضاء فضولهم وتساؤلاتهم حول الأزمة، وتمثلت أهم توصيات الدراسة: أن تدرس الأبحاث المستقبلية علاقة المحتوى بين وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية وأثرها على وعي الجمهور وتوجيهه خلال الأزمات.

التعليق: اتفقت دراسة Austin (2012) مع جزئية من موضوع الدراسة الحالية، حيث عالجت موضوع التعرف على الكيفية التي يبحث فيها الجمهور عن المعلومات عبر وسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية خلال الأزمات، حيث تشابهت الدراستان في توظيف نموذج الوساطة الاجتماعية، لكن تميزت الدراسة الحالية في التطرق للاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة من خلال توظيف النظرية الموقفية الطرفية، كما استخدمت دراسة Austin (2012) المنهج الوصفي، باستخدام أداة المقابلة والاستبيان، ولم تتطرق لأداة تحليل المضمون كما في الدراسة الحالية.

التعليق على الدراسات:

في ضوء ما توصلت إليه الباحثة من دراسات سابقة عربية وأجنبية بين عام (2012 و2023) في موضوع العلاقات العامة الرقمية وأزمات مؤسسات التعليم العالي ومواقع التواصل الاجتماعي، تنوعت أهداف الدراسات السابقة وكذلك المجتمعات التي طبقت عليها الدراسات، ما يدل على أهمية العلاقات العامة الرقمية في الأزمات، حيث كانت أقرب دراسة سابقة إلى موضوع دراستي الحالية هي دراسة جانم (2021) بعنوان: استراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور، طلبة جامعة الخليل نموذجاً حيث تشابهت من حيث التعرف على المشاعر والتقبل للجمهور وأيضاً توظيف النظرية

الظرية لاتصالات الأزمات ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، لكنها اقتصر على وجهة نظر الجمهور فلم تدرس وجهة نظر القائم بالاتصال، واختلفت مع دراستي من حيث طبيعة الأزمة ومن حيث المنهج البحثي ومن حيث الحدود المكانية والزمانية ومن حيث الأدوات الدراسية، كما تشابهت دراستي مع دراسة مرسى (2021) "دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا" لكنها اختلفت من حيث الحدود المكانية والزمانية وفي طبيعة الأزمة فدراسة مرسى (2021) مطبقة على الجامعات السعودية وكما انها درست فترة أزمة كورونا التي تعتبر أزمة عالمية، تنوعت أساليب الدراسات في الأبحاث السابقة، تنوعت ما بين المنهج المسحي والمنهج النوعي وأيضاً منهج مراجعة الأدبيات في الدراسات الأجنبية، في المقابل تشابهت دراستي مع الدراسات السابقة من حيث الأدوات المستخدمة، حيث وظفت معظم الدراسات السابقة أدوات الاستمارة والمقابلة كما وظفت دراسة Kwok (2022) أداة تحليل المضمون، حيث وظفت الدراسة الحالية الاستمارة والمقابلة وأداة تحليل المضمون معاً، كما تنوعت أنواع العينات حسب طبيعة الأداة حيث وظفت معظم الدراسات عينة قصدية لأداة المقابلة والعينة بالمسح أو العينة الطبقية للاستمارة، تميزت دراستي عن الدراسات السابقة في توظيفها لعدة أدوات بحثية وأيضاً توظيفها للمدخل الكمي والنوعي وأيضاً تناولت دراستي وجهة نظر الجمهور ووجهة نظر القائم بالاتصال، في الخلاصة قد تنوعت الدراسات السابقة من حيث الأهداف والمنهجية واختيار العينة والمجتمعات، لكن استطاعت الباحثة الوقوف عند نقاط الضعف في الدراسات السابقة، وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة والعيّنات للبحث كما ساعدت في صياغة مشكلة الدراسات والأهداف العامة للدراسة.

الإطار النظري:

من أجل الوصول إلى النتائج المرجوة، اعتمدت الدراسة على نظرية ونموذج، وهما النظرية الظرفية لاتصالات الأزمات (SCCT) ونموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية (SMCC) كإطار نظري في البحث، حيث تركز نظرية (SCCT) على فهم اتصالات الأزمات من وجهة نظر القائم بالاتصال، أما نموذج (SMCC) يركز على فهم مشاعر أصحاب المصلحة ومدى قبولهم لاستجابة الأزمة، لتحقيق هدف الدراسة المتمثل في

رصد وتحليل أثر الاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مشاعر وقبول الجمهور للاستجابة في ضوء معطيات النظرية الظرفية لاتصال الأزمات (SCCT) ونموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعي (SMCC) حيث ستقوم الباحثة بتحديد الاستراتيجيات الاتصالية التي بثتها العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة مهران في الجامعة الأمريكية وأيضا تحديد مشاعر وتقبل جمهور الطلبة لهذه الاستراتيجيات، لذلك من المهم توظيف هذان النظرية والنموذج للوصول للنتائج المرجوة.

أولاً: نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية (SMCC)

يمكن تعريف نموذج التواصل أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (SMCC) بأنه إطار عمل جديد يصف الموقف الاتصالي خلال الأزمات، ويشير هذا النموذج إلى نشر المعلومات المباشرة وغير المباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي والتواصل الشفهي الذي يتضمن مجموعات متنوعة من المستخدمين مثل المؤثرين والمتابعين غير النشطاء لذلك يكون هذا النموذج مفيداً للجهود الاتصالية أثناء الأزمات في تحديد الجماهير الأساسية المتأثرة بالأزمة وتحديد أفضل قناة للوصول إليهم (Austin, Fisher Liu, & Jin, How audiences seek out crisis information: (exploring the social-mediated crisis communication model, 2012

ولمعالجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اتصالات الأزمات، أنشأ ليو (Liu) نموذجاً للتواصل أثناء الأزمات بوساطة اجتماعية، وهو بمثابة أول إطار نظري لوصف العلاقات بين المنظمات والجمهور عبر الإنترنت وغير المتصل بالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام التقليدية، والتواصل الشفهي قبل وأثناء وبعد الأزمات، وتم اختبار هذا النموذج على نطاق واسع باستخدام طرق مختلفة مثل التجارب أو المقابلات، وناقش العلماء بشكل أساسي كيف يمكن أن تؤثر معلومات الأزمات ومصادرها ونوعها وتاريخها على استجابات الجمهور للأزمات (كصانعي المحتوى، أو المؤثرون، والمتابعون غير النشطاء)، وأيضا ناقش

العلماء كيف يمكن لأنواع المنظمات (مثل الشركات، والمنظمات غير الربحية، والحكومات) أن تستجيب للجمهور بشكل فعال من خلال تبني استراتيجيات مختلفة للاتصال بالآزمات (Austin & Jin, 2015).

وتم وضع هذا النموذج أيضاً لتوضيح تأثيرات تغطية وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة تمر بها منظمة تقدم منتجات أو خدمات معينة، حيث يعكس الجماهير تعليقاتهم وآرائهم عبر هذه الوسائل، ويوضح هذا النموذج أن وسائل التواصل الاجتماعي قنوات تسمح بانتشار خبر أو قصة في وقت قصير أي كالفايروس، وبعدها يتفاعل الجماهير مع المنظمات، ويكون لهذا التفاعل تأثير على صنع قراراتهم في الحصول على المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمات، وهنا تكمن الخطورة إذا تم تناقل رسائل سلبية عن المنظمة أو خدماتها، والذي قد يسبب تبعات خطيرة خاصة على سمعة المنظمة وبالتالي مقاطعتها (عبد الله، 2017).

وبشكل عام، قد تختلف رغبة الجمهور للتعرض لمختلف مصادر المعلومات باختلاف موقف الأزمة والبيئة المحيطة، وبهذا هناك حاجة إلى فحص أشكال ومصادر المعلومات التي يبحث عنها الجمهور ويشاركها للتواصل خلال الآزمات، كما ويمكن أن تؤثر هذه المصادر على تقبل الجمهور للرسائل، وبالتالي فهي مهمة لإدارة الآزمات، وقد وجد Liu, Austin, & Jin (2011) أن الجماهير كانوا أكثر عرضة لقبول استجابات المنظمة الدفاعية والداعمة للآزمات عبر وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي أو التواصل الشفهي، علاوة على ذلك، فإن التعرف على الأزمة من خلال الاتصالات الشفهية بالمنظمة قد يدفع الجمهور إلى التواصل بشكل سلبي حول الآزمات، في حين أن التعرف على الأزمة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى مشاركة إيجابية للمعلومات على عالم المدونات بغض النظر عن مصدر المعلومات. كما وجدت دراسة Freberg (2012) أن الرسائل الواردة من المنظمات خلال الآزمات أكثر إقناعاً للجماهير من الرسائل التي يلجأ إليها المستخدمون في إقناع الجماهير باتخاذ سلوكيات أثناء أزمة، ونظرًا لتأثير نماذج ومصادر المعلومات على استجابات سلوك الجمهور، فمن المهم فهم أشكال ومصادر المعلومات التي يبحث عنها الجمهور ويشاركها أثناء الآزمات (Wang & Chen, 2022).

ويعد نموذج إدارة الأزمات بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر النماذج شيوعاً في مجال إدارة الأزمات، حيث ينطوي هذا النموذج على أن المنظمات التي تواجه إحدى الأزمات يجب أن تعتمد في اتصالات الأزمة على استراتيجيات ملائمة لنوع الأزمة ومناسبة لها، كما ويوضح هذا النموذج إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات، وكذلك حدد الجماهير النوعية التي تنتج وتستهلك المعلومات الخاصة بالأزمة على وسائل التواصل الاجتماعي (الجندي، 2017)، وهناك تنوع في خصائص أفراد الجمهور المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي من حيث الاهتمام بالأزمة ومستوى النشاط تجاه الأزمة، وبهذا يحدد نموذج إدارة اتصالات الأزمة ثلاث فئات للجماهير المتفاعلة مع المنظمة أثناء الأزمة، وهم : (White, 2011)

- المؤثرون: (Influential social media creators) وهم الأشخاص المعروفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والذين يستغلون الأزمات لإثارتها من خلال نشر ومشاركة المعلومات.
- المتابعون (followers media Social): وهم الأشخاص الذين يستخدمون المضمون الذي يقدمه المؤثرون فيما يتعلق بالأزمة الناشئة، ويعيدون نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.
- غير النشطين: (Inactive media Social) وهم الأشخاص الذين تصل إليهم معلومات الأزمة عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال التواصل الشخصي مع الآخرين.

كما ويعطي هذا النموذج أهمية كبرى للدور الذي يقوم به المؤثرون في نشر معلومات الأزمة وإدارتها مع التأكيد أيضاً على أهمية التفاعلات التي تحدث بين المؤثرين والمتابعين في ضوء تأثيرها على باقي فئات الجمهور (Liu, Austin, & Jin, 2011)، ويركز نموذج اتصالات الأزمات بواسطة اجتماعية على طبيعة وكيفية استجابة المنظمات للأزمات بفعالية من خلال استخدام استراتيجيات الاتصال المختلفة للأزمات، والطريقة التي تستخدمها المنظمات للاستفادة المثلى من وسائل التواصل الاجتماعي أثناء التواصل مع العامة خلال الأزمة، وطريقة مشاركة الجماهير المختلفة المعلومات حول الأزمات عبر هذه الوسائل، وبالتالي يقدم هذا النموذج طريقة لمساعدة المنظمات على تطبيق الاستجابة الفعالة واستخدام استراتيجيات الاتصال بفعالية

خلال الأزمات Cheng (2020) ووفقاً لهذا النموذج هناك خمسة عوامل تؤثر على اتصالات الأزمات (Coombs, Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development) (and Application of Situational Crisis Communication Theory, 2007):

1. أصل الأزمة (Crisis Origin): يشير أصل الأزمة إلى نقطة بداية الأزمة، وإذا ما كانت بفعل عوامل داخلية أم خارجية، حيث أن أصل الأزمة يؤثر على إسناد مسؤولية الأزمة فمن المرجح أن يستجيب الجمهور بشكل أكثر سلبية للأزمات ذات الأصل التنظيمي الداخلي مثل: القيادة الفاسدة، وممارسات الموظفين غير العادلة، وسوء إدارة الأموال مقارنة مع الأزمات ذات الأصل الخارجي مثل: الهجوم الإرهابي، والكوارث الطبيعية، وبناء على إسناد المسؤولية يتم اختيار استراتيجيات اتصالية مختلفة. وفي أزمة الجامعة العربية الأمريكية يعتبر أصل الأزمة داخلي لأن الأزمة ناتجة عن سوء تصرف الجامعة خلال الأزمة بحجة أن الشجار بين الطلاب خارج بوابة الجامعة.

2. نوع الأزمة (Crisis Type): يمكن تحديد نوع الأزمة بناء على خصائصها وقد يؤثر ذلك على إسناد المسؤولية، وقد ينظر للأزمة على أنها أزمة ضحية (أي أن المنظمة أيضاً ضحية للأزمة)، أو أزمة عرضية (أي أن الإجراءات التي أدت إلى الأزمة كانت غير مقصودة مثل الأخطاء الفنية)، أو أزمة متعمدة (حيث ينظر للأزمة على أنه يمكن تفاديها وأن المنظمة تعرض الجمهور للخطر) ويجب على المنظمة أن تتنظر بعناية لكيفية تأثير نوع الأزمة على الجمهور واختيار استراتيجيات الاستجابة المناسبة. حيث يعتبر نوع الأزمة التي مرت بها الجامعة العربية الأمريكية أزمة متعمدة ويمكن الوقاية منها في حال تدخل الأمن وفض الشجار الذي نجم عنه القتل، لكن الأمن قال أن المشكلة خارج أسوار الجامعة، والتزاما بتعليمات الجامعة لا يمكن التدخل في الشجار.

3. البنية التحتية التنظيمية (Infrastructure): تشير البنية التحتية التنظيمية إلى لزوم التعامل مع الأزمة بطريقة مركزية من خلال رسالة تنظيمية موحدة أو من خلال رسائل مخصصة لأزمة عن طريق أحد

الفروع، حيث يتم تحديد مستوى الاستجابة بناء على نوع وأصل الأزمة، وقد تكون الرسالة المركزية والتي تنقلها الفروع أيضا أكثر فاعلية في التعافي من الأزمة.

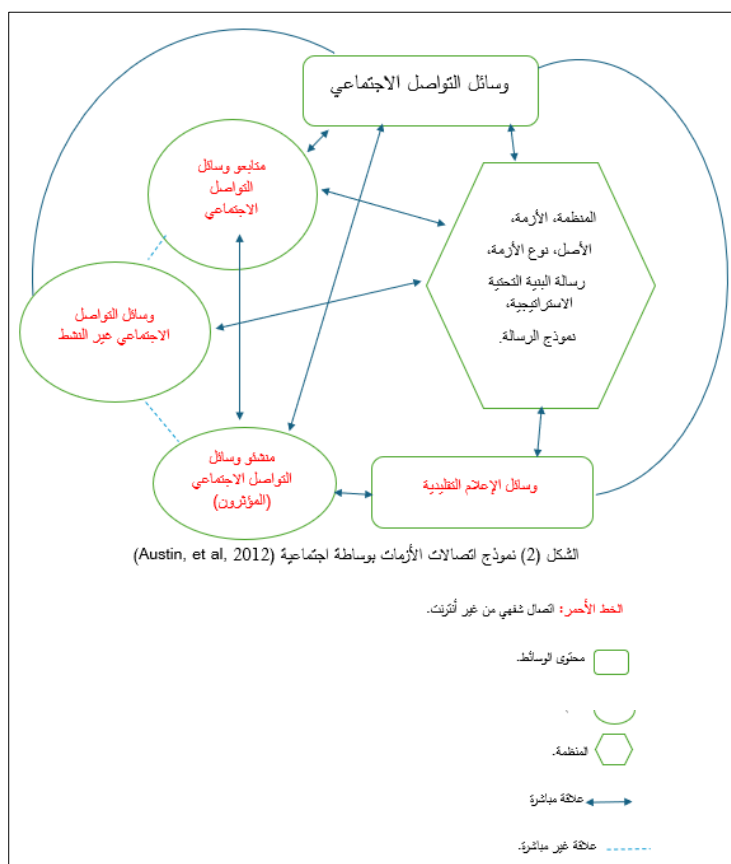
وكان هناك رسالة مركزية موحدة خلال أزمة مهراڤ وهي إنكار المسؤولية عن الأزمة حيث نقلتها كل الفروع.

4. استراتيجية الرسالة (Message Strategy): تشير إلى محتوى اتصالات الأزمة التي تقوم بها المنظمة، مما يساعد الجمهور على الاستجابة للأزمة وإضفاء معنى لها، حيث من الممكن أن يتضمن محتوى الرسالة على توجيه المعلومات وتكييفها للجمهور المتأثر، والتي تتمثل بإعلام الجمهور بوجود أزمة والإجراءات التي ينبغي عليهم اتخاذها، كما قد تتضمن الرسالة على الدعم العاطفي، حيث تتراوح استراتيجيات إدارة سمعة المنظمة التي تمر بأزمة ما بين الاستراتيجيات الدفاعية والاستراتيجيات التكميلية، فالاستراتيجيات الدفاعية تزيل اللوم عن المنظمة وتتضمن على مهاجمة المتهم، والإنكار وكبش الفداء، والتجاهل، والتعذر، والتبرير، والانفصال، أما الاستراتيجيات التكميلية تؤكد على إصلاح للصورة وهو أمر مهم عند خدش صورة المنظمة، وتشمل على التعزيز، والتسامح، والتعويض للضحية، والاعتذار الكامل. شملت اتصالات الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة على الاستراتيجيات الدفاعية والداعمة بنسبة أكبر.

5. شكل الرسالة (Message Form): وتتمثل في الوسيلة التي تنشر المعلومات المتعلقة بالأزمة، وهل تم نقلها عبر الإعلام التقليدي، أم عبر وسائل تواصل اجتماعي، أم عبر التواصل الشفهي دون الاتصال بالإنترنت، تم توظيف مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة بنسبة أعلى وتحديدًا موقع الفيسبوك.

شكل 1

نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية



المصدر: Austin, Fisher Liu, & Jin, 2012

ثانيا: النظرية النظرية لاتصالات الأزمات

يعرف درة (1979) النظرية الموقفية على أنها: النظرية التي تقر بوجود اختلاف أو ظروف متباينة في المؤسسات في مختلف المواقف والأوضاع المتنوعة، كما وتؤمن هذه النظرية بعدم وجود طريقة واحدة محددة يمكن اتباعها في المواقف الأزماتية، كما ويرى تيد (1967) أن النظرية الموقفية تقوم على الربط بين السمات الشخصية للمسؤول عن الأزمة، والموقف الإداري، إذ أن المهارات المطلوب من القائد أن يتحلى بها تعتمد بدرجة كبيرة على المسؤولية الملقاة على عاتقه و على المنصب الذي يشغله في المؤسسات المختلفة (الرويلي، 2012).

وفي تعريف آخر للنظرية الموقفية يتضح فيه إطاراً حول كيفية استخدام الاتصال بهدف إصلاح سمعة المنظمة، حيث ركزت النظرية على أن الموقف الأزماتي يتكون من أربعة عناصر وهي: نوع الأزمة، وتاريخ الأزمة مع المنظمة، ومدى الضرر الناتج عن الأزمة، وعلاقة المنظمة بالأزمة، حيث يتم استخدام هذه العناصر لتقييم التأثير المتوقع على السمعة منها، واختيار الاستجابة الاتصالية الملائمة وفقاً لها، ويرتبط تهديد سمعة المنظمة والتأثير عليها بشكل سلبي أثناء الأزمة، بمدى مسؤولية المنظمة عن الأزمة (رضوان، 2012).

وتعتبر النظرية الموقفية لاتصال الأزمات نظرية جديدة نسبياً صاغها منظر الاتصالات في الأزمات تيموثي كومبس (Timothy Coombs)، وتقدم النظرية على عكس العديد من نظريات الاستجابة للأزمات، صلة مفاهيمية بين استراتيجيات الاستجابة للأزمات وخصائص حالة الأزمة، مما يمكن الممارسين من إدارة الاستجابات للأزمات بشكل أكثر فعالية، خاصة أن الاتصال في ظل الأزمات مهم؛ لأنه إذا لم يتم اتخاذ أي إجراء فإن مقدار الضرر الذي يمكن أن تلحقه الأزمة بسمعة المنظمة قد يكون أكبر، وهذه النظرية تساعد على تقليل تهديد السمعة المقدم إلى المنظمة (Coombs, 2006).

تعود جذور نظرية الاتصال الموقفية للأزمات إلى نظرية العزو، حيث ذكر كومبس بأن الناس تميل غالباً إلى إيجاد الأسباب لأحداث مختلفة (اختلاق الأعداء) وخاصة إذا كانت تلك الأحداث سلبية أو غير متوقعة حيث يتفاعل الناس مع الحدث عاطفياً فيكون التأثير على سمعة المؤسسة ومستقبلها وتاريخها لدى الجماهير. وقد بنيت النظرية على قاعدة التنبؤ والتوقع، حيث يكون التنبؤ بالأضرار التي من الممكن أن تحصل للمؤسسة وسمعتها والتوقع لما قد يحدث بعد الأزمة، وبالتالي اتخاذ القرارات خلال الأزمة والحد من أضرارها واختيار الاستراتيجية المناسبة لموقف الأزمة، وبهذا فإن هذه الاستراتيجية تساعد المؤسسات على فهم كيفية استجابة أصحاب المصلحة للأزمة والاهتمام بالاتصال والتواصل بعد الأزمة، وأكد كومبس أيضاً على ضرورة وجود تصور لتقييم كل المكونات فإذا كان الجمهور يعتقد وجود مسؤولية كبيرة على المؤسسة، فيتم وضع تهديد

السمعة على سلم الأولويات، وبهذا فإن المؤسسة تتحمل كامل المسؤولية، ويجب على المسؤولين عن الأزمة أن يحددوا أولاً نوع الأزمة التي ستواجهها مؤسستهم (غول و فتحية، 2015).

كما وتعتبر هذه النظرية اندماجا لنظرية الإسناد ونظرية الخطابة، ويشير "كوميس" إلى أنه ينبغي لمديري الأزمات أن يحددوا استراتيجية الاستجابة الملائمة للموقف الأزماتي وفقا لمعايير، وهي: مقدار مسؤولية المؤسسة عن الأزمة، ودرجة التهديد على سمعة المنظمة، حيث يكون تقييم نوع الأزمة وتاريخ الأزمات وسمعة المؤسسة وفقا لعلاقتها السابقة (الطريقة التي تعاملت بها المؤسسة مع أصحاب المصلحة في السابق) مما من شأنه أن يساعد مديري الأزمات على التنبؤ بمستوى تهديد السمعة، وكيف يدرك جمهور هذه المنظمة الأزمة، وكيف ينسب هذا الجمهور مسؤولية الأزمة، حيث تكمن أهمية هذه النظرية في أنها تربط بين أنواع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة المناسبة للأزمة، فهي تركز على فهم كيف يدرك أصحاب المصلحة الأزمة، فيتم دمج نوع الأزمة والمكتنفات لتحديد درجة المسؤولية التي يحتمل أن ينسبها أصحاب المصلحة إلى المنظمة (Coombs, 2004).

تقوم النظرية على أساس أن الجماهير لها تأثير على نجاح المنظمة أو فشلها، كما وتدرج النظرية رؤية استراتيجية لإدارة العلاقات العامة بحيث تمكنها من تقسيم البيئة الخارجية إلى ثلاثة أنواع، الأول: لا يهم المنظمة، الثاني: له علاقة بالمنظمة، ولكنه لم يكن في مستوى الوعي و المشاركة، الثالث: الجماعات النشطة (الدليمي، 2011)، وهذا التقسيم المذكور يمكّن العلاقات العامة من فهم طبيعة الجماهير المتأثرة، حيث يمكّن إدارة العلاقات العامة من معرفة الجمهور الخاص بكل موقف، ثم تحدد الاستراتيجيات والخطط الاتصالية التي تعمل على بناء علاقات جيدة وتبادل المصالح مع هذه الجماهير (المشاقبة، 2014).

وقد حدد "كوميس" (Coombs, 2004) ثلاثة أنواع من الأزمات وفقاً لمدى إسناد المسؤولية للمنظمة، وهي:

1. مجموعة الضحايا: ويكون فيها إسناد منخفض للغاية لمسؤولية الأزمات، حيث تعتبر المؤسسة نفسها الضحية، مثل: حالات الكوارث الطبيعية، والعنف في مكان العمل، والضرر من قبل طرف خارجي.

2. مجموعة العرضية: حيث تنتج الأزمة هنا عن خطأ في الإجراءات التنظيمية، ويكون فيها إسناد بدرجة

متوسطة للمسؤولية عن الأزمات، مثل حوادث الخطأ التقني والأضرار التقنية الناتجة عن الخطأ.

3. الأزمات التي يمكن الوقاية منها: وهي الأزمات التي تنتج عن انتهاك القوانين وتتسبب بالخطر للناس،

ويكون فيها عزو وإسناد قوى لمسؤولية الأزمة، مثل حادث ناتج عن خطأ بشري، وأخطاء تنظيمية

وإصابات، حيث تعتبر أزمة الجامعة العربية الأمريكية أزمة يمكن الوقاية منها، لأنها ناتجة عن سوء

تنظيم الجامعة ونتج عنها إصابات وحالة قتل.

محاور النظرية الموقفية الظرفية لاتصال الأزمات:

هناك سبعة محاور لنظرية الاتصال الموقفية للأزمات، حيث تم التركيز من خلال هذه المحاور على محورين

أساسيين يمكن اعتبارهما العمود الفقري للنظرية، وهما: المسؤولية والسمعة للمنظمات خلال فترة الأزمة، وسائد

هذان المحوران ثلاثة محاور ثانوية: تاريخ الأزمة، سمعة العلاقات، والعواطف.

مسؤولية المؤسسة:

صنف كومبس المسؤولية في ثلاثة مجالات تمثلت في: إنكار المسؤولية، تحمل الحد الأدنى من المسؤولية،

تحمل كامل المسؤولية وما يترتب عليها من آثار التعويضات، كما وركز كومبس على أن هذه المحاور

مرتبطة بنوع مجموعة الأزمة: (ضحية، عرضية أو يمكن الوقاية منها)، وعلى أصحاب القرار تقع كامل

المسؤولية باختيار المجموعة وبالتالي انتقاء المحور المناسب Coombs (2007) من خلال نوع الأزمة

التي مرت بها الجامعة العربية الأمريكية وهي أزمة يمكن الوقاية منها فإن ذلك يعطي مسؤولية عالية للجامعة

عن الأزمة.

سمعة المؤسسة:

وصف كومبس سمعة المؤسسة بأنها: وجهة نظر الجمهور حول المؤسسة بعد الأزمة، ويتأثر هذا المحور

بشكل مباشر من محور المسؤولية، فكلما ازدادت العلاقة بين المسؤولية وسمعة المؤسسة بشكل كبير، ازداد

التهديد على سمعة المؤسسة، ويعتبر محور تاريخ الأزمة وسمعة العلاقات السابقة مهددان كبيران لسمعة المؤسسة في حال كان اتجاهاهما سلبيا (Coombs & Holladay, 2002)، وفي كل مرة تمر الجامعة العربية الأمريكية بأزمة تبذل مجهودا كبيرا للنهوض من الأزمة والحفاظ على سمعتها، فقد تأثرت سمعة الجامعة نتيجة أزمة مقتل الطالب، حيث كانت مسؤولية الجامعة عن الأزمة عالية.

تاريخ المؤسسة:

يهتم بتاريخ الأزمات التي واجهتها المؤسسة سابقاً، وكيف تعاملت المؤسسة مع هذه الأزمات (سواء كانت مشابهة للأزمة الحالية أو تختلف عنها). فإذا كانت المؤسسة تتعرض باستمرار لأزمات ولا تتعامل معها بطريقة جيدة تصلح صورتها أمام الجماهير، فإن احتمالية تهديد سمعة هذه المؤسسة تزداد والعكس صحيح (Coombs, 2007)، وقد تعرضت الجامعة العربية الأمريكية إلى العديد من الأزمات المشابهة في السابق والتي نتج عنها إصابات أيضاً، وفي كل مرة تبذل الجامعة جهوداً كبيرة للنهوض من الأزمة.

سمعة المؤسسة وفقاً للعلاقات السابقة:

يهتم هذا المحور بأسلوب إدارة المؤسسة لشبكة علاقاتها مع الجماهير، والمؤسسات الأخرى وأصحاب المصالح، وكيف كان يتم التعامل معهم خلال الأزمات السابقة (Coombs, 2007)، وفي معظم أزمات الجامعة العربية الأمريكية كانت الجامعة تبدي اهتمامها بالطلاب بدرجة أولى بهدف استعادة سمعتها، وأيضاً كانت تدير علاقاتها مع المؤسسات وأصحاب المصلحة.

الاستراتيجيات الاتصالية للنظرية:

تعتمد النظرية على عدد من الاستراتيجيات الاتصالية حسب تقييم نوع الأزمة والمكثفات (مسؤولية المؤسسة، سمعة المؤسسة، وتاريخ الأزمات، سمعة المؤسسة وفقاً للعلاقات السابقة) (Coombs, 2015):

1. استراتيجية الإنكار: (posture Denial) حيث تلجأ المنظمة لهذه الاستراتيجية عندما تكون مسؤوليتها

عن الأزمة كبيرة أي عندما تتورط في أزمة ما، فتسعى إلى استخدام هذه الاستراتيجية؛ بهدف إزالة أي

صلة بين المنظمة والأزمة، وتشمل هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات:

— مهاجمة المُدعي (Attacking the accuser): حيث يقوم مدير الأزمات وأصحاب المصلحة

بمواجهة الشخص أو المجموعة أو المؤسسة التي توجه التهم لهم، وتدعي وجود أزمة، وقد يكون

الرد على التهديد بالقوة ضد المتهم مثل: الدعاوى القضائية.

— الإنكار (Denial): أي بمعنى أن تنكر المؤسسة وأصحاب المصلحة وجود الأزمة، ويتضمن هذا

الإنكار في العادة أسباب عدم وجود الأزمة.

— كبش الفدا (Scapegoating): يتمثل هذا التكتيك في إلقاء اللوم في حدوث الأزمة على فرد أو

مجموعة من الأشخاص خارج المنظمة.

2. استراتيجية التقليل من حجم موقف الأزمة (Diminishment Posture): حيث يتم من خلال هذه

الاستراتيجية التقليل من حجم الأزمة، والتخفيف من الموقف الأزموي وسلبيات الأزمة، وتشمل هذه

الاستراتيجية العديد من التكتيكات:

— الإعذار (Excusing): حيث تستخدم المؤسسة الموجه لها المسؤولية عن الأزمة مبررات مختلفة؛

للتقليل من مسؤولية المؤسسة عن الأزمة، ويمكن أن تشمل استجابة المؤسسة حول الأزمة إنكار

أي نية بإلحاق الضرر أو التحكم بالأحداث التي خلقت الأزمة.

— التبرير (Justification): حيث يحاول المدير من خلال هذا التكتيك التقليل من الأضرار الناجمة

عن الأزمة إلى أقل حد، ويمكن أن تتضمن الاستجابة عدم حدوث أية أضرار خطيرة أو الزعم بأن

ضحايا الأزمة يستحقون ذلك.

3. استراتيجية إعادة البناء (Rebuilding Posture): حيث تعمل هذه الاستراتيجية على تحسين سمعة المؤسسة من خلال الإجراءات التي يتم العمل بها لإفادة أصحاب المصلحة، والتعويض عن آثار الأزمة السلبية، وتتضمن هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات:

- التعويض (compensation): ويتضمن هذا التكتيك قيام المنظمة بتعويض ضحايا الأزمة سواء بالأموال أم بتقديم الهدايا لهم وتعويضهم.

- الاعتذار (Apology): حيث تصرح المؤسسة بشكل واضح بأنها المسؤولة عن الأزمة، وبأنها تتحمل أي أضرار نجمت عنها، كما وتطلب المساعدة.

4. استراتيجية التعزيز (Posture Bolstering): وتشمل هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات:

- التذكير (Reminding) تقوم المؤسسة من خلال هذا التكتيك بتذكير جماهيرها والمؤسسات الأخرى بتاريخ المؤسسة وأعمالها وخدماتها الجيدة.

- التملق (Ingratiation) حيث تقوم المؤسسة في هذا التكتيك بمدح أصحاب المصلحة، كما ويعزز مدير المنظمة خلال الأزمة دور هذه المنظمة في خدمة الجمهور.

- الضحية (victimage): تقوم المؤسسة بدور ضحية للأزمة للجماهير، والمتضررة بشكل مباشر منها.

وبهذا تؤكد نظرية اتصالات الأزمات على أنه من أجل حماية سمعة المؤسسات المختلفة بشكل أفضل خلال فترة الأزمات، يحتاج مسؤولو الأزمات إلى إدارة معاني الأزمة من خلال التوفيق التام بين المسؤولية المنسوبة للمنظمات وبين استراتيجيات الاستجابة للأزمات، كما وتقترح النظرية أنه في ظل المسؤولية المدركة للأزمة، وفقاً لأنواع الأزمات يمكن اختيار استراتيجيات الاستجابة للأزمات المختلفة من بين سلسلة الاستراتيجيات التي حددتها النظرية المتراوحة بين الاستجابة الدفاعية مثل: مهاجمة المدعي، الإنكار، كبش الفداء، واستراتيجيات التكيف مثل: التعويض والاعتذار (الصيفي، 2020).

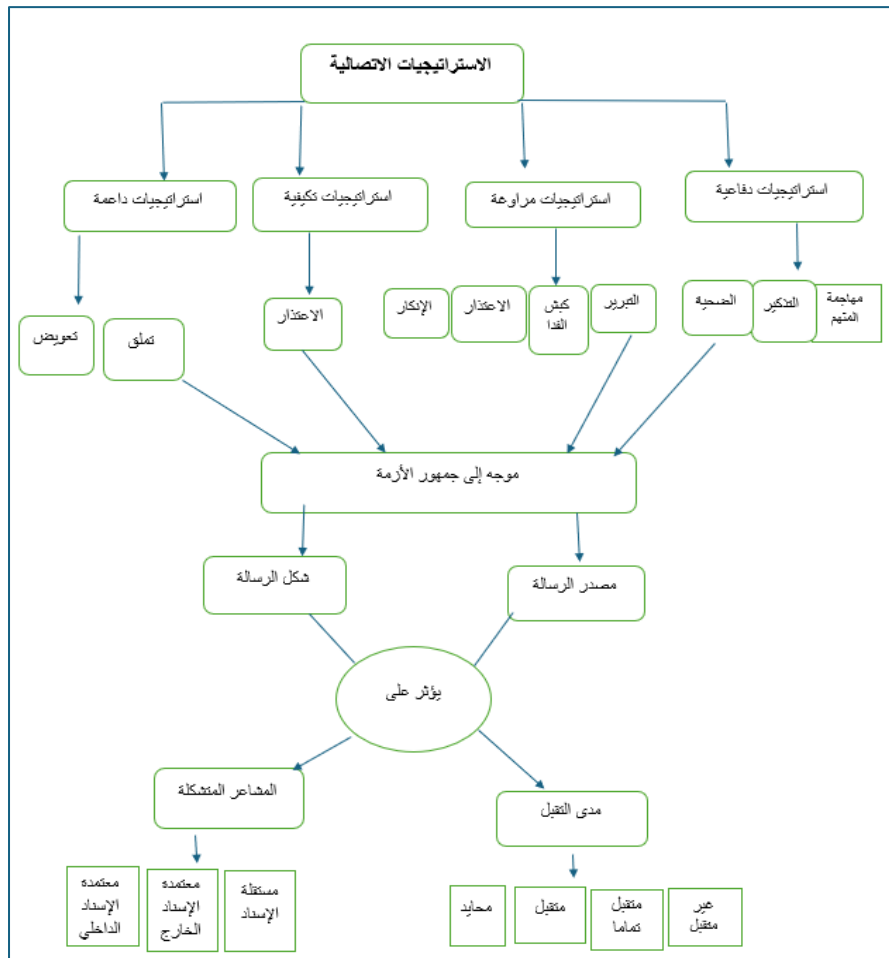
إرشادات نظرية SCCT في اختيار استراتيجية الاستجابة في الأزمات:

- عندما يوجد هناك حد أدنى من المسؤولية عن الأزمات (مجموعة الضحايا) ولا يوجد سجل لأزمات مماثلة من قبل وسمعة وطيبة أو إيجابية للمؤسسة، يمكن الاكتفاء بعملية الإعلام وضبط المعلومات.
- يمكن استخدام الضحية كجزء من الاستجابة عن الأزمات الناجمة عن العنف في مكان العمل، والعبث بالمنشآت وتخريب المنتجات، والكوارث الطبيعية والشائعات.
- يمكن أيضا استخدام استراتيجية الإنكار في حال الإشاعات، والتحديات الطارئة قدر الامكان، وعند مساءلة أصحاب المصلحة لأفعال المنظمة.
- يمكن استعمال استراتيجية التقليل للأزمات ذات الحد المنخفض من نسب المسؤولية عن الأزمات للمنظمة: (أزمات الضحايا، وذلك عند وجود تاريخ بأزمات سابقة مماثلة أو تهديد سابق لسمعة المنظمة (علاقة سلبية مع الجمهور).
- استعمال استراتيجية التقليل للأزمات ذات الحد الأدنى من نسب المسؤولية عن الأزمات للمنظمة (الأزمات العرضية) التي لا يوجد لها تاريخ في أزمات مماثلة ولديها سمعة عادية أو إيجابية في العلاقات السابقة.
- استخدام استراتيجية إعادة البناء للأزمات التي لها نسب أدنى من المسؤولية عن الأزمة (الأزمات العرضية) إلى جانب تاريخ الأزمات المماثلة أو سمعة سلبية سابقة في العلاقة مع الجماهير.
- استخدام استراتيجية إعادة البناء للأزمات التي لها إسناد قوي بمسؤولية المنظمة عن الأزمة (الأزمات التي يمكن الوقاية منها) بغض النظر عن تاريخ الأزمات أو سمعة العلاقة السابقة.
- يجب الحفاظ على الاتساق في استراتيجيات الاستجابة للأزمات، و إن عملية الخلط بين استراتيجيات الإنكار مع أي من استراتيجيات التقليل أو إعادة البناء سيؤدي إلى تآكل فعالية الاستجابة الكلية بسبب التناقض.
- يمكن استخدام استراتيجيات التعزيز مع جميع الاستراتيجيات عدا الإنكار.
- يمكن جمع استراتيجيات إعادة البناء والتقليل معاً.

وعليه أسقطت الباحثة دراستها على النظرية الظرفية في الاستجابة للأزمات، لأن الأزمة تعتبر حدث سلبي يدفع أصحاب المصلحة للبحث عن شخص أو شيء ما لتحمله مسؤولية الأزمة، كما أن الجمهور يتفاعل مع الحدث عاطفياً أما بالتعاطف أو بالغضب، لذلك بنيت النظرية على التنبؤ بالأضرار المحتمل حصولها على سمعة المؤسسة وردة فعل الجمهور، وبناء على هذا التوقع يتم تحديد الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة للموقف الأزماتي، فالباحثة تريد الكشف عن الاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل أحد طلابها، ومعرفة ما إذا كانت موفقة في اختيار الاستراتيجيات بناء على النظرية الظرفية لاتصالات الأزمات، من خلال تحديد نوع الأزمة التي مرت بها الجامعة العربية الأمريكية، وتحديد تاريخ الأزمات السابق للجامعة، والسمعة السابقة للجامعة بالتالي معرفة الاستراتيجيات المفترض توظيفها للأزمة.

شكل 2

دمج نظرية (SCCT) مع نموذج (SMCC)



مشكلة الدراسة

تعددت الأزمات التي تمر بها الجامعات الفلسطينية خلال الفترة الأخيرة، إذ تعتبر الأزمات حدث يؤثر على مسار العملية التعليمية، وتجعلها بمعزل عن تحقيق غاياتها وأهدافها، وقد سجلت الجامعة العربية الأمريكية أكبر هذه الأزمات وهي نتيجة حدوث شجار بين طلابها مما أسفر عن وقوع جريمة قتل في صفوف طلابها، ويشكل هذا النوع من الأزمات خدشا لصورة الجامعة إذا لم يتم الاستجابة الفورية له وبشكل مدروس، بحيث تعتبر الجامعة العربية الأمريكية أولى الجامعات الخاصة في فلسطين، وتقدم خدماتها التعليمية لأكثر من 12 ألف طالبا وطالبة، وتصدرت مراتب متقدمة خلال تصنيفات عالمية عدة (الجامعة العربية الأمريكية، 2023).

وبناءً على المشكلة التي تبلورت أعلاه، جاءت هذه الدراسة لرصد وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في الاستجابة للأزمة وتأثير هذه الاستراتيجيات على مشاعر وتقبل الجمهور وفقا لشكل الرسالة ومصدر الرسالة، من خلال تحليل صفحة الجامعة على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لحصر الاستراتيجيات التي وظفتها العلاقات العامة خلال الأزمة، و تم توزيع استبانة لتحليل آراء الجمهور خلال فترة الحادثة، للكشف عن مدى تقبل الجمهور ومشاعرهم المتشكلة تجاه استراتيجيات الاستجابة، بالإضافة لمقابلات مع موظفي العلاقات العامة في الجامعة لمعرفة كيفية استجابتهم مع الحادثة ومعالجة الأزمة الناجمة، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج مثمرة ومحاولة تقديم توصيات لدوائر العلاقات العامة حول التعامل مع إدارة الأزمات.

مببرات اختيار موضوع البحث:

1. تعدد الأزمات في مؤسسات التعليم العالي في فلسطين خلال الثلاث سنوات الأخيرة.
2. تعتبر مؤسسات التعليم العالي عامل أساسي في تنمية المجتمعات، لذلك اهتمت الباحثة بدراسة أزمات مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني؛ لأن الفشل في إدارة أزمات مؤسسات التعليم العالي يمس التنمية المستدامة للمجتمع.
3. تم تسليط الضوء في البحث على العلاقات العامة الرقمية؛ لأنه موضوع حديث وعصري، ولأنه غالباً ما يتبع حدوث الأزمات إغلاق للمؤسسات لفترة مؤقتة ويتحول التواصل إلى تواصل رقمي حتى تستقر الأزمة.

أسئلة الدراسة

يتمثل السؤال الرئيس للدراسة في: ما دور العلاقات العامة الرقمية في أزمة مقتل طالب في الجامعة العربية الأمريكية خلال سنة 2021؟

وينبثق عن هذا السؤال الفرعي أسئلة فرعية، تتمثل في:

1. ما أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT)؟
2. ما هو شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة؟
3. ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة؟
4. ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة؟

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في أزمة مقتل طالب في الجامعة العربية الأمريكية خلال سنة 2021.

وينبثق عن هذا الهدف الفرعي أهداف فرعية، تتمثل في:

1. التعرف على أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT).
2. الكشف عن شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة خلال الأزمة.
3. معرفة مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة.
4. الكشف عن نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

تنبثق أهمية الدراسة من كونها تبحث في دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات في كبرى الجامعات الفلسطينية، والكشف عن عمق وكيفية الاستفادة من استراتيجيات مواجهة الأزمات من قبل العلاقات العامة في مراحل الأزمة المختلفة، وبيان دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة ومواجهة الأزمات، بحيث أن العلاقات العامة لها مجالها الواسع الذي يتجدد وينمو بشكل متسارع، وتعتبر الدراسة أيضاً ذات فائدة للباحثين في مجالات الاتصالات والعلاقات العامة والترويج، حيث ستمكنهم من تكوين صورة أفضل وأكثر وضوحاً عن دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات.

سوف تسهم الدراسة في تسليط الضوء على أهمية استخدام استراتيجيات إدارة الأزمات لدى العلاقات العامة، في جهد بحثي يسهم في إبقاء دور العلاقات العامة وأهميته في إدارة الأزمات في واجهة القضايا الأكثر أهمية لدى الجمهور والمؤسسات على اختلاف أنواعها، وتعزيز دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، ومن جهة أخرى سوف تشجع الدراسة الباحثين في مجال إدارة الأزمات على تسليط مزيد من الضوء على أساليب واستراتيجيات مواجهة الأزمات التي تنتهجها المؤسسات المختلفة، حيث يتيح موضوع الدراسة الفرصة في التعرف على طبيعة عمل العاملين بالجامعة والنظم الإدارية والأكاديمية والتعرف أيضاً على مدى الصعوبات والتحديات التي تواجههم وطرق وأساليب حل المشاكل والأزمات، وبالتالي يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة وتوصيتها والاسترشاد بها من قبل جامعات مختلفة في فلسطين، والاستفادة من أساليب الجامعة في التعامل مع الأزمات بفاعلية وكفاءة، للحد من نتائجها وآثارها السلبية، واستغلالها كفرص نحو التقدم والنجاح، فالدراسة الحالية قد تفيد عدد من المسؤولين عن التربية والتعليم الذين يؤثرون في العملية التعليمية، حيث توضح للمسؤولين أهمية الأخذ بالمنهجية العلمية في إدارة الأزمات في الجامعات، للحد من وقوع الأزمات، والتخفيف من نتائجها السلبية، بالإضافة إلى حداثة الموضوع، حيث لم يتطرق أي باحث له من قبل، وبالتالي يمكن إثراء المكتبة العلمية بهذا البحث.

وتتبع أهمية الدراسة مما ستضيفه للمعرفة الإنسانية، حيث سيتم التعرف من خلال النتائج التي ستصل إليها الدراسة إلى الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، واكتساب الجامعات الفلسطينية المكانة والمهارة المهنية في التعرف على كفاءة دوائر العلاقات العامة في الجامعة،

الأهمية العملية

ستثير اهتمام مدير العلاقات العامة لتوظيف نظريات اتصالات الأزمات حتى تكون استجاباتهم مدروسة خلال الأزمات، كما يمكن أن تكون الدراسة مرجعا علميا يستفيد منه الباحثون في هذا المجال، وتتمثل

الأهمية التطبيقية في التوصيات والنتائج التي ستسفر عنها هذه الدراسة والتي يمكن وضعها محل التطبيق العملي، وأيضاً النتائج التي سيتوصل إليها الباحثون، والحلول التي تطرحها الدراسة.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: "وظيفة من الوظائف الإدارية المتمثلة بتقويم الاتجاهات العامة للإدارة نحو الآخرين، فضلاً عن موقف الآخرين من السياسات والأساليب التي تضعها الإدارة، إذ أن الوظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة بالتخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة لبرامج العمل اللازمة لفهم الجمهور المستهدف" (يونس، 2008، صفحة 193).

العلاقات العامة الرقمية: التوجه الإداري والاتصالي لأنشطة العلاقات العامة ومزاولتها عبر استخدام شبكة الإنترنت، والتقنيات الرقمية لتحقيق أفضل أساليب الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة وبناء الصورة الإيجابية عن طريق الإعلام والمعلومات الصادقة (خلوف، 2019).

الأزمة: الحوادث التي لها آثار خطيرة على المنظمة ووظائفها وجماهيرها الأساسية، إذا لم يتم التعامل معها بشكل صحيح، فإنها تهدد القواعد التأسيسية للمؤسسة وتحد من قدرتها على تنفيذ مهمتها والحفاظ على شرعيتها وسمعتها (هتيمي، 2015).

وسائل التواصل الاجتماعي: مواقع رقمية تعتمد على الإنترنت، وتسمح للمستخدم بإنشاء حساب خاص به، والاتصال وتبادل المعلومات مع أشخاص يشاركونه ذات الاهتمامات والتوجهات، ومن أشهر تلك الشبكات: الفيسبوك، وتويتر، وسناب شات (هتيمي، 2015).

الفيسبوك: موقع أسسه مارك زوكربيرغ في الرابع من فبراير 2004، وهو موقع خاص بالتواصل الاجتماعي يتيح للمستخدمين إنشاء الصفحات الخاصة والتواصل ومشاركة المعلومات، حيث تم تأسيسه في البداية فقط لطلاب الجامعات لكنه لاحقاً اتسع وأصبح يشمل كافة الأشخاص (فضل الله و مبارك، 2011).

الجامعة العربية الأمريكية (AAU): تأسست عام 2000 برأس مال فلسطيني بالتعاون مع جامعة كاليفورنيا، وهي الجامعة الأولى الخاصة في فلسطين، تقدم الجامعة برامج تدريس في البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، مقرها الرئيسي في مدينة جنين ولها فرع آخر في رام الله (الجامعة العربية الأمريكية، 2023).

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تناقش هذه الدراسة دور العلاقات العامة الرقمية في أزمات الجامعة العربية الأمريكية، خلال أزمة مقتل الطالب عام 2021.

الحدود المكانية: استهدفت هذه الدراسة صفحة الجامعة العربية الأمريكية الرسمية على الفيسبوك، خلال أحداث مقتل الطالب في مقر الجامعة في محافظة جنين - فلسطين.

الحدود الزمانية: تمثل الحد الزمني منذ لحظة وقوع الأزمة أي من تاريخ 4 ديسمبر/ كانون الأول 2021، وهو يوم مقتل الطالب عند بوابة الحرم الجامعي حتى تاريخ عودة الدراسة الوجيهة إلى الجامعة بتاريخ 18 ديسمبر/ كانون الأول 2021.

الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية في مقابلات مع موظفي العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، واستبانة تم توزيعها على عينة من طلاب الجامعة.

الفصل الثاني

منهجية الدراسة

منهج الدراسة

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وهو: "طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال وصفها بطريقة علمية، فهو لا يقتصر فقط على وصف الظاهرة، بل يهدف للوصول إلى تفسيرات منطقية دقيقة لها دلائل وبراهين تزود الباحث في القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث" (مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، 2017). وذكر النجار والزعبي (2018) أن المنهج الوصفي التحليلي يقوم بوصف خصائص وميزات الظاهرة أو المجتمع، ويعطي تصورا واضحا عن الظاهرة التي ترغب بجمع البيانات عنها.

ونظراً لأن الدراسة تهدف إلى وصف الظواهر ومحاولة التوصل لمعرفة التفصيلية لعناصر مشكلة الدراسة التي تمثلت في خطورة الأزمة ونتائجها على المؤسسات التعليمية، ودور العلاقات العامة في إدارة الأزمات لدى دوائر العلاقات العامة في القطاع التعليمي الفلسطيني، من أجل هذا اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لأنه يحقق المتطلبات البحثية للدراسة، إذ لا تقتصر حدود البحث الوصفي على الوصف فقط، إنما يدرس ما يجب أن تكون عليه الظاهرة التي يدرسها البحث، في ظل معايير وقيم واقتراح خطوات معينة التي من خلالها يمكن الوصول إلى الصورة التي يجب أن تكون عليها إدارة العلاقات العامة واستراتيجيات التعامل مع الأزمات، للوصول إلى فهم دقيق ووضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها (الحمودي، 2015، صفحة 46).

مجتمع الدراسة

يعرّف مجتمع البحث أنه: "جميع الأفراد أو الوحدات ذات العلاقة بمشكلة البحث المراد الحصول منها على معلومات" (الموسى، 2022)، وتكونت الدراسة من عدة مجتمعات دراسة كالتالي:

المجتمع الدراسي الأول لأداة الاستبانة: طلاب الجامعة العربية الأمريكية في محافظات الضفة الغربية في فلسطين.

المجتمع الدراسي الثاني لأداة المقابلة: الموظفين العاملين في الجامعة العربية الأمريكية.

المجتمع الدراسي الثالث لأداة تحليل المضمون: منشورات صفحة الجامعة العربية الأمريكية على الفيسبوك، وذلك خلال فترة الحادثة من 4 ديسمبر/ كانون الأول وحتى تاريخ 4 يناير/ كانون الثاني عام 2021.

عينة الدراسة:

1- العينة المتعلقة بتحليل المضمون:

وهي عينة قصدية حيث تم اختيار المنشورات المتعلقة بموضوع الأزمة وتحليلها، ويقصد بها: "العينة التي تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث، أي أنه يختار العينة اختياراً حراً وفق حاجته، وبحسب اعتقاده أن هذه العينة تمثل المجتمع وتحقق غرض دراسته" (دياب، 2003، صفحة 99)، و تم اختيار العينة القصدية لأن الجامعة تنشر منشورات روتينية، حيث تم اختيار المنشورات ذات الصلة بالأزمة للوصول للمعلومات الدقيقة، وقد بلغ عدد المنشورات التي تم نشرها خلال فترة الأزمة من 4 ديسمبر حتى 4 يناير عام 2021 (32) منشوراً ووقع الاختيار على (20) منشوراً منها كعينة لاستمارة تحليل المضمون، وهي منشورات تخدم الباحث تم نشرها على صفحة الجامعة خلال فترة 4 ديسمبر حتى 4 يناير عام 2021، وهي فترة حدوث الأزمة والتعافي منها.

2- العينة المرتبطة بالمقابلات:

وهي عينة قصدية أيضا، ويعزى سبب اختيار الباحثة للعينة القصدية للوصول إلى آراء متخصصة ومستهدفة لفئة من الأشخاص بناءً على اختصاصهم الأمر الذي سيوفر المعلومات المناسبة للدراسة، وعليه قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع (3) موظفين في دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية للتعرف على دورها في إدارة الأزمات في ظل أزمة مقتل الطالب عام 2021.

3- العينة المرتبطة بالاستبيان:

وهي عينة متاحة، ويقصد بالعينة المتاحة قيام الباحث باختيار أفراد العينة بناءً على من يصادفه، حيث تم اختيار هذا النوع من العينة بسبب تزامن توزيع الاستبانة مع أحداث 7 أكتوبر التي أثرت على جميع مناحي الحياة، منها انتظام تعليم الجامعات والتنقل، فأسلوب العينات غير الاحتمالية يتميز بأنه عملي وسلس في نشر استطلاعات الرأي في العالم الحقيقي، فالعينات غير الاحتمالية إذا تمت بصورة صحيحة فإنها تعطي نتائج مطابقة أو مشابهة لنتائج العينات الاحتمالية التي تشكل أكثر تعقيدا عند تطبيقها على أرض الواقع، فقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان الإلكتروني على عينة متاحة من طلاب الجامعة العربية الأمريكية تمثل عددها ب (300) طالبا وطالبة من مختلف التخصصات للتعرف على مدى تقبل الجمهور واستجابته تجاه استراتيجيات الاستجابة لأزمة مقتل الطالب عام 2021.

وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة حسب متغيراتها الديمغرافية، كما يبين الجدول (1):

جدول 1

توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها الديمغرافية (ن=301)

| المتغير | التصنيف | التكرار | المتوسط | النسبة المئوية | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|-----------|---------|----------------|---------|-----|
| التواجد أثناء وقوع حادثة مقتل الطالب | نعم | 220 | لا يوجد | %73 | | |
| | لا | 81 | | %27 | | |
| مدى المعرفة بأزمة مقتل الطالب | مطلع جدا | 114 | 4.21 | %38 | | |
| | مطلع | 156 | | %52 | | |
| | محايد | 16 | | %5 | | |
| | غير مطلع | 10 | | %3 | | |
| | غير مطلع أبدا | 5 | | %2 | | |
| النوع الاجتماعي | ذكر | 144 | لا يوجد | %48 | | |
| | أنثى | 157 | | %52 | | |
| مكان السكن | مدينة | 116 | لا يوجد | %39 | | |
| | قرية/ بلدة | 153 | | %51 | | |
| | مخيم | 32 | | %11 | | |
| الكلية | كلية الهندسة وتكنولوجيا المعلومات | 38 | لا يوجد | %13 | | |
| | كلية العلوم الطبية المساندة | 27 | | %9 | | |
| | كلية العلوم الإدارية والمالية | 40 | | %13 | | |
| | كلية القانون | 19 | | %6 | | |
| | كلية طب الأسنان | 21 | | %7 | | |
| | كلية الآداب | 32 | | %11 | | |
| | كلية الإعلام | 19 | | %6 | | |
| | كلية التمريض | 56 | | %19 | | |
| | كلية دبلوم متوسط | 17 | | %6 | | |
| | طب | 22 | | %7 | | |
| | صيدلة | 10 | | %3 | | |
| | السنة الجامعية عند وقوع الحادثة | سنة أولى | | 68 | لا يوجد | %23 |
| | | سنة ثانية | | 64 | | %21 |
| سنة ثالثة | | 66 | %22 | | | |
| سنة رابعة | | 79 | %26 | | | |
| سنة خامسة فأكثر | | 24 | %8 | | | |

يتضح من الجدول رقم (1) أن (73%) من عينة الدراسة من الطلبة في الجامعة تواجدوا أثناء وقوع حادثة مقتل الطالب عام 2021، كما بينت النتائج أن (90%) من عينة الدراسة كان مطلعاً ومطلعاً جداً بأزمة مقتل الطالب، وأن (5%) منهم غير مطلع وغير مطلع أبداً على أزمة مقتل الطالب، وأكد المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.21) أن توجهات عينة الدراسة جاءت مرتفعة جداً بمعرفة الطلبة بأزمة مقتل الطالب، مثلت الطالبات (52%) من عينة الدراسة في حين مثل الذكور (48%)، كما بينت النتائج أن (51%) من الطلبة يسكنون في القرية/البلدة وأن (39%) من الطلاب يسكنون المدينة، وأن (11%) يسكنون المخيم وهي النسبة الأقل، وبلغت نسبة طلبة كلية التمريض (19%) من عينة الدراسة وهي، في حين بلغت نسبة طلبة كلية الصيدلة (3%) وهي الأقل، كما بلغت نسبة طلبة السنة الرابعة (26%) وهي، وبلغت نسبة طلبة السنة الخامسة فأكثر (8%).

أدوات الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وظفت الباحثة ثلاثة أدوات بحثية، وهي:

أولاً: الاستبيان: لأن البحث يهدف إلى تحليل مشكلة الدراسة نوعياً، ومن خلال دراسة الظاهرة في سياقها التاريخي وتحليلها ضمن أبعاد ومتغيرات عدة ترتبط بالزمان والمكان والتبادلات بين المتغيرات والأبعاد كمياً ونوعياً ضمن تفاعلاتها وارتباطاتها (عبد المجيد والسقا، 2014، ص 66)، وهي من الوسائل الشائعة للحصول على معلومات تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، لذا اختارت الباحثة هذه الأداة لأنها الأنسب للإجابة على أسئلة الدراسة، وتسهل على الباحث جمع البيانات وتحليل نتائجها إحصائياً.

وقد استخدمت الباحثة الأداة بهدف الوصول إلى أهداف الدراسة والتي تتمثل في التعرف على دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في الأزمات، ومعرفة مدى تقبل الجمهور واستجابته تجاه استراتيجيات الاستجابة، خلال أزمة مقتل أحد طلابها عام 2021، وقد قامت الباحثة بتصميم وتطوير تلك الأداة بهدف جمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بالعلاقات العامة وإدارة الأزمات.
2. مراجعة الأبحاث، والدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وذات العلاقة مع موضوع الدراسة.
3. عقد المناقشات وإجراء حوارات مع ذوي الاختصاص في مجال الدراسة.

وتكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزئين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة، كما تم توضيحه في الجدول رقم (1) أعلاه.

الجزء الثاني: واشتمل على (31) فقرة موزعة على أربعة مجالات، وهي: (تقبل الجمهور حسب نوع الرسالة/نوع الوسيلة الإعلامية، تقبل الجمهور حسب مصدر الرسالة، نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور حسب نوع الرسالة، نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور حسب مصدر الرسالة)، كما يتبين في الجدول رقم (2):

جدول 2

فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

| الرقم | المجال | عدد الفقرات |
|---------|--|-------------|
| 1 | تقبل الجمهور وفقاً لنوع الرسالة | 7 |
| 2 | تقبل الجمهور وفقاً لمصدر الرسالة | 8 |
| 3 | نوع المشاعر المتشكلة وفقاً لنوع الرسالة | 7 |
| 4 | نوع المشاعر المتشكلة وفقاً لمصدر الرسالة | 9 |
| المجموع | | 31 |

يبين الجدول (2) توضيح لفقرات الاستبانة ومجالاتها، وعدد الفقرات.

وقد أعطيت درجات الفقرات ال (٤)، خلال مقياس ليكرت الخماسي، كما يتبين من الجدول رقم (٣):

جدول 3

مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ودرجتها.

| الاستجابة | | | | | الدرجة |
|-----------------|------------|-------|------------|-----------------|--------|
| درجة قليلة جداً | درجة قليلة | محايد | درجة كبيرة | درجة كبيرة جداً | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |

يبين الجدول (3) مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ويوضح

الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجة تلك الاستجابة.

وقامت الباحثة بتصميم الاستبانة، وتحليلها وفقاً للآتي:

1. إعداد الاستبانة الدراسة بشكلها النهائي.
2. حصر أفراد العينة الخاصة بالدراسة.
3. الحصول على موافقة المختصين، والتأكد من صدق الأداة وثباتها.
4. توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة.
5. إدخال البيانات إلى الحاسوب واستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجتها إحصائياً.
6. استخراج النتائج، وتحليلها، ومناقشتها.

ويتمثل اختبار صدق الأداة وثباتها كالتالي:

صدق الأداة:

تم عرض إدارة الدراسة على مجموعة من ذوي الاختصاص والخبرة، في مجال الدراسة وبذلك تم التحقق من صدق أداة الدراسة الظاهري، وقد أبدى المحكمون رأيهم في صياغة فقرات أداة الدراسة وفحص مناسبتها للمجال الذي وضعت من أجله، وقد تمت الموافقة على بعض الفقرات وإجراء تعديلات على صياغة فقرات

أخرى أو حذفها، وبالتالي تكونت إدارة الدراسة من (4) مجالات و (31) فقرة، وبذلك تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في شكلها النهائي.

أما صدق الاتساق الداخلي، تم التحقق منه من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون (Person's Correlations Coefficient)؛ للتعرف إلى درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية الذي تنتمي إليه العبارة، كما يتبين من الجدول رقم (4):

جدول 4

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة

| نوع المشاعر المتشكلة حسب مصدر الرسالة | نوع المشاعر | | تقبل الجمهور | | تقبل الجمهور | | |
|---------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------|--------------|-----------------|---|
| | الفقرة | المتشكلة حسب نوع الرسالة | الفقرة | حسب مصدر الرسالة | الفقرة | حسب نوع الرسالة | |
| **0.57 | 23 | **0.66 | 16 | **0.53 | 8 | **0.64 | 1 |
| **0.70 | 24 | **0.47 | 17 | *0.45 | 9 | **0.69 | 2 |
| **0.69 | 25 | **0.62 | 18 | **0.66 | 10 | **0.60 | 3 |
| **0.71 | 26 | **0.64 | 19 | **0.59 | 11 | **0.54 | 4 |
| **0.73 | 27 | **0.59 | 20 | **0.70 | 12 | **0.69 | 5 |
| **0.71 | 28 | *0.43 | 21 | **0.77 | 13 | **0.72 | 6 |
| **0.74 | 29 | **0.74 | 22 | **0.65 | 14 | **0.75 | 7 |
| **0.73 | 30 | | | **0.66 | 15 | | |
| **0.80 | 31 | | | | | | |
| الدرجة الكلية للبعد = **0.90 | الدرجة الكلية للبعد = **0.90 | الدرجة الكلية للبعد = **0.92 | الدرجة الكلية للبعد = **0.87 | | | | |

* دال إحصائياً عند مستوى ($p < 0.05$)، ** دال إحصائياً عند مستوى ($p < 0.01$).

يُلاحظ من جدول (4): أن قيم مُعاملات ارتباط الفقرات تراوحت ما بين (0.45 - 0.80)، بمعنى أنها كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائياً، كما جاء في جارسيا (Garcia, 2011)؛ وبين الجدول أن قيمة مُعامل الارتباط التي (نقل عن 0.30) تُعد ضعيفة، أما التي تقع ضمن المدى التالي: (0.30 - أقل من 0.70) تعد مُتوسطة، والقيمة التي (تساوي أو تزيد عن 0.70) تعتبر قوية، وبهذا بقي عدد فقرات الاستبانة (31) فقرة، كما هو موضح في الملحق (ت).

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، والجدول (4) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها:

جدول 5

معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (CRONBACHS ALPHA)

| الرقم | المجال | عدد الفقرات | كرونباخ ألفا |
|-------|---------------------------------------|-------------|--------------|
| 1 | تقبل الجمهور حسب نوع الرسالة | 7 | **0.78 |
| 2 | تقبل الجمهور حسب مصدر الرسالة | 8 | **0.84 |
| 3 | نوع المشاعر المتشكلة حسب نوع الرسالة | 7 | **0.87 |
| 4 | نوع المشاعر المتشكلة حسب مصدر الرسالة | 9 | **0.90 |
| | الدرجة الكلية | 31 | **0.91 |

يتضح من الجدول رقم (5) أن قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا لأداة الدراسة تراوحت ما بين (0.78-0.90)، وبلغت الدرجة الكلية للأداة (0.91)، وقد قورنت بمُعامل الثبات (0.70) وتعتبر مقبولة كما ذكرها (Fraenkel & Wallen, 1996)، للتأكد من ثبات أداة الدراسة، أي إمكانية الحصول على نفس النتائج في حال تم استخدام نفس الأداة مرة أخرى.

ثانياً: **المقابلة:** وهي حوار بين الباحث من وشخص أو أشخاص آخرين، بهدف الحصول على معلومات تكشف وتعكس حقائق ومواقف معينة، من الضروري للباحث أن يحصل عليها بما يخدم بحثه، (الحمودي، 2015، 147). وعليه قامت الباحثة خلال هذه المرحلة من الدراسة بتصميم نموذج للمقابلة تكون من مجموعة من الأسئلة تتعلق بدور دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في إدارة الأزمات، وكيفية استجابتهم مع الحادثة ومعالجة الأزمة الناجمة؛ لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها.

وقد تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض نموذج المقابلة على مجموعة من المحكمين، وقد أبدوا ملاحظاتهم وآرائهم حول صياغة الأسئلة ومدى مناسبتها للموضوع، وقد أجمع المحكمون على صلاحيتها. ومن أسباب اختيارها كأداة ثانية لجمع المعلومات لما لها أهمية في الحصول على البيانات، وتكمن أهميتها في الثقة بين الباحثة والمبحوث، نتيجة للتفاعل المباشر.

حيث تم اتباع خطوات لإجراء تحليل البيانات النوعية وفقاً لتحليل المقابلات مع المختصين:

- إجراء المقابلات مع (3) موظفين في دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية.
- تفرغ البيانات كاملة.
- تحليل إجابات أسئلة المقابلات استناداً إلى مشكلة الدراسة.
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها.

ثالثاً: استمارة تحليل المضمون: وقد عُرّف تحليل المضمون بأنه "أسلوب بحثي، فهو بمثابة أداة لجمع وتصنيف البيانات لتحليل نص مكتوب أو مسموع من أجل التحليل الموضوعي المنظم لهذا النص، كما يسعى للتوصل إلى إجابات عن أسئلة معينة عن طريق تحليل مضمون النص المتوفر لكي يتم الانتفاع من نتائج هذا التحليل في وضع الخطط اللازمة. لاسيما أن هذا الأسلوب يؤدي إلى وصف مضمون النص وتصنيف محتوياته، أو دراسة العلاقات والتفاعلات بين أجزاء النص والأفكار التي يعرضها" (الجمال، 2014). وعملت الباحثة في هذه المرحلة على تصميم استمارة تحليل المضمون لصفحة "الجامعة العربية

الأمريكية" للتعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها العلاقات العامة للتعامل مع أزمة مقتل الطالب لعام 2021.

واعتمدت الباحثة على اختبار الصدق لقياس الصدق الظاهري لاستمارة تحليل المضمون من خلال قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة والوصول إلى النتائج، وتم عرض الاستمارة على عدد من إليها، هذا وقامت الباحثة في قياس ثبات الأداة من خلال عرض تحليل الاستمارة على مشرف الدراسة، وطبقت الباحثة معادلة (هولستي) للتحقق من ثبات أداة الدراسة، وتحققت من ثبات التحليل ودقته.

واتبعت الباحثة الخطوات الآتية لإجراء تحليل للبيانات الكمية وفقاً لتحليل المضمون:

- تحديد مجتمع البحث وعينته.
- اختيار المنشورات من أجل تحليلها وفقاً للعينة.
- تحليل كل منشور تبعاً لفئات التحليل في الاستمارة.
- تفرغ البيانات.
- حساب التكرارات والنسب المئوية.
- تحليل النتائج، ومناقشتها.
- وحدة التحليل: وحدة المنشور (المنشورات الفيسبوكية).

وقد تم تصميم استمارة التحليل، على النحو الآتي:

1. تاريخ المنشور.
2. الاستراتيجيات الاتصالية.
3. التكتيك المستخدم.
4. الكيفية التي وظفت بها الاستراتيجية.
5. الاقتباس الذي يدعم الاستراتيجية.

إجراءات الدراسة:

- تم إجراء الدراسة بناء على الخطوات الآتية:
- إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات المختصة.
- قامت الباحثة بتوزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة وهم طلاب الجامعة الأمريكية من مختلف التخصصات، ليشكل العدد (300) وهي عينة الدراسة.
- مقابلة الموظفين في دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وبلغ عددهم (3) مفردة.
- إدخال البيانات إلى الحاسوب واستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجتها إحصائياً.
- استخراج النتائج، وتحليلها، ومناقشتها، واقتراح توصيات للدراسات القادمة.

المعالجات الإحصائية:

بعد الانتهاء من تفرغ إجابات أفراد العينة على أداة الاستبانة، تم ترميزها وإدخال البيانات إلى الحاسوب واستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجتها إحصائياً، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.

2. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.

3. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample T-test، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير

النوع الاجتماعي.

4. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات سنوات الخبرة،
والتخصص.

5. اختبار المقارنات البعدية لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

الفصل الثالث

عرض نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج أجزاء الدراسة بجوانبها المختلفة التي تضمنها السؤال الرئيس للدراسة، الكيفي والكمي والنوعي، وذلك تحقيقاً للهدف الرئيس لهذه الدراسة، والمتمثل بتحديد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران خليلية عام 2021، والمشاعر المتشكلة وتقبل الجمهور لهذه الاستراتيجيات، من خلال تحليل المضمون لصفحة الجامعة العربية الأمريكية على الفيسبوك، ومن خلال إجراء مقابلات مع موظفي قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وأيضاً أداة الاستبانة الإلكترونية، وقد تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة الأولى (تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة حسب نوع الوسيلة الإعلامية)، والثاني (تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة وفقاً لمصدر المعلومة)؛ إذ تم حساب طول المدى وهو $(4 = 1-5)$ وقسمته على 5 فترات $(0.8 = 5/4)$ ، وبالتالي فإن طول الفترة هو (0.8) ، وبناء على ما سبق اعتمدت الباحثة التقدير التالي، للفصل بين الدرجات: المتوسط الحسابي (4.21) فأكثر يعادل 84.2% فأعلى درجة كبيرة جداً، المتوسط الحسابي $(3.41 - 4.20)$ ويعادل $68.2\% - 84.0$ درجة كبيرة، المتوسط الحسابي $(2.61 - 3.40)$ ويعادل $52.2\% - 68.0\%$ درجة متوسطة، المتوسط الحسابي $(1.81 - 2.60)$ ويعادل $36.2\% - 52.0\%$ درجة قليلة، المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جداً.

وتضمن هذا الفصل على ثلاثة أبواب: الباب الأول، والمتمثل بنتائج تحليل المضمون، الباب الثاني، والذي يتضمن تحليل نتائج المقابلات، الباب الثالث، والذي سيعرض نتائج الاستبانة وتحليلها.

الباب الأول: النتائج المتعلقة بتحليل المضمون:

أولاً: أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر موقع الفيس بوك. (SCCT).

جدول 6

استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات التي وظفتها الجامعة العربية خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر موقع الفيس بوك.

| الاستراتيجيات | التكتيكات | التكرارات | النسبة |
|-----------------------|---|-----------|--------|
| التعزيز | التملق التذكير دور الضحية | 10 | %47.5 |
| إعادة البناء | التعويض | 6 | %28.5 |
| الإنكار | الإنكار كبح الفداء مهاجمة المدعي | 4 | %19 |
| التقليل من حجم الأزمة | التبرير | 1 | %5 |
| المجموع | | 21 | %100 |

وفقاً لنتائج جدول رقم (6)، بلغت نسبة تكرر استراتيجية التعزيز النسبة الأعلى من بين استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية بنسبة (%47.5)، ثم جاءت بعدها استراتيجية إعادة البناء بنسبة (%28.5)، ثم استراتيجية الإنكار بنسبة (%19)، وفيما يتعلق باستراتيجية التقليل من حجم الأزمة جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (%5).

وبهذا سعى ممارسو العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية إلى توظيف استراتيجية التعزيز بنسبة عالية خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر موقع الفيس بوك من خلال تكتيكات: دور الضحية،

التذكير، التملق، حيث سعت الجامعة العربية الأمريكية في معالجتها لأزمة مقتل الشاب مهراڤ الخليلية إلى إظهار نفسها بأنها ضحية الشجار الذي وقع بين طلاب الحركة الشببية، فكان هنالك فجوة كبيرة بين إدارة الجامعة وحركة الشببية، وأظهرت نتائج تحليل منشورات الجامعة عبر الفيس بوك قيام ممارسي العلاقات العامة بجهود اتصالية فعالة، حيث لعبت هذه المواقع دوراً أساسياً بالتواصل خلال إعلان مقتل الطالب مهراڤ الخليلية، حيث عملت الجامعة على نشر معلومات تخص تعليق الدوام، وأظهرت حزنها الشديد على فقدان أحد أبنائها، إذ طرحت الأزمة من خلال استخدام الرسائل بطابع عاطفي حزين، فأعلنت الجامعة الحداد على روح الطالب لعدة أيام، وقامت بتعزية عائلته على فقده كما في الصورة رقم (1) أدناه:

صورة 1

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك دور الضحية في إدارة أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر الفيس بوك.

... Arab American University / الجامعة العربية الأمريكية
الأمريكية
٤ ديسمبر، ٢٠٢١
إعلان حداد،

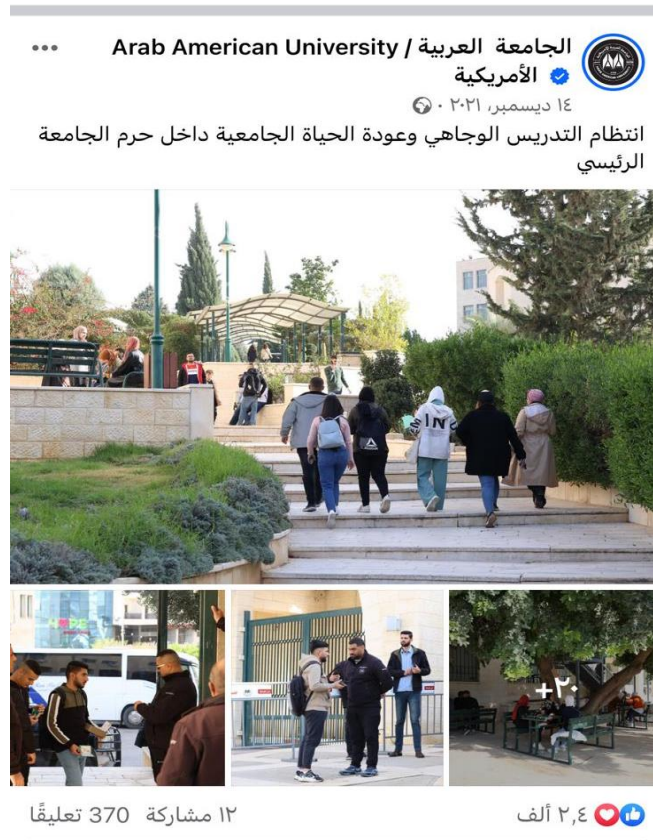
قررت ادارة الجامعة العربية الامريكية اعلان الحداد في حرم الجامعة الرئيسي في جنين غداً وبعد غدٍ (الاحد و الاثنين الموافقين 5 و 2021\12\6) على روح فقيدها الشهيد الطالب مهراڤ خليلية الذي وافته المنية اثر تعرضه لحادث قتل مؤسف، وستغلق الجامعة ابوابها بشكل كامل.
انا لله وانا اليه راجعون



كما وتطرقت الجامعة العربية الأمريكية في إدارة أزمة مقتل الطالب مهيران إلى استخدام تكتيك التذكير، حيث استخدمت الجامعة هذا التكتيك من خلال التذكير بالإجراءات الصارمة التي اتخذتها الجامعة بعد حادثة مقتل الشاب مهيران، ومن خلال نشر المنشورات المتعلقة بعودة الدوام الوجاهي للجامعة وأجوائها المليئة بالمحبة والود؛ لإظهار أن الجامعة تجاوزت الأزمة وعادت للدوام الطبيعي، حيث حاولت الجامعة تذكير الطلاب بأهمية وجودهم في الجامعة، والأثر الإيجابي التي تحدثه الجامعة للجماهير، ونشرت الجامعة العديد من الصور الخاصة بمرافق وكليات الجامعة؛ لتذكير طلابها وجماهيرها باسم الجامعة وجمالها وأهمية وجود طلابها في الحرم والكليات وافتخارها بوجودهم كما في الصورة رقم (2) أدناه:

صورة 2

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك التذكير في إدارة أزمة مقتل الطالب مهيران الخليجية عبر الفيس بوك.



كما وتناولت الجامعة العربية الأمريكية تكتيك التملق الذي يندرج تحت إطار استراتيجية التعزيز، حيث نشرت الجامعة العديد من المنشورات عبر الفيس بوك المتعلقة في إنجازاتها في المجال التعليمي العلمي والعملي، والمراتب المركزية التي تحصل عليها على مستوى جامعات الوطن العربي، ونشر المنشورات المتعلقة في اهتمام الجامعة في تعزيز البحث العلمي؛ لإصلاح وترميم صورتها بعد أزمة مقتل الشاب مهراڤ الخليلية، وبهذا ركزت الجامعة على عرض إنجازاتها في البحث العلمي، وسعيها لتعزير جودته، كما ونشرت الجامعة منشورا ً حول فوزها على مستوى الوطن العربي، في المبادرة الرياضية العربية في الإمارات كما في الصورة رقم (3) التالية:

صورة 3

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك التنكير في إدارة أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر الفيس بوك.

... **الجامعة العربية / Arab American University الأمريكية** 
٤ يناير، ٢٠٢٢ •
الأولى على 10 جامعات عربية

حصلت الجامعة العربية الأمريكية على الجائزة البلاطينية، في المبادرة التي أطلقها الاتحاد العربي للرياضة الجامعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، تحت عنوان "عربي الجامعات" وحملت شعار "الحرم الجامعي الرياضي الصحي"، حيث حازت الجامعة على المركز الأول على مستوى الوطن العربي، شارك فيها 10 جامعات من دول عربية مختلفة.

تحية طيبة وبعد

الموضوع : تهنئة الحصول على الدرع البلاطيني

لمسابقة الحرم الجامعي الرياضي الصحي

يسرني ويسعدني أن أتقدم إلى سعادتكم بأطيب آيات التهاني والتبريكات على حصول الجامعة العربية الأمريكية على الدرع البلاطيني في مسابقة الحرم الجامعي الرياضي الصحي التي أقامها الاتحاد العربي للرياضة الجامعية خلال العام الدراسي 2021/2020 ، مثنيا الدور الحيوي والفعال للجامعة العربية الأمريكية في دعم الأنشطة اللاصفية والاهتمام بها كجزء هام في العملية التعليمية .

aaup.edu

الجامعة تحصد الجائزة البلاطينية في مبادرة أطلقها الاتحاد العربي للرياضة الجامعية بعنوان "عربي الجامعات"

مشاركة واحدة 48 تعليقا

٥٦٨  

كما وأظهرت النتائج أن الجامعة العربية الأمريكية عملت على توظيف استراتيجية إعادة البناء من خلال تكتيك التعويض عن طريق اتخاذ إجراءات وقاية وأمن داخل وخارج أسوار الجامعة، وإعلان تعليق الدوام ليومين حقناً للدماء وخوفاً من وقوع مشكلة من أهل الشاب المقتول وحرصاً على سلامة الطلاب، كما وقدمت الجامعة التعزية لأهل الشاب، وأظهرت الحزن الشديد على وفاته، وعمدت الجامعة إلى إظهار الإجراءات المستقبلية الصارمة التي اتخذتها بعد مقتل الطالب مهران في الجامعة، خاصة في ظل مثل هذه الأزمة، حيث تعرضت الجامعة لانتقادات وهجوم كبير عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد شكّلت هذه الأزمة تهديداً كبيراً على سمعة الجامعة، فكان لا بد من تناول الجامعة لتكتيك التعويض، حيث يعتبر هذا التكتيك فعال في التحكم بغضب الجمهور أثناء الأزمات، وبهذا عمدت الجامعة لاستخدامه لإعادة مصداقيتها لدى طلبتها وجماهيرها، ففرضت إجراءات أمنية جديدة من خلال تنسيق الجامعة مع الشرطة الفلسطينية في الجامعة؛ مما يساعد الأهالي والطالب على إرجاع الثقة والشعور بالأمن تجاهها كما في الصورة رقم (4)

التالية:

صورة 4

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك التعويض في إدارة أزمة مقتل الطالب مهران

الخليبية عبر الفيس بوك



وكانت استراتيجية الإنكار واضحة في منشورات الجامعة العربية الأمريكية خلال فترة أزمة مقتل الطالب مهران خليبية، حيث تطرقت الجامعة لتكتيكات هذه الاستراتيجية مثل: الإنكار، مهاجمة المدعي، كبح الفداء، حيث تطرقت الجامعة إلى تكتيك الإنكار من خلال إنكار أن حادثة القتل حدثت في داخل أسوار الجامعة، فقد وضحت الجامعة عبر منشورات لها أن الحادثة حدثت خارج أسوار الجامعة وبهذا حاولت الجامعة من مسؤوليتها عن الأزمة، حيث نشرت الجامعة أن الطالب مهران توفى بسبب حادث مؤسف، ولم تذكر أن الطاب تعرض للطعن من قبل طالب في الجامعة كما في الصورة رقم (5) أدناه:

صورة 5

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك الإنكار في إدارة أزمة مقتل الطالب مهرا

الخليية عبر الفيس بوك

... Arab American University / الجامعة العربية الأمريكية

4 ديسمبر، 2021

بسم الله الرحمن الرحيم

بقلوب يعتصرها الحزن والأسى تنعى أسرة الجامعة العربية الأمريكية شهيد العلم والمعرفة، الطالب في كلية التمريض مهرا خليية، الذي توفي نتيجة شجار حصل خارج أسوار الجامعة، وتتقدم الجامعة بخالص العزاء لأسرة الفقيد ولزملائه، سائلين الله أن يسكنه فسيح جناته ويلهمنا وأهله الصبر والسلوان

ولضمان سلامة الطلبة أعلنت الجامعة عن تعليق الدوام اليوم السبت مع اخلاء حرم جنين من الطلبة، وأعلنت عن تجميد الكتل الطلابية وأنشطتها داخل الجامعة.

وفور وقوع الحدث قامت الأجهزة الأمنية بدفع تعزيزات كبيرة للمكان وفرض الأمن في محيط المنطقة.

ومن جانبها تتابع الجامعة بمسؤولية عالية تداعيات هذا الحدث، ودعت إلى ضرورة ضبط النفس، وضرورة تقصي الحقائق من مصادرها، رافضة أي شكل من أشكال العنف داخل أو في محيط حرمها الجامعي، وداعية الأجهزة الأمنية إلى ضرورة تحمل مسؤولياتها من خلال التواجد المستمر لقوى الأمن في المنطقة، وهذا ما طالبت به إدارة الجامعة مراراً وتكراراً.

31 مشاركة 1,4 ألف تعليق

5,2 ألف

مشاركة تعليق أعجبي

كما ولجأت الجامعة العربية الأمريكية إلى استخدام تكتيك مهاجمة المدعي من خلال مهاجمة طلاب الحركة

الشبيبة، وتجميد عملها في الجامعة، ومطالبة القانون بمحاسبة من ارتكب هذا الجرم العظيم، ومن خلال

أيضاً تهديد حركة الشبيبة باتخاذ إجراءات رادعة لمن يحاول تعطيل سير العملية التدريسية كما في المثال

التالي، والصورة رقم (6) أدناه توضح ذلك:

صورة 6

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك مهاجمة المدعي في إدارة أزمة مقتل الطالب مهران الخليبية عبر الفيس بوك.

... Arab American University / الجامعة العربية الأمريكية
الأبناء الطلبة
1 يناير، ٢٠٢٢
كل عام وأنتم بخير

في الوقت الذي تقوم به إدارة الجامعة باتخاذ كافة الإجراءات داخل الحرم الجامعي وخارجه للمحافظة على سير العملية التدريسية والتي ستؤدي إلى عودة الحياة الجامعية إلى طبيعتها. قام مجلس الطلبة بالأمس بالإعلان عن تعليق الدوام في الجامعة بدون أي مبررات، ونؤكد لكم بأن المجلس لم يقدم أي مطالب لعمادة شؤون الطلبة من المطالب التي ذكرت في بيان المجلس.

لذا قررت إدارة الجامعة ما يلي:

1. استمرار الدوام كالمعتاد (امتحانات، تدريب، وتدریس) اعتباراً من يوم الأحد الموافق 2022\1\2 وحتى لا يتم إلغاء الفصل الدراسي الحالي، وسيتم احتساب الغيابات وتطبيق الأنظمة حسب الأصول.
2. تجميد نشاط مجلس الطلبة اعتباراً من يوم الأحد الموافق 2022\1\2 إلى إشعار آخر حسب البند رقم ١١ من الباب التاسع من أحكام عامة من نظام مجلس الطلبة المعمول به، وستقوم عمادة شؤون الطلبة بكافة مهام المجلس حسب ما تنص عليه الأنظمة.
3. تؤكد إدارة الجامعة على استمرار تجميد أنشطة كافة الكتل الطلابية والتي تم الإعلان عنها سابقاً بسبب الأحداث التي راح ضحيتها طالب الجامعة الشهيد مهران خليبية.
4. سوف تتخذ إدارة الجامعة إجراءات رادعة بحق أي شخص يحاول تعطيل سير العملية التدريسية.

مع تمنياتنا للجميع بالتوفيق والنجاح

إدارة الجامعة
١١ مشاركة 768 تعليقاً
٢,١ ألف

ولجأت الجامعة إلى استخدام تكتيك كبش الفداء من خلال إنكار مسؤوليتها في الأزمة، والقاء اللوم على طلاب حركة الشبيبة في افتعال الحادثة التي أدت إلى مقتل الطالب مهران الخليبية بشكل واضح وصريح، حيث فصلت الجامعة كل من لهم يد بالحدث المؤسف، وأكدت على حرصها الشديد على سلامة طلابها والحافظ على المسيرة التعليمية، وبهذا قللت الجامعة من حدة الأزمة وخففتها، وتعرض الصورة رقم (7) مثالا على استخدام الجامعة لتكتيك كبش الفداء في إدارة أزمة مقتل الطالب مهران الخليبية:

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك كبش الفداء في إدارة أزمة مقتل الطالب مهران الخليلية عبر الفيس بوك.

الجا... / Arab American University >

المنشورات حول مقاطع الفيديو المزيد

من هنا قررت إدارة الجامعة ما يلي:

1. فصل جميع الطلبة الذين لهم علاقة بالحدث المؤسف والمستهجن والذي حصل منذ مساء يوم الخميس الماضي وحتى يوم وقوع الجريمة، فضلاً نهائياً، وسيتم تعميم الأسماء على كافة الجامعات الفلسطينية تطبيقاً لقرار مجلس التعليم العالي.
 2. تشديد الإجراءات الأمنية داخل حرم الجامعة، ولن يسمح للزوار دخولها، وعلى الطالب إبراز الهوية الجامعية عند الدخول للجامعة، وسيتم تأمين محيط الجامعة من قبل الأجهزة الأمنية المختصة.
 3. تجميد كافة الأطر الطلابية وعدم القيام بأية أنشطة داخل الحرم الجامعي حتى إشعار آخر، وجاء ذلك بالتنسيق مع المرجعيات التنظيمية.
 4. تعمل إدارة الجامعة على توفير كافة الإجراءات اللازمة لتوفير بيئة آمنة للطلبة من أجل استئناف الدوام الوجاهي في الجامعة، وسيتم الإعلان عن آلية الدوام أولاً بأول، والإجراءات المتبعة لذلك.
 5. يبدأ دوام الإداريين في الجامعه من صباح الأحد القادم الموافق 12/12/2021 واستئناف التدريب العملي، ابتداء من السبت القادم الموافق 11/12/2021.
 6. التأكيد على إبقاء المركز الطبي مفتوحاً داخل الحرم الجامعي طيلة أيام الأسبوع، وخلال ساعات الدوام.
 7. تواجد سيارة الإسعاف تابعة للهلل الأحمر الفلسطيني داخل حرم الجامعة، طيلة أيام الأسبوع، من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة السابعة مساءً.
- وفي الختام تثن إدارة الجامعة الجهود التي تبذل من أجل الوطن وسلامة المواطن والحفاظ على المسيرة التعليمية، مع التأكيد أن الجامعة حريصة كل الحرص على طلبتها وتقف إلى جانب أهل المغدور في إحقاق الحق.

٥٧ مشاركة 594 تعليقا

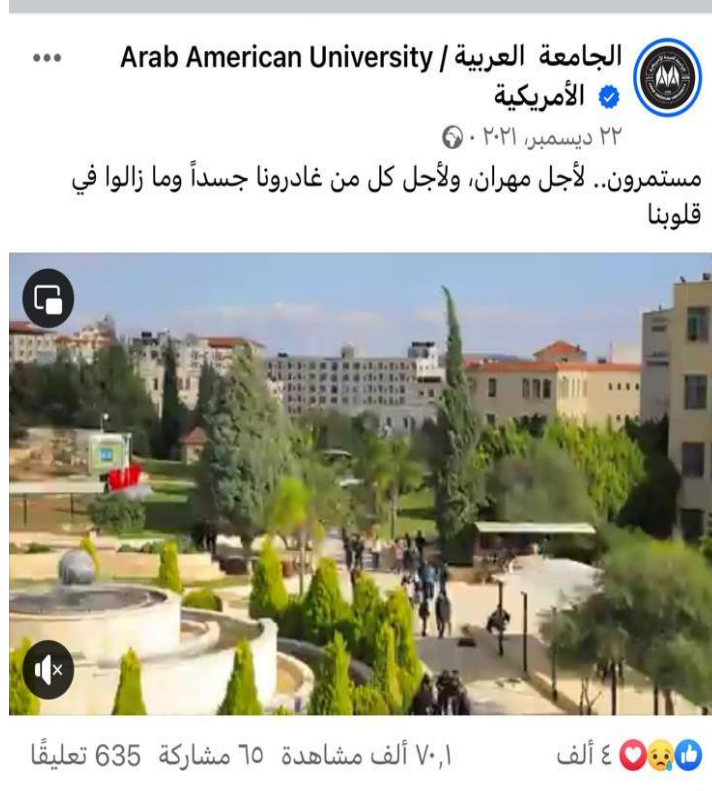
٣,٧ ألف

ولجأت الجامعة أيضاً إلى استراتيجية التقليل من حجم الأزمة من خلال تكتيك التبرير حيث بررت الجامعة عبر الفيس بوك إعلان العودة إلى الدوام الوجاهي إلى أنه لأجل تحقيق مصالح الطلبة ومن أجل الطالب مهران، وبهذا حاولت الجامعة من خلال منشوراتها، التقليل من مسؤوليتها عن الأزمة، حيث نسبت أسباب محاولة الجامعة العودة إلى الوضع الطبيعي لصالح طلبتها وتكملة للمسيرة التعليمية، وفيما يلي صورة رقم (8) تعرض مثالا على استخدام الجامعة لتكتيك التقليل من حجم الأزمة:

صورة 8

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك التقليل من حجم الأزمة في إدارة أزمة مقتل

الطالب مهران الخليلية عبر الفيس بوك



الباب الثاني: النتائج المتعلقة بتحليل المقابلات:

لتعزيز القيمة الوصفية لأداة الدراسة، ثم بالتبعية للقيمة التحليلية، وظفت الباحثة أداة المقابلة كأداة ثانية في تحليل النتائج المستخلصة من تحليل المضمون، فقد اشتملت الدراسة على ثلاث مقابلات ذات علاقة مباشرة بعدد من أسئلة الدراسة، وقد قامت الباحثة باختيار عينة غير عشوائية قصدية من الموظفين في العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في جنين لإجراء المقابلات التالية: مقابلة مع الموظفة مارينا دعبس، مسؤولة وسائل التواصل الاجتماعي، يوم الخميس، بتاريخ 2024/3/7، في مقر الجامعة العربية الأمريكية في جنين الساعة 10 صباحاً، ومقابلة مع الموظف أحمد موسى، مسؤول الإعلام، يوم الخميس الموافق 2024/3/7، في مقر الجامعة العربية الأمريكية في جنين، الساعة 11 صباحاً، ومقابلة مع الموظفة سماح

دويكات، مسؤولة الأنشطة الطلابية، في مقر الجامعة العربية الأمريكية في جنين، يوم الخميس الموافق 2024/3/7 الساعة 12 مساءً.

وقد تم إثراء الدراسة بنقاش الباحثة مع المختصين بعدة محاور، جميعها تجيب عن أسئلة الدراسة وتحقق أهدافها. وفيما يأتي عرض لنتائج هذه المقابلات:

المحور الأول: الجوانب التي تتميز بها إدارة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، ونطاق مسؤوليتها في حل الأزمات.

أجمع المقابلون أن الجامعة لديها قدرات عالية ومهارات وخبرات مميزة في مواجهة الأزمات، وأنها على مدار السنوات الماضية تمكنت من مواجهة جميع الأزمات التي واجهتها، حيث أنها تتمتع بكفاءة في حل الأزمات ومنع حدوثها أو تكرارها، بالإضافة إلى وجود معالجة مستبقة للأزمات.

وقد أوضح موسى أن: "الجامعة لم تواجه أي أزمة منذ 24 سنة الماضية، وقوة الجامعة وكفاءتها في حل جميع الأزمات، باعتبار أن الجامعة أسرة واحدة، وتضم طلابا من جميع أرجاء فلسطين، وعلى الرغم من اختلاف الثقافات إلا أنها تمكنت من أن تجمعهم في بيئة حاضنة وحياء جامعية صحية". وأضافت دعبس: "الجامعة لديها قوة بشكل مفرط في معالجة الأزمات، ولم تواجه أي أزمة منذ فترة طويلة"، وقالت دويكات: "نحن نؤكد على أنه لم تحصل مشكلة أو أزمة داخل حدود الجامعة من قبل، وللجامعة معالجة مستبقة للأزمات وتوعية للطلاب بالتوجه إلى العلاقات العامة أو الإدارة في حال مواجهة أي مشكلة".

وتوصلت نتائج المقابلات إلى أن الجامعة العربية الأمريكية لا تعتبر المشاكل التي تحدث خارج حدود الجامعة مشاكل خاصة بها، فهي تؤكد على أن مسؤوليتها تقع حول المشاكل والأزمات التي تحدث فقط داخل أسوار الجامعة، وأنها غير مسؤولة نهائياً عن المشاكل الواقعة خارج بواباتها.

فقد ذكر موسى: "الجامعة مسؤولة فقط عن الأزمات التي تحدث داخل حدود الجامعة، وعناصر الأمن على بوابات الجامعة غير مسؤولين عن المشاكل والأزمات خارج الأسوار، وفي حال خالفوا تلك التعليمات فسوف يتعرضون للمساءلة من قبل إدارة الجامعة؛ لأن وظيفتهم حماية أمن الجامعة الداخلي وليس الخارجي". هذا وأضافت دويكات: "قوانين وأمن وسياسات الجامعة يطبق فقط داخل أسوار الجامعة، ولا يجوز تطبيقها خارج هذه الأسوار حتى وإن كان مفتعلي المشكلة ينتمون إلى الجامعة"، وقد أكدت دعييس على أن: "الأزمة حدثت خارج الجامعة وهذا ليس من نطاق مسؤولياتنا".

المحور الثاني: الخطوات الأولية والإجراءات التي اتخذتها الجامعة لمعالجة الأزمة.

أجمع المقابلون على أن الجامعة اتخذت كافة الإجراءات اللازمة لمعالجة الأزمة، وأنها تمكنت من إصدار القرارات والخطوات الممنهجة التي مكنتها من السيطرة على الأزمة وعدم تفاقمها، ومعالجتها في وقت قياسي، وأن الإجراءات من شأنها الحرص على سلامة الطلاب وعدم تفاقم الأزمة، وضمان عدم تكرار حدوثها مرة أخرى، بالإضافة إلى الحد من تبعياتها وإزالة آثارها، بالإضافة إلى التخفيف من حدة الأزمة وإبعاد المخاطر عن الجامعة.

فقد قال موسى: "الجامعة لديها نظام عقوبات صارم، وفصل تأديبي ومجالس ضبط في الجامعة، وأبرز ما يهم الجامعة هو سلامة الطالب وبأن يعيش حياة جامعية بدون تهديدات، وما يدل على ذلك وجود قسم صحة نفسية وقرية رياضية للطلاب، فحرص الجامعة على وجود الجانب اللامنهجي بالإضافة إلى الجانب الأكاديمي". وأكدت دعييس بقولها: "وضعت الجامعة دوريات شرطة خارج الجامعة وفي السكنات، ورجال أمن على جميع بوابات الجامعة بخبرة عالية، بالإضافة إلى الوجود المسبق لمكتب أمن داخل الجامعة، ووضعت الجامعة موظفا مسؤولا عن السكنات على الرغم بأن ذلك ليس من نطاق مسؤولياتها". هذا وأضافت دويكات: "عملت الجامعة على اتخاذ إجراءات أولية تمثلت في إخلاء الجامعة، و انتشار الأجهزة الأمنية

ودوريات الشرطة داخل حدود الجامعة وخارجها، و المشاركة في الجنازة، و ذهاب وفد من الجامعة إلى العزاء خلال أيام العزاء، و تعليق الدوام، بالإضافة إلى فصل المتسببين في قتل الطالب".

المحور الثالث: أبرز أسس واستراتيجيات الاستجابة المستخدمة للتواصل خلال الأزمة.

أجمعت نتائج المقابلات على إنكار قوي من قبل الجامعة لوقوع الأزمة في الجامعة، وبأنها لا تتحمل أي مسؤولية تجاهها، والتأكيد على أنها قضاء وقدر، فحدثت الأزمة خارج الجامعة يلغي أن تكون الجامعة طرفاً في الأزمة حتى وإن كان الطالب المغدور ينتمي إليها، وعززت الجامعة موقفها وخففت من حدة الأزمة ومن مسؤوليتها وهونت من شأن ما حدث من خلال الإجراءات التي اتخذتها وبيانها الصادر على وسائل التواصل الاجتماعي وعودة الدوام الوجاهي، فتصرفت الجامعة منذ اللحظة الأولى لوقوع الأزمة بشكل طبيعي وألغت وأنكرت كامل مسؤوليتها عن الأزمة ودعمت موقفها بمشاركتها في عزاء الطالب، وزيارة أهل المغدور. بالإضافة إلى إلقاء اللوم بالحادثة على السلطات الفلسطينية، وليس على التشكلات الحزبية داخل الجامعة كما ذكر حينها، واعتبرتها قضية أمنية وليست أكاديمية.

فقد ذكر موسى أن: "الأزمة حدثت خارج الجامعة وليس لنا علاقة بها، والحادثة قضاء وقدر"، وأضافت دعبس: "مسؤولية الحادثة تعود إلى السلطة وليست من مسؤولية الجامعة، لأن مسؤوليتها تتمثل داخل حدود الجامعة فقط". وأكدت دويكات بقولها: "الحركات الطلابية غير مسؤولة عن الحادثة، والقضية أمنية وليست أكاديمية".

المحور الرابع: دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في التواصل خلال الأزمة.

من خلال المقابلات تبين أن للعلاقات العامة دوراً كبيراً في التواصل خلال الأزمة بأشكاله الداخلي والخارجي، فهي من شأنها التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإصدار البيانات ومتابعة المنشورات التي من شأنها توضيح الأزمة ونشر المعلومات الأولية عنها، بالإضافة إلى تواصلها مع

جمهور الجامعة الداخلي، فعملت على عقد اجتماع طوارئ مع الإدارة العليا، وتشكيل فريق لمتابعة الأزمة للوصول إلى حل جذري لها".

وفي هذا السياق قال موسى: "عملت العلاقات العامة على تشكيل فريق متابعة الأزمة منذ لحظة وقوعها، للسيطرة عليها وتحقيق أقل الأضرار الممكنة"، وأضافت دعببس: "بقيت الجامعة على تواصل دائم مع طلابها ومع جماهيرها الداخلية والخارجية خلال الأزمة وذلك لتزويدهم بأبرز المستجدات، والبقاء على تواصل معهم". وأكدت دويكات قائلة: "عملنا مع إدارة الجامعة على عقد اجتماع طوارئ لمعالجة الأزمة والوصول إلى طرق حلها بدون وقوع أضرار".

المحور الخامس: أشكال التواصل وطبيعة الرسالة التي استخدمتها الجامعة خلال الأزمة.

تبين من خلال المقابلات أن أشكال التواصل وطبيعة الرسالة مع الجماهير تمت على شكلين، هما: التواصل الشفهي عبر الاجتماعات والمكالمات وتقديم التعازي لأهل الفقيد، بالإضافة إلى الوقفات التضامنية وملصقات صور للطلاب داخل حدود الجامعة، والتواصل الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة كالفيسبوك وإنستغرام المتمثلة بالفيديو والصور والبيانات الإخبارية، وتبين أن العلاقات العامة تعاونت مع عدد من وسائل الإعلام وأجرت المقابلات معها لتوضيح الأزمة وتبريرها، مثل قنوات التلفزيون والراديو.

وفي السياق قال موسى: "عملت العلاقات العامة على التواصل الشفهي مع الجمهور من خلال الاجتماعات والمكالمات وتقديم التعازي لأهل الفقيد، وعملت على تشكيل وقفات تضامنية مع أهل الفقيد، وتوزيع ملصقات صور للطلاب داخل أسوار الجامعة"، وأضافت دعببس: "تواصلنا مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وحرصنا على تقديم كافة المعلومات اللازمة عن الحادثة من صور وفيديو وبيانات عبر مواقعنا كالفيسبوك وإنستغرام"، وذكرت دويكات قائلة: "قمنا بإجراء مقابلات مع وسائل إعلام مختلفة حول الحادثة وقدمنا التصريحات المناسبة، مثل قنوات التلفزيون والراديو وغيرها من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة".

المحور السادس: مدى تأثير الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في تواصلها خلال أزمة مقتل الطالب عام 2021 بقرارات الإدارة العليا.

توضح من خلال المقابلات أن العلاقات العامة في الجامعة لا تعمل بمفردها ولا تستطيع أن تتخذ قرارات بنفسها، فقراراتها وبياناتها بالإضافة إلى المنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة نابعة ومتأثرة من الإدارة العليا، فهي تنفذ فقط ما يصدر من الإدارة ولا تستطيع أن تتخذ أي إجراء بدون موافقة الإدارة العليا، بحيث أنها تشارك الإدارة عند اجتماعات أزمات الطوارئ وتبدي الرأي ولكن لا يمكنها اتخاذ إجراء بدون موافقتها، فهي لا تعمل بشكل مستقل، بل تعمل بالتنسيق مع عدد من الوحدات الأخرى في الجامعة. فقد بين موسى أن: "العلاقات العامة لا تعمل بمفردها ولا تتخذ القرارات بنفسها، فجميع ما يتم نشره أو اتخاذه من قرارات صادر عن إدارة الجامعة". وأكدت دعبس هذا بقولها: "قرارات العلاقات العامة تتأثر بشكل مباشر في إدارة الجامعة سواء منشورات أو قرارات أو اقتراحات، فلا يمكن اتخاذ قرار بشكل مستقل عنها". وأضافت دويكات: "نعمل في العلاقات العامة مع باقي الوحدات ولا نستطيع العمل بشكل مستقل".

جدول 7

الانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجال تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة حسب نوع الوسيلة الإعلامية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

| الرتبة | رقم المجال | المجال | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | درجة الموافقة |
|--------|------------|--|-----------------|-------------------|----------------|---------------|
| 1 | 7 | افتراض أن رئيس العلاقات العامة ظهر في مقابلة على تلفزيون فلسطين ليوضح أن أمن الجامعة مذب وأنه سيتم تغيير طاقم الأمن، مستوى تقبلي سيكون. | 4.43 | 0.88 | 88.6 | كبيرة جداً |
| 2 | 6 | افتراض أن مدير العلاقات العامة للجامعة العربية الأمريكية وضح تفاصيل الحادثة والإجراءات التابعة للأزمة من خلال مؤتمر صحفي، مستوى تقبلي لذلك. | 4.42 | 0.87 | 88.4 | كبيرة جداً |
| 3 | 3 | خلال الأزمة أجرت العلاقات العامة في الجامعة مكالمات هاتفية مع أهل الطالب المقتول لتقديم التعزية والدعم حيث كان مستوى تقبلي لهذا التواصل. | 4.41 | 0.96 | 88.2 | كبيرة جداً |
| 4 | 5 | في لقاء لمدير العلاقات العامة في برنامج حكوي الناس على إذاعة علم قال إن الجامعات هي المرأة الحقيقية لما يحدث في المجتمعات مدى تقبلي لذلك هو. | 4.37 | 0.98 | 87.4 | كبيرة جداً |
| 5 | 4 | نظمت العلاقات العامة في الجامعة لقاء مع أهالي أطراف المشكلة بهدف حل المشكلة، مستوى تقبلي لذلك هو. | 4.36 | 0.98 | 87.2 | كبيرة جداً |
| 6 | 1 | مستوى تقبلي لبيان نشرته العلاقات العامة على صفحة الجامعة على موقع فيسبوك، حيث أعلنت من خلاله الحداد على روح الطالب مع إغلاق أبواب الجامعة بشكل كامل | 2.89 | 1.29 | 57.8 | متوسطة |
| 7 | 2 | مستوى تقبلي لفديو تم نشره على صفحة الإنستغرام الرسمية بعد مقتل الطالب مهراي وتصف الفيدوي ب: " مستمرون...لأجل كل من غادرونا جسدا ومازالوا في قلوبنا". | 2.75 | 1.23 | 55.0 | متوسطة |
| | | الدرجة الكلية | 3.94 | 0.54 | 78.8 | كبيرة |

الباب الثالث: النتائج المتعلقة بتحليل الاستبانة:

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الثالث: الذي نص على: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقا لشكل الرسالة؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجال أداة الدراسة الأولى (تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة حسب نوع الوسيلة الإعلامية)، والجدول (7) يبين ذلك:

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) أن فقرات (تقبل الطلاب لاتصالات العلاقات العامة حسب نوع الوسيلة الإعلامية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.75) و (4.43) وهما الفقرات (مستوى تقبلي لفديو تم نشره على صفحة الإنستجرام الرسمية بعد مقتل الطالب مهراّن وتصف الفديو ب" مستمرّون... لأجل كل من غادرونا جسداً وما زالوا في قلوبنا") و (افتراض أن رئيس العلاقات العامة ظهر في مقابلة على تلفزيون فلسطين ليوضح أن أمن الجامعة مذنب وأنه سيتم تغيير طاقم الأمن)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.94). ووفقاً لأنواع الوسائل الإعلامية التي وظفتها العلاقات العامة خلال أزمة مهراّن يتضح من الجدول أعلاه جدول (أ) أن تقبل الطلاب للتواصل الشفهي بدون إنترنت كان أعلى مرتبة بنسبة (88.3%) ثم يليها الإعلام التقليدي بنسبة (88%)، حيث جاءت النسب متقاربة، وأخيراً جاءت نسبة تقبل الطلاب لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، إنستجرام) خلال أزمة مهراّن أقل نسبة وهي (56.4%).

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الرابع: الذي نص على: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجال أداة الدراسة الثاني (تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر

الرسالة)، والجدول (8) يبين ذلك:

جدول 8

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجال مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

| الرتبة | رقم المجال | المجال | المتوسط الحسابي | الانحراف النسبي المعياري المئوية | النسبة | درجة الموافقة |
|--------|------------|--|-----------------|----------------------------------|--------|---------------|
| 1 | 1 | خلال أزمة مهراڤ كانت تصريحات العلاقات العامة في الجامعة كافية | 4.48 | 0.90 | 89.6 | كبيرة جداً |
| 2 | 7 | تقبلي للصفحات التي نشرت شائعات أخبار متضاربة حول أزمة مهراڤ في الجامعة العربية الأمريكية | 4.47 | 0.83 | 89.4 | كبيرة جداً |
| 3 | 3 | تداولت صفحات الفيسبوك فيديو الشجار الذي أودى بحياة الطالب بصورة يظهر فيها عدم تواجد الأمن، مستوى تقبلي لهذه الفيديوهات | 4.25 | 1.04 | 85.0 | كبيرة جداً |
| 4 | 5 | عبر برنامج تم بثه على فضائية خليل الرحمن حيث تم طرح قضية العنف في الجامعات الفلسطينية وأخذ رأي الجمهور في الشارع الفلسطيني بالقضية عقب أزمة مقتل الطالب مهراڤ، مستوى تقبلي لهذا البرنامج | 2.99 | 1.61 | 59.8 | متوسطة |
| 5 | 6 | في تصريح لمدير العلاقات العامة على إذاعة علم حول أزمة مهراڤ حيث قال: "تحول القتل والاعتداء والعنف إلى ظاهرة" مستوى تقبلي لهذا التصريح | 2.19 | 1.39 | 43.8 | قليلة |
| 6 | 4 | صرح والد الطالب المقتول لووكالة وطن للأنباء: "أصبح القتل قضية عادية كونه لا يوجد عقاب"، مستوى تقبلي لهذا | 1.87 | 1.21 | 37.4 | قليلة جداً |
| 7 | 2 | مستوى تقبلي لبيان نشرته العلاقات العامة في الجامعة يوم الحادثة عبر فيسبوك أعلنت فيه وقوع الحادث وندعت فيه الطالب مهراڤ خليلية | 1.76 | 1.04 | 35.2 | قليلة جداً |
| 8 | 8 | صرح اللواء أكرم الرجوب محافظ جنين خلال حديث لإذاعة فلسطين الرسمية محملاً الأسرة مسؤولية ما يحدث مستكراً محاولة البعض تحميل الأجهزة مسؤولية ما حدث، مستوى تقبلي لذلك | 1.64 | 1.00 | 32.8 | قليلة جداً |
| | | الدرجة الكلية | 2.96 | 0.49 | 59.2 | متوسطة |

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات (تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقا لمصدر الرسالة) كانت جميعها بين القليلة جداً والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.75) و (4.48) وهما الفقرات (صرح اللواء أكرم الرجوب محافظ جنين خلال حديث لإذاعة فلسطين الرسمية محملاً الأسرة مسؤولية ما يحدث مستكراً محاولة البعض تحميل الأجهزة مسؤولية ما حدث، مستوى تقبلي لذلك) و(خلال أزمة مهرا ن كانت تصريحات العلاقات العامة في الجامعة كافية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.96).

كما نلاحظ من الجدول (ب) فإن نسبة تقبل الطلاب للمعلومات الصادرة عن طرف ثالث خلال الأزمة كصفحات الأخبار غير الرسمية على فيس بوك كانت الأعلى بنسبة (60.9%) ثم يليها تقبل الطلاب للمعلومات التي صدرت عن الطرف الأول وهو الجامعة العربية الأمريكية بنسبة (56.2%).

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الخامس: الذي نص على: ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة؟

جدول 9

التكرارات والنسب المئوية لمجال نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لشكل الرسالة.

| الرقم | الفقرة | الاستجابة | | |
|-------|--|-------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| | | العار مشاعر اسناد داخلي | الحزن مشاعر اسناد خارجي | الغضب مشاعر مستقلة الاسناد |
| 3 | مشاعري تجاه قيام الجامعة بمكالمة هاتفية مع أهل الطالب المقتول ومساندتهم حتى إيجاد المذنب تمثلت ب | %3 | %3 | %70 |
| 4 | عند سماعي للقاء مدير العلاقات العامة للجامعة العربية الأمريكية على إذاعة علم من خلال برنامج حكي الناس، تشكل لدي المشاعر التالية | %2 | %8 | %70 |
| 1 | عقب الأزمة تلقيت منشور على الفيسبوك أعلنت فيه الجامعة الحداد على روح مهران خليلية، شعوري تجاه ذلك هو | %50 | %9 | %36 |
| 5 | قامت الجامعة بتواصل شفهي من خلال من خلال اجتماعا مع أهالي الطلبة أطراف المشكلة، مشاعري تجاه هذا الاتصال | %4 | %10 | %72.5 |
| 6 | افترض أن مدير العلاقات العامة ظهر على التلفزيون وأشاد بالجامعة العربية الأمريكية على مستوى الجامعات الفلسطينية، فإن مشاعري ستكون | %2 | %9 | %72 |
| 7 | مشاعري تجاه إجراء الجامعة اجتماع مع مؤسسات المجتمع المدني عقب الأزمة | %4 | %5 | %75 |
| 2 | نشرت الجامعة فيديو على منصة انستجرام تقول فيه مستمرين لأجل مهران وكل من غادرونا، شعوري تجاه ذلك | %57 | %31 | %4 |

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لأنواع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لشكل الرسالة (العار، الحزن، الخوف، الغضب، غير ذلك (الاشمئزاز، التعاطف...)) والجدول 9 يوضح النتائج:

يتضح من الجدول رقم (9) أن النتائج الخاصة بنوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لشكل الرسالة كانت كما يلي:

بينت النتائج أنه في فقرة (عقب الأزمة تلقيت منشور على الفيسبوك أعلنت فيه الجامعة الحداد على روح مهران خليلية، شعوري تجاه ذلك هو) جاءت المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (50%)، والمشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (36%)، ومن ثم المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (9%).

وفي فقرة (نشرت الجامعة فيديو على منصة إنستجرام تقول فيه مستمرين لأجل مهران وكل من غادرونا، شعوري تجاه ذلك) جاءت المشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (57%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (31%)، ومن ثم مشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (4%).

وفي فقرة (مشاعري تجاه قيام الجامعة بمكالمة هاتفية مع أهل الطالب المقتول ومساندتهم حتى إيجاد المذنب تمثلت ب) بأن المشاعر مستقلة الإسناد كانت بنسبة (70%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي جاءت بنسبة (8%)، يليها المشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (3%).

أما فقرة (عند سماعي للقاء مدير العلاقات العامة للجامعة العربية الأمريكية على إذاعة علم من خلال برنامج حكي الناس، تشكل لدي المشاعر التالية) فجاءت المشاعر المستقلة الإسناد بنسبة (70%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (8%)، يليها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (2%).

بالنسبة لفقرة (قامت الجامعة بتواصل شفهي من خلال اجتماعها مع أهالي الطلبة أطراف المشكلة، مشاعري تجاه هذا الاتصال) فكانت المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (72.5%)، ومن ثم المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (4%) يليها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (10%).

وفقرة (افترض أن مدير العلاقات العامة ظهر على التلفزيون وأشاد بالجامعة العربية الأمريكية على مستوى الجامعات الفلسطينية، فإن مشاعري ستكون) كانت المشاعر المستقلة الإسناد فيها بنسبة (71%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (9%) يليها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (4%).

أما فقرة (مشاعري تجاه إجراء الجامعة اجتماع مع مؤسسات المجتمع المدني عقب الأزمة) فكانت أعلى نسبة فيها للمشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (75%)، ويليهما المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (5%)، ثم المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (4%).

وبالنسبة للجدول (ج) الذي يلخص النسب الكلية لنوع المشاعر تجاه الوسيلة الإعلامية التي استخدمتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مهرا، تصدرت المشاعر مستقلة الإسناد النسبة الأعلى وهي (57%)، ثم تلتها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي والتي حصدت نسبة (1%)، وأخيرا المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (11%).

أما جدول (ح) فهو يربط نوع المشاعر المتشكلة لدى جمهور الطلبة حسب نوع الوسيلة التي بثت خلالها استراتيجيات الاستجابة خلال أزمة مهرا، ونقصد هنا بمشاعر الإسناد الداخلي أن يشعر الجمهور أنه شريك بالأزمة، أما مشاعر الإسناد الخارجي فهي مشاعر الجمهور تجاه المؤسسة التي تواجه أزمة، أما المشاعر مستقلة الإسناد فهي مشاعر الجمهور تجاه الأزمة وغالبا لا تكون واضحة، حيث كانت مشاعر الطلاب تجاه توظيف الإعلام الحديث خلال الأزمة و الذي يشمل على الفيسبوك وإنستجرام مشاعر إسناد داخلي بنسبة أكبر وهي (53%)، ثم تلتها بنسبة متساوية مشاعر مستقلة الإسناد، ومشاعر إسناد خارجي بنسبة (20%)، أما مشاعر الطلاب تجاه توظيف الإعلام التقليدي خلال أزمة مهرا فكانت مشاعرهم مستقلة الإسناد بنسبة أعلى (71%)، ثم مشاعر إسناد خارجي بنسبة (9%) ثم مشاعر إسناد داخلي بنسبة (2%)، أما مشاعر جمهور الطلبة تجاه توظيف الاتصال الشفهي بدون إنترنت فكانت المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (74%) ثم مشاعر إسناد خارجي بنسبة (8%) ثم مشاعر إسناد داخلي بنسبة (4%).

جدول 10

التكرارات والنسب المئوية لمجال نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لمصدر الرسالة

| الرقم | الفقرة | الاستجابة | | |
|-------|--|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| | | العار مشاعر إسناد داخلية | الحزن مشاعر إسناد خارجي | الغضب مشاعر إسناد مستقلة |
| 9 | عبر فيديو نشرته شبكة القدس الإخبارية حول مقتل الطالب يصف ما حدث بالفلتان الأمني وتصاعده في الجامعات الفلسطينية، عند سماعي لهذا الخبر شعرت ب | | | |
| 3 | نشرت صفحة وكالة شهاب للأبناء على تويتر فيديو يوثق لحظة الشجار، شعوري تجاه الفيديو | 11% | 67% | 14% |
| 7 | حين نشرت العلاقات العامة في الجامعة فيديو على صفحة إنستجرام وعلقت: "مستمرون لأجل مهران وكل من غادرونا"، تمثلت مشاعري إزاء ذلك ب | 6% | 5% | 80% |
| 5 | شاركت الصفحات والمنصات الإخبارية قرارات الجامعة عقب الشجار موضحة أنه تم فصل جميع الطلبة المرتبطين بالمشكلة، شعوري تجاه ذلك | - | 62% | 17% |
| 4 | في لقاء مع مروان خليلية أحد أقارب الطالب المقتول عبر برنامج "شد حيلك يا وطن" نوه أن الأمن كان يعلم بالمشكلة سابقا ولم يتواجد بالشجار، عند سماعي لهذا اللقاء شعرت | 21% | 55% | 16% |
| 6 | نشرت صفحة عكس التيار أسماء المتهمين بالقتل، شعوري تجاه ذلك | - | 77% | 9% |
| 2 | أعلنت الجامعة الحداد على روح المقتول وإغلاق الجامعة أبوابها عبر الفيسبوك | 7% | 32% | 50% |
| 1 | نعت الجامعة عبر منشور على الفيسبوك الطالب المقتول وأكدت أن الحادث حصل خارج أسوار الجامعة مستنكرة علاقتها بالأزمة، شعوري تجاه ذلك | 5% | 19% | 69% |
| 8 | عبر قناة رؤيا تم عرض فيديو للشجار الذي أودى بحياة الطالب، شعوري هو | 6% | 64% | 18% |

نتائج سؤال الدراسة الفرعي السادس: الذي نص على: ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لمصدر الرسالة؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لأنواع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لمصدر الرسالة، وهي: (العار، الحزن، الخوف، الغضب، غير ذلك (الاشمئزاز، التعاطف...)) والجدول 10 يوضح النتائج:

يتضح من الجدول رقم (10) أن النتائج الخاصة بنوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لمصدر الرسالة كانت كما يلي:

جاءت الفقرة (نعت الجامعة عبر منشور على الفيسبوك الطالب المقتول وأكدت أن الحادث حصل خارج أسوار الجامعة مستنكرة علاقتها بالأزمة) بنسبة (69%) لمشاعر مستقلة الإسناد، والمشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (5%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (19%).

أما فقرة (أعلنت الجامعة الحداد على روح المقتول وإغلاق الجامعة أبوابها عبر الفيسبوك) جاءت المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (50%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (32%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (7%).

وفقرة (نشرت صفحة وكالة شهاب للأنباء على تويتر فيديو يوثق لحظة الشجار، شعوري تجاه الفيديو) كانت مشاعر مستقلة الإسناد فيها بنسبة (14%) ومن ثم المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (67%)، يليها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (11%).

وجاءت الفقرة (في لقاء مع مروان خليلية أحد أقارب الطالب المقتول عبر برنامج "شد حيلك يا وطن" نوه أن الأمن كان يعلم بالمشكلة سابقا ولم يتواجد بالشجار، عند سماعي لهذا اللقاء شعرت) بنسبة (55%) للمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي، و(21%) للمشاعر المعتمدة على الإسناد داخلي، يليها المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (16%).

وبالنسبة لفقرة (شاركت الصفحات والمنصات الإخبارية قرارات الجامعة عقب الشجار موضحة أنه تم فصل جميع الطلبة المرتبطين بالمشكلة، شعوري تجاه ذلك) فجاءت المشاعر المعتمدة على الإسناد الخارجي بنسبة (62%)، والمشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (17%).

أما فقرة (نشرت صفحة عكس التيار أسماء المتهمين بالقتل، شعوري تجاه ذلك) فجاءت المشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (77%)، والمشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (9%).

وفيما يتعلق بفقرة (حين نشرت العلاقات العامة في الجامعة فيديو على صفحة إنستجرام وعلقت مستمرون لأجل مهران وكل من غادرونا، تمثلت مشاعري إزاء ذلك) فجاءت المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (80%)، يليها المشاعر المعتمدة على إسناد داخلي بنسبة (6%)، والمشاعر المعتمدة على إسناد خارجي بنسبة (5%).

أما فقرة (عبر قناة رؤيا تم عرض فيديو للشجار الذي أودى بحياة الطالب، شعوري هو) فجاءت المشاعر المعتمدة على الإسناد الخارجي بنسبة (64%)، والمشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (18%) وأخيرا المشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (6%).

وفقرة (عبر فيديو نشرته شبكة القدس الإخبارية حول مقتل الطالب يصف ما حدث بالفلتان الأمني وتضاعده في الجامعات الفلسطينية) جاءت في المرتبة الأولى المشاعر المعتمدة على الإسناد الخارجي بنسبة (76%) يليها المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (13%)، يليها المشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (4%).

أما بالنسبة للجدول (ج) الذي يحوي النسب الكلية لنوع المشاعر تجاه مصدر الرسالة المنبثقة خلال أزمة مهران، حيث حصدت المشاعر ذات إسناد خارجي أعلى نسبة وهي (51%)، ثم تلتها المشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (32%)، ثم أخيرا المشاعر المعتمدة على الإسناد الداخلي بنسبة (9%).

أما في جدول (و) الذي يربط بين المصدر الذي بثت منه استراتيجيات موجهة للجمهور وبين مشاعر الجمهور تجاه الاستراتيجية حسب مصدرها، حيث يمكن أن تصدر الرسالة خلال الأزمة من طرف أول وهو المؤسسة نفسها، ويمكن أن تصدر من طرف ثالث وهو طرف خارجي ليس المؤسسة ولا الجمهور، فكانت مشاعر جمهور الطلبة تجاه تلقي الرسائل خلال الأزمة من طرف أول وهو الجامعة العربية الأمريكية مشاعر مستقلة الإسناد بنسبة أعلى وهي (53%)، ثم مشاعر إسناد خارجي بنسبة (31%)، وأخيرا مشاعر إسناد داخلي بنسبة (8%)، أما بالنسبة لمشاعر الطلبة تجاه تلقي الرسائل خلال أزمة مهران من طرف ثالث أي طرف خارجي فكانت مشاعر الإسناد الخارجي بنسبة (66%)، ثم يليها مشاعر مستقلة الإسناد بنسبة (15%)، وأخيرا مشاعر إسناد داخلي بنسبة (11%).

تحديد نوع أزمة الجامعة العربية الأمريكية وفقا لنظرية الظرفية لاتصالات الأزمات:

وفقا لتقسيم كومبس لأنواع الأزمات، فإن أزمة مقتل الطالب مهران على بوابة الجامعة العربية الأمريكية تصنف ضمن أزمات يمكن الوقاية منها في حال تم فرض تنظيم جيد من قبل إدارة الجامعة، بالتالي سيكون هناك إسنادا عاليا للجامعة الأمريكية تجاه مسؤولية الأزمة، حيث مرت الجامعة بأزمات مشابهة في السابق وحدث شجار أسفر عنه حالات خطرة داخل أسوار الجامعة، وهذا ما يجعل التهديد عاليا، بالتالي سيتم توجيه اللوم والإسناد بدرجة عالية عن الأزمة للجامعة.

ووفقا لنظرية الظرفية لاتصالات الأزمات فإن التهديد الذي شكلته أزمة مقتل الطالب في الجامعة العربية الأمريكية كان عاليا، ويقترح كومبس الاستراتيجية التالية لمثل هذا النوع من الأزمات:

- استراتيجية إعادة البناء: التي تشمل على التعويض والاعتذار، وفقا لاستمارة تحليل المضمون التي حللت اتصالات الجامعة عبر موقع فيسبوك فقد تم توظيف استراتيجية إعادة البناء بنسبة 28% عبر صفحة الجامعة العربية الأمريكية.

- أشار كومبس إلي ضرورة عدم الخلط بين استراتيجية الإنكار وبين إعادة البناء لأن ذلك يؤدي إلي التناقض، وقد لاحظت الباحثة وجود هذا التناقض في موقف الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة، فقد اشتمل موقف الجامعة عبر منشورات صفحة الجامعة على استراتيجية إعادة البناء وأيضاً الإنكار، و كان عليها تحديد موقفها بطريقة مدروسة، فهي انكرت مسؤوليتها عن الأزمة بحجة وقوع الحادثة خارج أسوار الجامعة، و في نفس الوقت لاحظت الباحثة توظيف الجامعة لاستراتيجية إعادة البناء خلال أزمة مهرا، حيث تقترح الباحثة أن تقتصر اتصالات الجامعة خلال هذا النوع من الأزمة على استراتيجية إعادة البناء والتعزيز بدلا من الإنكار.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في أزمة مقتل الطالب مهراڤ خليلية في الجامعة العربية الأمريكية خلال سنة 2021، باستخدام النظرية الموقفية الطرفية لاتصال الأزمات ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، وبعد أن قامت الباحثة بجمع البيانات اللازمة وتحليلها وعرض نتائجها قامت الباحثة بمناقشة النتائج وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة ونتائجها:

خرجت نتائج الدراسة المتعلقة بتحليل المضمون أن أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT) تمثلت باستراتيجية التعزيز، حيث احتلت المرتبة الأولى من نسبة تكرار الاستراتيجيات الأخرى، حيث تضمنت الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة تكتيكات دور الضحية، والتذكير، والتملق خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ خليلية عبر موقع الفيس بوك، وظفت الجامعة العربية الأمريكية دور الضحية من خلال تمثيل نفسها كضحية للشجار الذي حدث بين طلاب الشبيبة، واطهار الجامعة حزنها الشديد على فقد أحد طلابها ونعي الطالب وتقديم التعزية لأهله عبر منشوراتها في الفيسبوك، وتناولت الجامعة أيضاً تكتيك التذكير من خلال تذكير الطلاب بالخدمات التي تقدمها الجامعة وكفاءة أداء الجامعة لأعمالها، كما ونشرت الجامعة منشورات تذكر الطلاب في العودة للدوام الوجاهي والوضع الطبيعي، كما واستخدمت الجامعة تكتيك التملق والذي يندرج تحت استراتيجية التعزيز، حيث ركزت منشورات الجامعة عبر الفيسبوك خلال فترة أزمة مقتل الطالب مهراڤ خليلية على عرض إنجازاتها في المجالات العملية والتطبيقية، وهكذا أشارت الدراسة على أهمية توظيف العلاقات العامة واستراتيجيات النظرية الموقفية خلال الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتشابهت هذه النتيجة مع كل من دراسة الشربيني (2022) ودراسة مرسي (2021)، ودراسة Apuke & Tunca (2019)، ودراسة Hong & Kim (2018)، حيث أكدت هذه الدراسات على أهمية توظيف الجامعات للعلاقات العامة

الرقمية خلال الأزمات لتعزيز سمعتها وتحسينها، وإعادة ثقة جمهورها بها، ودراسة خفش (2021)، حيث بلغت استراتيجية التعزيز أعلى نسبة باستخدام أسلوب التذكير والمدح، ودراسة حرز الله (2020)، حيث خرجت بأن جامعة بيرزيت استخدمت استراتيجية التعزيز في إدارة أزمة الأقساط، كما وتشابهت الدراسة مع دراسة غول (2015)، حيث خرجت الدراسة بأن مدرسة الهدى استخدمت تكتيك لعب دور ضحية مع أهالي الطلاب والمعلمات المتضررين في أزمة حادث السير، وكما وتشابهت نتيجة الدراسة مع دراسة Kwok (2022)، حيث خرجت بأن الفنادق استخدمت استراتيجية التعزيز عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة انتشار كورونا.

كما وخرجت الدراسة الحالية بأن الجامعة العربية الأمريكية استخدمت استراتيجية إعادة البناء من خلال تكتيك التعويض عبر فرض إجراءات صارمة بحق طلاب حركة الشبيبة والذين تسببوا في الشجار الذي أدى إلى مقتل الطالب مهران خليلية، حيث قامت الجامعة بفصل جميع الطلاب المسؤولين عن الشجار، بالإضافة إلى المحاكمة القانونية، وهكذا عالجت الجامعة العربية الأمريكية أزمة مقتل الطالب مهران خليلية، كما وأعلنت الجامعة عن اتخاذ إجراءات وقاية أمنية داخل وخارج أسوار الجامعة، وأعلنت تعليق الدوام ليومين. وتساوت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة غول (2015)، ودراسة Kwok (2022)، واللذان خرجن بأهمية استخدام استراتيجية إعادة البناء باستخدام تكتيك التعويض في إدارة الأزمات.

وكان لاستراتيجية الإنكار باستخدام تكتيك الإنكار وكبش الفداء ومهاجمة المدعي نصيب من منشورات الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران خليلية، حيث أنكرت الجامعة مسؤوليتها عن الأزمة على أنها حدثت خرجت أسوار الجامعة، وألقت المسؤولية الكاملة على طلاب حركة الشبيبة وهاجمتهم، وهكذا عمدت الجامعة إلى إنكار مسؤوليتها في الأزمة، وتطابقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حرز الله (2020)، والتي خرجت بأن جامعة بيرزيت استخدمت استراتيجية الإنكار في إدارة أزمة الأقساط، ودراسة غول (2015)، والتي أثبت أن مدرسة الندى استخدمت تكتيك كبش الفداء، حيث حملت سائق الشاحنة كافة

المسؤولية في الحاث السير، واختلفت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة خفش (2021)، حيث لم تستخدم العلاقات العامة استراتيجية الإنكار خلال أزمة وباء كورونا.

وفي المرتبة الأخيرة استخدمت العلاقات العامة في الجامعة العربية استراتيجية التقليل من حجم الأزمة، باستخدام تكتيك التبرير، إذ أن الجامعة بررت إعلانها للعودة الى الدوام الوجاهي بعد مقتل الشاب مهرا؛ من أجل مصلحة الطلاب، وتكملة المسيرة التعليمية للشاب الذي قُتل. وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة Rensburg & others (2017)، والتي خرجت أن الجامعة التكنولوجية الأفريقية تستخدم تكتيك التبرير لإظهار حسن نيتها كأهم الاستراتيجيات الاتصالية خلال الأزمات.

فيما يتعلق بنتائج المقابلات التي أجرتها الباحثة مع موظفي قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، أكد موظفو قسم العلاقات العامة أن الجامعة والعلاقات العامة تتعاملان مع الأزمات بشكل فعال، ولديهما قدرات ومهارات عالية في مواجهة الأزمات، كما وتمكنت الجامعة من مواجهة أي أزمات صادفتها في السنوات السابقة، كما وأشارت نتائج المقابلات أن الجامعة العربية الأمريكية لا تعتبر أي أزمة تحدث خارج إطار الجامعة أزمة تتعلق بها، كما ونفت وأنكرت مسؤوليتها عن مقتل الطالب مهرا خليلية، وهذا ما خرجت به نتائج تحليل منشورات الجامعة خلال فترة أزمة مقتل الطالب، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة غول (2015)، كما وألقت الجامعة اللوم على طلاب الحركة الشبيبة والشرطة الفلسطينية في عدم توفير رجال الأمن أمام جميع بوابات الجامعة. وخرجت نتائج المقابلات أن من أهم الإجراءات التي اتخذتها العلاقات العامة في الجامعة حال حدوث الأزمة: توفير دوريات من شرطة الأمن أمام جميع أبواب الجامعة؛ لتجنب أي عواقب أخرى للأزمة. كما وعمدت الجامعة إلى إخلاء كافة الطلاب من حرم الجامعة بشكل سريع وفوري. وذهب وفد من الجامعة العربية الأمريكية لتقديم التعزية لأهل الطالب مهرا، وهذا أيضاً ما أظهرته نتائج تحليل المضمون. وتمحورت أيضاً نتائج المقابلات حول أهمية دور توظيف العلاقات العامة الرقمية خلال أوقات الأزمات، وتطابقت هذه النتيجة مع دراسة كل من الشربيني (2022)، ودراسة بن صديق ومبروكي (2021)، ودراسة خفش (2015)، ودراسة مرسي (2021)، ودراسة Apuke & Tunca

(2019)، ودراسة Hong & Kim (2018)، ودراسة Austin (2012)، ودراسة Hussain (2014)، حيث أكدت تلك الدراسات على أهمية توظيف العلاقات العامة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات. كما حيث وحرصت العلاقات العامة على تقديم كافة المعلومات اللازمة عن الحادثة من صور وفيديو وبيانات وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والإنستغرام، وتشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Austin (2012)، والتي أكدت على أهمية توظيف منصة الفيسبوك لتعزيز سمعة الجامعات لدى جماهيرها، واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Rensburg & others (2017)، والتي خرجت بأن أهم القنوات التي استخدمتها إدارة الجامعة التكنولوجية الإفريقية للتواصل مع موظفي الجامعة خلال الأزمة كانت الرسائل النصية القصيرة ورسائل عبر الواتساب. وفيما يتعلق بمدى تأثير الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة، في تواصلها خلال أزمة مقتل الطالب عام ٢٠٢١ بقرارات الإدارة العليا، أكدت نتائج المقابلات بأن قرارات العلاقات العامة تتأثر بشكل مباشر في إدارة الجامعة سواء منشورات أو قرارات أو اقتراحات، فلا يمكن اتخاذ قرار بشكل مستقل عنها.

وهكذا سعت العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية إلى التأثير على الجماهير من خلال تحديد الموقف الأزموبي الذي تعرضت له، كما وتناولت الاستراتيجية الاتصالية المناسبة وفقاً للأزمة، وهذا ما يتماثل مع النظرية الموقفية التي تهتم بدراسة الموقف والظروف المحيطة بعملية القيادة من خلال التفاعل مع بين متغيرات الموقف والظروف المحيطة من ناحية وخصائص وصفات القائد من ناحية أخرى، وتتمثل متغيرات الموقف في نوع السلطة التي يمارسها القائد في قيادته وتوجيهه للتابعين بالإضافة إلى ظروف بيئة الموقف الأزموبي (Miller, 2007).

مناقشة نتائج الدراسة المتعلقة بالاستبيان:

مناقشة نتائج السؤال الفرعي الثالث: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لشكل الرسالة؟

بينت نتائج الدراسة أن تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة (استراتيجية التعزيز) في الجامعة وفقا لشكل الرسالة (معلومات وصل إليها الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو الاعلام التقليدي أو من خلال المحادثات الشفهية) كانت كبيرة، وكان تقبل الطلاب للاتصال الشفهي بدون الإنترنت والإعلام التقليدي متقاربا بنسبة (88.3%) و(88%)، بينما كان تقبل الطلاب للاستراتيجيات الصادرة عن العلاقات العامة بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة(56.4%)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة لأن الجامعة تعتبر مؤثرة، خاصة عندما يكون القائم بالتواصل شخصية رسمية، سواء من خلال التواصل الشفهي الصادر رسمياً من الجامعة أو من خلال وسائل الإعلام التقليدية، وذلك لأن القوة الرسمية والهامة والموجهة والمقنعة للمسؤول تلعب دوراً كبيراً في توجيه الرأي وتشكيل شعور الجمهور وقبوله، وهو ما يتضح من خلال نتائج الدراسة، وفي المقابل ترى الباحثة قصورا من قبل الجامعة في استخدام الاستراتيجيات الاتصالية لإدارتها للأزمة التي كان من المفترض أن تقوم بالتركيز على جميع أشكال التواصل مع الجمهور ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي، وفي ذلك تقول أبو سريع (2017) إن استخدام المنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات ورصد ردود فعل الجمهور في وقت الأزمات يعزز من قدرة المؤسسة على إدارتها للأزمة، كما يمكن للمنظمات استخدام هذه الأدوات لنشر المعلومات ورصد استجابة الجمهور، ويعتبر تويتر وفيسبوك مهمين في رصد شبكات التواصل غير الرسمية واكتشاف وتصحيح المفاهيم الخاطئة عن المنظمة وتحديد الاهتمامات الشائعة وتصحيحها، وتحديد الاهتمامات المشتركة بين أعضاء مجموعات المصالح، كما أوجد Liu et al (2011) من خلال نموذج اتصالات الأزمات بواسطة اجتماعية أن الجماهير كانوا أكثر عرضة لقبول استجابات المنظمة الدفاعية والداعمة للأزمات عبر وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي أو التواصل الشفهي.

وتتفق هذه النتيجة في ظل ما توصلت إليه مع دراسة الشربيني (2023) التي أكدت على أهمية دور العلاقات العامة في إدارة العلاقة بين الجمهور والجامعة وإدارة سمعة الجامعة والنشر الفوري والآني في جميع وسائل الإعلام، ومع دراسة صديق ومبروكي (2021) التي أكدت بأن تنوع الشكل والمضمون لرسائل الجامعة عبر

الفيس بوك له تأثير على الصورة الذهنية لدى جمهورها وخاصة عند حدوث الأزمات، ودراسة Hussain (2014) التي تؤكد أن نجاح وجود المنظمة يعتمد على مدى استعدادها لمواجهة الأزمات؛ لذلك من الضروري أن يقوم جميع أعضاء المؤسسات بوضع خطة للأزمات، ودراسة Hong & Kim (2018) التي أظهرت بأن هنالك أهمية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات للجامعات، إلا أن كيفية استخدام هذه الوسائل هي الاستراتيجية الحقيقية.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الخفش (2021) التي خرجت بأن أعلى أشكال الاتصال التي تم توظيفها من قبل وزارة الصحة الفلسطينية خلال أزمة كوفيد-19 هي وسائل التواصل الاجتماعي عبر موقع الوزارة الإلكتروني، ودراسة Rensburg & others (2017) التي بينت بأن أهم القنوات التي استخدمتها الإدارة لتتواصل مع موظفي الجامعة خلال الأزمة كانت الرسائل نصية قصيرة ورسائل عبر الواتساب، بالإضافة إلى موقع الجامعة عبر الويب سايت، ودراسة مرسى (2021) التي أظهرت أن من أهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة خلال أزمة كوفيد-19 هي حسابات الجامعة على وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني الاجتماعي.

مناقشة نتائج السؤال الفرعي الرابع: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة؟

بينت نتائج الدراسة أن تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة (معلومات الأزمة الصادرة من المؤسسة، معلومات الأزمة الصادرة من طرف ثالث (طرف ليس له علاقة بالأزمة مثل صفحات إخبارية غير رسمية تنشر أخبار الأزمة)) كانت متوسطة، حيث أن (60.9%) من الطلاب تقبلوا المعلومات الصادرة عن الطرف الثالث وقت الأزمة، مقابل (56.2%) من الطلاب الذين تقبلوا المعلومات الصادرة عن الطرف الأول وهو الجامعة العربية الأمريكية، وتغزو الباحثة هذه النتيجة إلى قصور الجامعة في التعامل مع الأزمة والمعلومات التي يجب أن تصدر للجمهور بشكل

منتظم ودقيق بالإضافة إلى ارتباطك الجامعة في التعامل مع هذه الأزمة مما جعلها تعتمد فقط على الإعلام التقليدي والشفهي (كما في نتيجة السؤال الثالث) بعيدا عن وسائل التواصل الاجتماعي بالرغم من الأهمية القصوى لجميع أشكال الاتصال خاصة في وقت الأزمات التي تعمل بشكل متواز لرصد ردة فعل الجمهور واعتماده الحصول على المعلومة من المؤسسة نفسها ولدحض الإشاعات التي قد تتكاثر وتتمو خلال الأزمات، مما يساعد على سرعة نقلها وكذلك على زيادة فعاليتها وتأثيرها على الأفراد أو المجتمعات المستهدفة، لأن الفرد قد يسمع هذه الإشاعة من طرف ثالث لذلك يجب على الجامعة أن تكون هي المصدر الأول والأكثر موثوقية للمعلومات عن الأزمة بالنسبة لعامة الطلاب، وأن تعطي معلومات توضح تصور الجامعة للأزمة، وفي الوقت نفسه إبراز التزام الجامعة بالاستجابة للأزمة والتعامل مع الموقف فمن خلال القيام بذلك، ستمكن الجامعة من الاستجابة لوسائل الإعلام بشكل أكثر إيجابية، وزيادة مصداقيتها والتحكم بشكل أفضل في المعلومات التي يتم نشرها، ويوضح دليل التعامل الإعلامي مع الأزمات (2019) أنه من المهم للمنظمات أن تكون مصدراً للمعلومات الصحيحة والدقيقة خلال الأزمات من خلال التواصل الإعلامي القوي والمدروس، مما يساهم في جعل المنظمات الطرف الأقوى في الأزمة، وهذا ما نص عليه نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية (SMCC) حيث وضح تأثير تغطية وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة تمر بها أي منظمات، حيث يعكس الجماهير تعليقاتهم وآرائهم عبر هذه الوسائل، ويوضح هذا النموذج أن وسائل التواصل الاجتماعي قنوات تسمح بانتشار خبر أو قصة في وقت قصير أي كالفايروس، وبعدها يتفاعل الجماهير مع المنظمات، ويكون لهذا التفاعل تأثير على صنع قراراتهم في الحصول على المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمات، وهنا تكمن الخطورة إذا تم تناقل رسائل سلبية عن المنظمة أو خدماتها، والذي قد يسبب تبعات خطيرة خاصة على سمعة المنظمة وبالتالي مقاطعتها (عبد الله، 2017).

لذلك اختلفت النتيجة مع النظرية الظرفية للاتصال في حالات الأزمات، والتي تعتمد على التنبؤ والتوقع، من خلال توقع الأضرار المحتملة التي قد تلحق بالمؤسسة وسمعتها، والتنبؤ بما قد يحدث بعد الأزمة، حيث يتم اتخاذ القرارات أثناء الأزمة لتقليل الأضرار واختيار الاستراتيجيات المناسبة لحالة الأزمة، كما وتساعد هذه

الاستراتيجية المؤسسة (أي الجامعة العربية الأمريكية) على فهم كيفية تفاعل أصحاب المصلحة مع الأزمة وتأخذ بعين الاعتبار التواصل والتوعية بعد الأزمة، أما دراسة غول وفتحيه (2015) ودراسة حرز الله (2020) بينت قيام دائرة العلاقات العامة بجهود اتصالية جيدة وبدور فعال في التواصل خلال الأزمات، مستخدمة عدة آليات اتصالية بهدف نقل الرسائل الاتصالية كوسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة.

مناقشة نتائج السؤال الفرعي الخامس: ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لشكل الرسالة؟

بينت نتائج الدراسة أن مشاعر الطلاب تجاه الاستراتيجيات التي بنتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مهران تتأثر حسب شكل الرسالة، حيث كانت مشاعر الطلبة عند توظيف وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة بالفيسبوك وإنستجرام مشاعر إسناد داخلي وهي (الشعور بالذنب، الإحراج، العار)، أما مشاعر الطلبة عند توظيف الإعلام التقليدي خلال أزمة مهران كانت مشاعر مستقلة الإسناد وهي: (القلق، الخوف، التعاطف، التخوف)، وحين وظفت الجامعة العربية الأمريكية الاتصال الشفهي بدون إنترنت خلال أزمة مهران كانت مشاعر الطلبة مشاعر مستقلة الإسناد، وهي: (التعاطف، التخوف، الخوف، القلق)، كما تبين أن المشاعر مستقلة الإسناد تصدرت أعلى نسبة مشاعر تجاه الوسيلة الإعلامية التي استخدمتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران وفقا لشكل الرسالة المستخدمة، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنه عند استخدام الإعلام التقليدي والتواصل الشفهي دون إنترنت أدى ذلك لسيطرة المشاعر مستقلة الإسناد لدى الجمهور نتيجة للاستراتيجيات الصادرة عن الجامعة، ويرجع ذلك إلى قوة الحدث الذي أورد ردة فعل عاطفية لدى الجمهور بسبب تعرضه لحدث خطير وصعب (وهو مقتل الطالب). كما أنه لا يزال أثر الأشكال التقليدية (الإعلام التقليدي، والمحادثات الشفهية دون إنترنت) على استجابة الجمهور العاطفية أي تشكل مشاعر مستقلة الإسناد وهي: (القلق، الخوف، التعاطف، التخوف)، وأن هناك فئة لا بأس بها من شرائح المجتمع التي تعتمد الإعلام التقليدي والمحادثات الشفهية دون إنترنت كمرجعية للمعلومات

في أثناء الأزمات. أما وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة بالفيديو وإنستجرام فشكّلت لدى الجمهور مشاعر إسناد داخلي مثل: (الشعور بالذنب، الإحراج، العار) وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الجمهور (عينة الدراسة) هم جمهور داخلي (طلاب الجامعة أنفسهم) لذلك تشكّل لديهم مشاعر تعتمد على الإسناد الداخلي تجاه هذه الأزمة التي أدت لمقتل زميلهم مهراّن، بالتالي فإن لجميع أشكال وسائل الإعلام أهمية في جميع مراحل الأزمة بالنسبة للمؤسسة المأزومة، تتفق هذه النتيجة مع دراسة جانم (2021) التي أظهرت نتيجة مماثلة لذلك.

وتلخيصاً لهذه النتيجة فقد اعتمد الجمهور على التواصل الشفهي دون إنترنت والإعلام التقليدي أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة قضية مقتل الطالب مهراّن مما أدى لتشكّل مشاعر مستقلة الإسناد بنسبة متقاربة بين شكلي الرسالة (إعلام تقليدي، والتواصل الشفهي)، فاختلفت هذه النتيجة مع ما يفترضه نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية، حيث يفترض أن الجمهور يلجأ لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بدافع الحصول على الدعم العاطفي والتفيس عن مشاعرهم السلبية، ومن أجل مشاركة المعلومات والحصول عليها، وكلما كانت درجة صلة الجمهور أكبر بالقضية، كلما زاد استهلاكه لوسائل التواصل الاجتماعي، فالجمهور يجد وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية وموثوقية من وسائل الإعلام التقليدية خلال الأزمات، وكشفت دراسة Austin (2012) عن أهمية استخدام الجمهور للفيديو والرسائل النصية؛ وذلك لمشاركة معلومات داخلية أو الحصول عليها أثناء الأزمات، و بينت دراسة صديق ومبروكي (2021) أن توظيف المؤسسة لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات ساعد في زيادة رضى الجمهور، وأن صفحة المؤسسة عبر الفيديو كان لها تأثير من جانبي الشكل والمضمون على صورتها الذهنية لدى جماهيرها خاصة عند حدوث الأزمات.

مناقشة نتائج السؤال الفرعي السادس: ما نوع المشاعر المتشكّلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لمصدر الرسالة؟

بينت نتائج مشاعر الطلاب خلال أزمة مهيران عند تلقيهم رسائل تحوي استراتيجيات اتصالية تختلف حسب مصدر الرسالة، حيث كانت مشاعر الطلاب تجاه تلقيهم معلومات من طرف أول وهو الجامعة العربية الأمريكية مشاعر مستقلة الإسناد، وهي: (التعاطف، الخوف، التخوف، القلق)، أما عند تلقيهم رسائل من مصدر ثالث أي طرف خارجي فكانت مشاعرهم ذات إسناد خارجي، وهي: (اشمئزاز، ازدراء، غضب، حزن)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تأثير تلقي رسائل من الطرف الخارجي على الجمهور مما أدى إلى سيطرة مشاعر إسناد خارجية كالحنين والغضب تجاه أزمة مقتل الطالب، وهي مشاعر سلبية نتيجة لنقص في إشباع الحاجات أو التوقعات والرغبات (التي من المفترض أن تقوم الجامعة باحتوائها ومعالجتها) لدى الجمهور عن الأزمة وأحداثها، كما أن تشكل مشاعر مستقلة الإسناد لدى الجمهور مثل: (التعاطف، الخوف، التخوف، القلق) عند تلقيهم معلومات من طرف أول ما هو إلا لتعاطف الجمهور حول هذه الأزمة وخوفهم من الحادثة نفسها كون الطرف الأول يكون أقوى دائماً وهو مصدر للمعلومات في حالة حدوث الأزمات.

كما وجدت دراسة Freberg (2012) من خلال نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية أن الرسائل الواردة من المنظمات خلال الأزمات (مصدرها المؤسسة) أكثر إقناعاً للجماهير من الرسائل التي يطلقها المستخدمون (الطرف الثالث) في إقناع الجماهير باتخاذ سلوكيات أثناء أزمة، ونظراً لتأثير نماذج ومصادر المعلومات على استجابات سلوك الجمهور، فمن المهم فهم أشكال ومصادر المعلومات التي يبحث عنها الجمهور ويشاركها أثناء الأزمات (Wang & Chen, 2022).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة جانم (2021) التي جاءت بنتائج مشابهة، ودراسة Austin (2012) التي خرجت بأن الجماهير تصبح متابعة بشكل أكبر للوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات؛ للحصول على المعلومات الداخلية للجامعة التي تساهم في إرضاء فضولهم وتساؤلاتهم حول الأزمة، بينما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد اللطيف (2017) التي أظهرت تأثير كفاءة واتساق الاتصالات التي أجرتها الجامعة الإيجابية على عواطف الطلاب واتجاهاتهم ونواياهم السلوكية تجاه الجامعة أثناء الأزمات.

التوصيات

التوصيات العملية

1. ضرورة تعزيز شهرة الجامعة بموقعها الإلكتروني كوسيلة اتصال حيوية ورسمية للعلاقات العامة، خاصة في أوقات الأزمات.
2. من الضروري تجهيز العلاقات العامة الجامعية بأطر شاملة واستراتيجية، قبل وأثناء وبعد الأزمات، وتنفيذ استراتيجيات اتصال مدروسة ومعدة مسبقاً لضمان التواصل الفعال طوال كل مرحلة من مراحل الأزمة.
3. عند مواجهة أزمة ما، من الضروري أن تقوم الجامعة بإجراء تحليل شامل للوضع. وسيمكن هذا التحليل الجامعة من اختيار الرسائل والقنوات وطرق الاتصال الأكثر ملاءمة للتعامل بشكل فعال مع الجمهور خلال الأزمة.
4. ضرورة وجود خبراء لدى الجامعة في الاتصالات الاستراتيجية يمكنهم مراقبة وتقييم أعمال الجامعة عن كثب خلال أوقات الأزمات، وخاصة جهودها الاتصالية، سواء تم استقبالها بشكل إيجابي أو سلبي.
5. يجب على متخصصي العلاقات العامة إعطاء الأولوية لفهم مشاعر الجمهور أثناء الأزمة، حيث يمكن لهذه المشاعر أن تؤثر بشكل كبير على استجابة الجمهور لاستراتيجيات إدارة الأزمات.
6. يجب على مديري الأزمات معالجة أي مشاعر سلبية يعبر عنها الجمهور بشكل استراتيجي.

التوصيات العلمية

1. لتعزيز نتائج هذه الدراسة، ينبغي إجراء المزيد من الأبحاث في المستقبل لاستكشاف نموذج الاتصال بالأزمات عبر الوساطة الاجتماعية عبر أنواع مختلفة من الأزمات.
2. ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث التي تدرس تأثير المؤثرين الاجتماعيين في الاستجابة العاطفية لجمهور الأزمة ولتقبل الاستراتيجيات المتخذة في الأزمة.

المراجع العلمية

أبو سريع، انجي. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات. *المجلة العلمية لبحوث*

العلاقات العامة والإعلان (11)، الصفحات 13-97.

إسحاق، خالد. (2020). فاعلية الاتصال الحواري في العلاقات العامة عبر الإنترنت مع جمهور مؤسسات

التعليم العالي (دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة). *مجلة*

الباحث العلمي، 50(1)، الصفحات 33-34.

الأشقر، بلال ، و دويكات، هنادي. (2021). دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في

بناء الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبتها من وجهة نظرهم أنفسهم. (رسالة ماجستير). جنين، فلسطين:

الجامعة العربية الأمريكية.

إمام، ابراهيم. (1981). *العلاقات العامة والمجتمع* (المجلد 4). الشروق للنشر والتوزيع.

أمد للإعلام. (2021). *الجامعة الأمريكية بجنين تقرر فصل كافة الطلبة اللذين شاركوا في جريمة مقتل*

"مهران خليلية". تم الاسترداد من <https://www.amad.ps/ar>

بوقصاع، محمد. (2016). *العلاقات العامة وإدارة الأزمات رؤية قرآنية*. مجلة جامعة عمار ثلجي بالأغواط،

43، الصفحات 1-18.

تكروني، دانيا. (2021). أثر القيادة التحويلية على أداء العلاقات العامة الرقمية في الجامعات الحكومية

بمحافظة جدة. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 2(29)، الصفحات 185-

208.

التميمي، خلف. (2018). *إستراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات*. تم الاسترداد من

<http://bit.ly/2VxTGEX>

جاد الله، سيد. (2020). دبلوماسية الجامعة العربية في مواجهة الأزمات الإقليمية. *المجلة القانونية، 12* (1)، الصفحات 42-84.

جادالله، محمود. (2015). *إدارة الأزمات*. دار أسامة للنشر والتوزيع.

الجامعة العربية الأمريكية. (2023). *عن الجامعة*. تم الاسترداد من

<https://www.aaup.edu/ar/About-AAUP/Overview>

جمال، ابراهيم. (2019). دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر. *مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 18* (1)، الصفحات 26-48.

جانم، دنيا. (2021). استراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور: طلبة جامعة الخليل نموذجاً. *(رسالة ماجستير)*. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

الجديلي، ربحي. (2006). واقع استخدام أساليب إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة. *(رسالة ماجستير)*. غزة: قاعدة بيانات الرسائل العلمية في الجامعة الإسلامية.

الجندي، سلوى. (2017). الأنشطة الاتصالية لشركة مصر للطيران لإدارة أزمة الطائرة MS807 القادمة من باريس. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام، 1* (2017)، الصفحات 1-53.

حافظ، محمد. (2011). *العلاقات العامة*. دار الفجر للنشر والتوزيع.

الحجار، عائدة. (2016). ورقة تحليل سياسات أزمة التعليم العالي في الضفة الغربية وقطاع غزة. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية.

حرزالله، فاطمة. (2020). دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات، جامعة بيرزيت نموذجاً. *(رسالة ماجستير)*. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

الحريري، محمد. (2019). استراتيجيات إدارة الأزمات في الجامعات الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في جامعات العالم العربي والإسلامي. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*، 4(1)، الصفحات 12-

.72

حسن، عبد الصادق. (2015). نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان*، 3(1)، الصفحات 69-98.

الحمودي، محمد سرحان. (2015). *مناهج البحث العلمي* (المجلد 3). دار الكتاب.

الخصيري، محسن. (2003). *إدارة الأزمات*. مجموعة النيل العربية.

خفش، رشا. (2021). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الفلسطينية خلال أزمة وباء كورونا. (*رسالة ماجستير*). نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

خولف، محمود. (2019). *العلاقات العامة في العصر الرقمي*. دار أسامة للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرزاق. (2011). *المدخل إلى العلاقات العامة* (المجلد 1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرزاق. (2012). *الإعلام وإدارة الأزمات*. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

دياب، سهيل. (2003). *مناهج البحث العلمي*. جامعة القدس المفتوحة.

الراشد، مها. (2022). دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية، دراسة تحليلية على

البنوك في مملكة البحرين. *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، 6(8)، الصفحات 111-129.

رضوان، أحمد. (2012). استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الازمة: دراسة حالة على

شركة تويوتا. *المجلة العربية الاعلام والاتصال*، الصفحات 159-214.

الرويلي، محمد. (2012). تصورات معلمي المدارس الخاصة لممارسة مديريهم للدور القيادي باستخدام

النظرية الموقفية في محافظة القريات. *مجلة كلية التربية بالمنصورة* (81)، الصفحات 491-541.

- الزعبي، علي ، سليمان، سلوى ، والشافي، أسماء عبد. (2022). دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، 1(8)، الصفحات 117-156.
- ساري، حلمي. (2015). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية- دراسة ميدانية في المجتمع القطري. *مجلة الجامعة*، 1(24).
- سرحان، عبد الكريم و عايدة وفخر الدين. (2022). *مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال*. الاردن: عمان: دار الشامل للنشر والتوزيع.
- السيد، سعيد. (2002). *استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة*. القاهرة، مصر: دار العلوم.
- الشربيني، أحمد. (2023). دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية (دراسة ميدانية). *مجلة بحوث كلية الآداب*، 4(43)، الصفحات 3-35.
- الشعلان، فهد بن أحمد. (2015). "القوة الناعمة في إدارة الأزمة بين التمجيد والتجميد. *مجلة الأمن والقانون: أكاديمية شرطة دبي*، 2(23)، الصفحات 285-337.
- صالح، عبد القادر. (2021). الأبعاد الأخلاقية والقانونية لممارسة مهنة العلاقات العامة. *مجلة الجزيرة للعلوم التربوية والانسانية*، 1(18)، صفحة 127.
- الصالح، حاتم. (2021). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. *مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية*، 2(9)، الصفحات 47-75.
- الصدیق، إيمان، ومبروكي، فتحية. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صور المؤسسة اثناء الأزمات بريد الجزائر نموذجاً. (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد بوضياف- المسيلة.

الصوراني، غازي. (2022). أزمة التعليم في الجامعات الفلسطينية وسبل علاجها. (رسالة ماجستير). غزة: قاعدة بيانات الرسائل العلمية لجامعة الأقصى.

الصيفي، حسن نيازي. (2020). استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها العلاقات العامة ببوينج عبر الإنترنت في أزمة تحطم طائرة ماكس: دراسة تحليلية في الفترة من 10 مارس وحتى نهاية يونيو 2019. مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والانسانية، 4(1)، الصفحات 228-265.

عبد السلام، محمد. (2015). إستراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة. القاهرة، مصر: دار العلوم.

عبد اللطيف، مي. (2017). كفاءة الإستراتيجيات الاتصالية للإستجابة للأزمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة: دراسة حالة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 16(16)، الصفحات 263-310.

عبد الله، داليا. (2017). تأثير الاتصالات السلبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة المنتج على سلوك الجمهور المصري نحو مقاطعة شرائه. المجلة المصرية لبحوث الأعلام، 62(2017)، الصفحات 229-305.

العزاوي، سالم. (2021). العلاقات العامة الرقمية ودورها في ترتيب أولويات الجماهير: دراسة تحليلية لموقع منظمة الامم المتحدة الالكتروني. مجلة الباحث الاعلامي، 54(1)، الصفحات 169-184.

عياد، خيرت. (2018). الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، 2(16)، الصفحات 247-282.

الغامدي، عاتض. (2015). إدارة الأزمات لدى القيادات الجامعية بكليات التربية بالجامعات السعودية: دراسة ميدانية. مجلة التربية، 5(165)، الصفحات 12-75.

غول، سامر ، و فتحية، أحمد. (2015). استراتيجيات الاستجابة للأزمات المحتملة الناجمة عن حوادث المدارس الخطيرة في ضوء نظرية الاتصال الموقفية للأزمات: دراسة حالة. (رسالة ماجستير). فلسطين: جامعة بيزيت.

القروي، أنيس. (2021). استراتيجية الاتصال الملتزم ودورها في إدارة الأزمات - مقارنة نظرية. مجلة إدارة المخاطر والأزمات، 1(3)، الصفحات 23-85.

قطيش، نواف. (2009). إدارة الأزمات. دار الراجحة.

كامل، عبد الوهاب. (2010). سيكولوجية إدارة الأزمات. دار الفكر.

مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية. (2017). المنهج الوصفي، تعريفه وخصائصه. تم الاسترداد من <https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185>

مرسي، إيمان. (2021). دور العلاقات العامة الرقمية ب الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، 75 (75)، الصفحات 337-371.

المشاقبة، بسام. (2014). معجم مصطلحات العلاقات العامة (المجلد 1). عمان: نبلنا ناشرون وموزعون ودار أسامة للنشر والتوزيع.

مكاوي، حسن. (2005). الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

ملوكي، عبدالله. (2020). فيروس كورونا: الأخبار الكاذبة والتزييف البصري في منصات الإعلام الاجتماعي: بين اتصال الأزمات وأزمات الاتصال. مجلة كلية التربية، 41(1)، الصفحات 24-71.

الموسى، عبد الله. (2022). خطوات اختيار عينة البحث العلمي. تم الاسترداد من موقع دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة: <https://drasah.com/Description.aspx?id=5752>

النجار، نبيل ، و الزعبي، ماجد. (2018). أساليب البحث العلمي. دار الحامد للنشر والتوزيع.

هتيمي، حسين. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. دار أسامة للنشر والتوزيع.

وائل، فضل الله، و مبارك، خضر. (2011). *أثر الفيسبوك على المجتمع*. موقع مكتبة النور.

وكالة معاً الاخبارية. (2021). *الجامعة الأمريكية تصدر قرارات جديدة بعد مقتل الطالب خليبية*. تم الاسترداد

من <https://www.maannews.net>

يوسف، محمد. (2003). *مدخل إلى العلاقات العامة (المجلد 2)*. الأكاديمية السورية الدولية.

يونس، طارق. (2008). *إدارة العلاقات العامة: مفاهيم ومبادئ وسياسات، مع إشارة للمعنى العربي*

والإسلامي. عمان: إثراء للنشر والتوزيع.

المراجع الاجنبية

Austin, L., & Jin, Y. (2015). Approaching ethical crisis communication with accuracy and sensitivity: Exploring common ground and gaps between journalism and public relations. *Public Relations Journal*, 8(5), pp. 1-26.

Agnes, M., & Guralnik, D. (1999). *Webster's new world college dictionary*.

Alzahrani, F. (2016). The role of public relations in organizational crisis management. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(1), pp. 1085-86.

Apuke, O., & Tunca, E. (2019). SOCIAL MEDIA AND CRISIS MANAGEMENT: A REVIEW AND ANALYSIS OF EXISTING STUDIES. pp. 199-215.

Austin, L., Fisher Liu, B., & Jin, Y. (2012). How audiences seek out crisis information: exploring the social-mediated crisis communication model. *J Appl Commun Res*, 40(2), pp. 188-207.

Bakos, L. (2018). Crisis management between public relations and the Holonic multi-agent approach. *Procedia-social and behavioral sciences*, 2(28), pp. 527-534.

- Benoit, W. (2004). *Image Restoration Discourse and crisis Communication in Responding to crisis*. Lawrence Erlbaum.
- Cheng, Y. (2020). The social-mediated crisis communication research: Revisiting dialogue between organizations and publics in crises of China. *Public Relat Rev*, 46(1).
- Coombs. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3), pp. 241-260.
- Coombs. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), pp. 163-177.
- Coombs. (2015). CSR as crisis risk: expanding how we conceptualize the relationship. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(2), pp. 144 - 162.
- Coombs, W. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from situational crisis communication theory. *The Journal of Business Communication* (1973), 41(3), pp. 265-289.
- Coombs, W., & Holladay, S. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*(16), pp. 165-186.
- Fraenkel, R., & Wallen, E. (1996). *How to design and evaluate research*. USA: Mc. Fraw-Hill Inc.
- Freberg, K. (2012). Intention to Comply with Crisis Messages Communicated via Social Media. *Public Relations Review*(38), pp. 416–421.
- Garcia, E. (2011). *A tutorial on correlation coefficients, information-retrieval*. Retrieved from bibbase: file:///C:/Users/user/Downloads/2011-A_Tutorial_on_Correlation_Coefficients.pdf

- Hong, S., & Kim, B. (2018). Exploring social media use in university crisis communication: An experiment to measure impact on perceived crisis severity and attitudes of key publics. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(10).
- Hussain, S. (2014). Crisis communication at higher education institutions in South Africa: A public relations perspective. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(2), pp. 144-151.
- Kwok, L., Lee, J., & Han, S. (2022). Crisis Communication on Social Media: What Types of COVID-19 Messages Get the Attention? *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(4), pp. 528-543.
- Liu, B., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37(4), pp. 345–353.
- Pahwa, A. (2020). *what is Public Relations and its functions*. Retrieved from eedough.com/what-is-public-relations-pr-functions-types-examples
- Rensburg, A., Conradie, D., & Dondolo, B. (2017). THE USE OF THE SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY TO STUDY CRISIS RESPONSE STRATEGIES AT A UNIVERSITY OF TECHNOLOGY. *Communitas*, 22(10).
- Wang, Y., & Chen, J. (2022). What Motivates Information Seeking and Sharing During a Public Health Crisis? A Combined Perspective From the Uses and Gratifications Theory and the Social- Mediated Crisis Communication Model. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, pp. 155-184. Retrieved from 10.30658/jicrcr.5.2.3
- White, C. (2011). *Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies*. Retrieved from 10.1201/b11251.

الملاحق

ملحق أ

استبانة الدراسة

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

تشرف الباحثة بأن تضع بين أيديكم استبانة بعنوان: "دور العلاقات العامة الرقمية في أزمات الجامعة العربية الأمريكية: أزمة مقتل الطالب عام 2021"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، جامعة النجاح الوطنية.

السادة المحترمون تحية طيبة وبعد،

إن هدف هذا الاستبيان هو خدمة أغراض البحث العلمي فقط، لذلك يرجى منكم التكرم بتعبئة الاستبانة بأمانة ودقة وموضوعية، شاكرة لكم حسن التعاون معنا. وتقبلوا سعادتك فائق التقدير والاحترام.

ملاحظة: الرجاء وضع علامة (x) في الخانات المخصصة للإجابة:

1. الرجاء الإجابة على جميع الأسئلة.

2. نؤكد على أن إجاباتكم ستستعمل لأغراض علمية محضة.

الباحثة: رغد أبو فرحة.

القسم الأول: البيانات الشخصية: يهتم هذا المحور بالمتغيرات الديمغرافية، الرجاء وضع اشارة (×) في

المربع مقابل كل عبارة أو الإجابة في الفراغات بالشكل الذي ينطبق عليك/ي:

هل كنت متواجداً (كطالب/ة) في الجامعة العربية الامريكية أثناء أزمة مقتل الطالب في 2021؟

نعم

لا

إذا كانت إجابتك/ي بنعم، فالرجاء متابعة الإجابة عن أسئلة الاستبيان، أما إذا كانت إجابتك/ي بلا،

فالرجاء عدم متابعة ملء الاستبيان.

النوع الاجتماعي:

ذكر.

أنثى.

العمر:

أقل من 20.

من 20- أقل من 30.

أكثر من 30

لأي كلية في الجامعة تنتمي؟

كلية الهندسة وتكنولوجيا المعلومات

كلية القانون

كلية الفنون الجميلة

- كلية العلوم
- كلية العلوم الإنسانية
- كلية العلوم التربوية وإعداد المعلمين
- كلية الشريعة
- كلية الطب وعلوم الصحة
- كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية

غير ذلك:

في أي سنة دراسية كنت/ي أثناء أزمة مقتل الطالب سنة 2021؟

- سنة أولى
- سنة ثانية
- سنة ثالثة
- سنة رابعة
- سنة خامسة فأكثر
- دراسات عليا

القسم الثاني: يهتم هذا القسم بأسئلة الدراسة للإجابة عليها من قبل المبحوث، الرجاء وضع إشارة (x)

في المربع مقابل كل عبارة أو الإجابة في الفراغات بالشكل الذي ينطبق عليك/ي:

| المجال الأول: ما هو شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة؟ | | | | | |
|---|---|-------|------------|-------|-------|
| الرقم | الفقرة | موافق | موافق بشدة | محايد | معارض |
| 1. | تواصلت الجامعة مع الطلاب خلال الأزمة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وإنستجرام. | | | | |
| 2. | ظهرت الجامعة في مقابلة من خلال إذاعة الراديو تحدثت عن تفاصيل الحادث. | | | | |
| 3. | ظهرت الجامعة في التلفاز خلال فترة الأزمة. | | | | |
| 4. | قامت الجامعة بإجراء اجتماع مع أطراف المشكلة. | | | | |
| 5. | قامت الجامعة بإجراء اتصالات شفوية مع الطلاب، كخطاب أو مؤتمر أو محاضرة. | | | | |
| 6. | نشرت الجامعة بيان على صفحة الفيسبوك قالت فيه.... | | | | |

| الرقم | الفقرة | متقبل جدا | متقبل | محايد | غير متقبل | غير متقبل أبدا |
|--|---|-----------|-------|-------|-----------|----------------|
| المجال الثاني: تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقا لشكل الرسالة. | | | | | | |
| 1. | قامت الجامعة بإعلان حداد على روح الطالب عبر منشور فيسبوك لصفحة الجامعة مع إغلاق أبواب الجامعة بشكل كامل. مستوى تقبلي لهذا الإعلان. | | | | | |
| 2. | قامت الجامعة بنشر بيان للرأي العام عبر صفحة الفيسبوك تطالب الجهات الرسمية بإنزال أقصى العقوبات بحق من يثبت تورطه بهذا الجرم. مستوى تقبلك لهذا الخبر. | | | | | |
| 3. | في فيديو تم نشره على صفحة الإنستجرام الرسمية بعد مقتل الطالب مهران وتصف الفيديو ب "مستمرون..لأجل مهران، ولأجل كل من غادرونا جسداً وما زالوا في قلوبنا"، مستوى تقبلي لهذا الفيديو. | | | | | |
| 4. | قامت الجامعة بإجراء مكالمة هاتفية مع أهل الطالب المقتول لتقديم التعزية والدعم، مدى تقبلي لهذا الاتصال. | | | | | |
| 5. | أجرت الجامعة اجتماعا مع أهالي أطراف المشكلة بهدف حل المشكلة، مدى تقبلي لذلك. | | | | | |
| 6. | في لقاء لمدير العلاقات العامة في برنامج حكي الناس على إذاعة علم قال أن: "الجامعات هي المرأة الحقيقية لما يحدث في المجتمعات". | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 7. أفترض أن رئيس الجامعة ومدير العلاقات العامة للجامعة العربية الأمريكية وضحوا تفاصيل الحدث والإجراءات التابعة للأزمة من خلال مؤتمر صحفي...مستوى تقبلي لذلك. |
| | | | | | 8. أفترض أن رئيس العلاقات العامة ظهر بمقابلة على تلفزيون فلسطين ليوضح أن أمن الجامعة مذب وأنه سيتم تغيير طاقم الأمن، مستوى تقبلي سيكون. |

| الرقم | الفقرة | متقبل جدا | متقبل | محايد | غير متقبل | غير متقبل أبدا |
|---|--|-----------|-------|-------|-----------|----------------|
| المجال الثالث: تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقا لمصدر الرسالة. | | | | | | |
| 1. | قامت الجامعة يوم الحادثة بنشر بيان عبر فيسبوك أعلنت فيه وقوع الحادث وتتعى فيه الطالب مهران خليلية، مستوى تقبلي هو. | | | | | |
| 2. | تداولت صفحات الفيسبوك فيديو الشجار الذي أودى بحياة الطالب بصورة تظهر عدم تواجد لأمن الجامعة، ما مستوى تقبلي لهذه الفيديوهات. | | | | | |
| 3. | صرح والد الطالب المقتول لوكالة وطن للأخبار: "أصبح القتل قضية عادية كونه لا يوجد عقاب"، مدى تقبلي لذلك. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 4. عبر برنامج تم بحثه على فضائية خليل الرحمن تم طرح قضية العنف في الجامعات الفلسطينية وأخذ رأي الجمهور في الشارع الفلسطيني بالقضية عقب أزمة مقتل الطالب، مستوى تقبلي لهذا البرنامج. |
| | | | | | 5. في تصريح لمدير العلاقات العامة خلال لقاء عبر الراديو حول أزمة مقتل الطالب، قال فيه: "تحول القتل والاعتداء والعنف إلى ظاهرة"، ما مستوى تقبلي لهذا التصريح. |
| | | | | | 6. صرح اللواء أكرم الرجوب محافظ جنين خلال حديث لإذاعة فلسطين الرسمية محملاً الأسرة مسؤولية ما يحدث، مستنكراً محاولة البعض تحميل الأجهزة الأمنية مسؤولية ما حدث، ما مستوى تقبلي لهذا التصريح. |

المجال الثالث: نوع المشاعر المتشكلة لدى الطالب تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الامريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة

| الرقم | الفقرة | الثقة | الغضب | التشتت | الحزن | غير ذلك حدداي |
|-------|--|-------|-------|--------|-------|---------------|
| 1. | عقب الأزمة تلقيت منشورا على الفيسبوك أعلنت فيه الجامعة الحداد على روح مهران خليلية، نوع المشاعر المتشكلة لدي كانت. | | | | | |
| 2. | نشرت الجامعة مقطع فيديو على منصة إنستجرام تقول فيه: "مستمرون لأجل مهران"، شعوري تجاه ذلك هو. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 3. مشاعري تجاه قيام الجامعة بمكالمة هاتفية مع أهل الطالب المقتول ومساندتهم حتى إيجاد المذنب هي. |
| | | | | | 4. عند سماعي للقاء مدير العلاقات العامة للجامعة العربية الأمريكية على إذاعة علم، كان شعوري هو. |
| | | | | | 5. قامت الجامعة باتصال شفهي من خلال اجتماع مع أهالي الطلاب أطراف المشكلة، مشاعري تجاه هذا الاتصال هي. |
| | | | | | 6. مشاعري تجاه إجراء الجامعة اجتماعا مع مؤسسات المجتمع المدني عقب الأزمة هي. |

المجال الرابع: نوع المشاعر المتشكلة لدى الطالب تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقا لمصدر الرسالة.
ملاحظة: يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

| | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|--------|----------|---|
| غير ذلك حددي | الخوف | الحزن | التشتت | الانزعاج | 1. نعت الجامعة عبر منشور على الفيسبوك الطالب المقتول وأكدت على أن الحادث حصل خارج أسوار الجامعة، شعوري تجاه ذلك هو. |
| | | | | | 2. أعلنت الجامعة الحداد على روح المقتول واغلاق الجامعة أبوابها عبر الفيسبوك. |
| | | | | | 3. نشرت صفحة وكالة شهاب للأنباء على تويتر فيديو يوثق لحظة الشجار، شعوري تجاه الفيديو هو. |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 4. في لقاء مع مروان خليلية، أحد أقارب الطالب المقتول عبر برنامج "شد حيلك يا وطن" صرح أن الامن كان يعرف بالمشكلة سابقاً ولم يكن متواجداً خلال الشجار، عند سماعي لهذا الخبر شعرت بـ. |
| | | | | | 5. شاركت الصفحات والمنصات الإخبارية قرارات الجامعة عقب الشجار موضحة أنه تم فصل جميع الطلاب المرتبطين بالحادثة، شعوري تجاه ذلك هو. |
| | | | | | 6. نشرت صفحة عكس التيار أسماء المتهمين بالقتل، شعوري هو. |
| | | | | | 7. عبر قناة رؤيا تم عرض فيديو للشجار الذي أودى بحياة الطالب وقام المذيع بالتعليق قائلاً: "مقتل طالب في مشاجرة في الجامعة الأمريكية بجنين و تم تعليق دوام الجامعة إثر مقتل الطالب حتى إشعار آخر". عند مشاهدتي للفيديو شعرت بـ. |
| | | | | | 8. عبر فيديو تم نشره من قبل شبكة القدس الإخبارية حول مقتل الطالب يصف ما حدث بالفتان الأمني وتصاعده في الجامعات الفلسطينية. عند سماعي لهذا الخبر شعرت بـ. |

شكراً لتعاونكم.

ملحق ب

استبانة تحليل المضمون

| الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعة العربية الأمريكية | | | | |
|--|---------|------------------|------------------------|-------------|
| الاقتباس الذي يدعم الاستراتيجية | الكيفية | التكتيك المستخدم | الاستراتيجية المستخدمة | رقم المنشور |
| | | | | 1 |
| | | | | 2 |
| | | | | 3 |

ملحق ج

الجدول

جدول أ

نسبة تقبل الجمهور للاستراتيجيات وفق شكل الرسالة

| النسبة المئوية لتقبل الجمهور | شكل الوسيلة الإعلامية |
|------------------------------|----------------------------|
| %88 | الإعلام التقليدي |
| %56.4 | الإعلام الحديث |
| %88.3 | التواصل الشفهي بدون إنترنت |

للفقرة (5)

أقصى درجة

درجات

جدول ب

نسبة تقبل الجمهور للاستراتيجيات وفق مصدر الرسالة

| النسبة المئوية | مصدر الرسالة |
|----------------|--------------|
| %56.2 | طرف أول |
| %60.9 | طرف ثالث |

جدول ج

| نوع المشاعر | النسبة المئوية |
|----------------------|----------------|
| مشاعر مستقلة الإسناد | %57 |
| مشاعر إسناد داخلي | %17 |
| مشاعر إسناد خارجي | %11 |

جدول هـ

نوع المشاعر وفق شكل الرسالة

| شكل الرسالة | مشاعر مستقلة الإسناد | مشاعر إسناد داخلي | مشاعر إسناد خارجي |
|------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|
| إعلام حديث | %20 | %53 | %20 |
| إعلام تقليدي | %71 | %2 | %9 |
| تواصل شفهي بدون إنترنت | %74 | %4 | %10 |

جدول د

| نوع المشاعر | النسبة المئوية |
|----------------------|----------------|
| مشاعر مستقلة الإسناد | %32 |
| مشاعر إسناد داخلي | %9 |
| مشاعر إسناد خارجي | %51 |

نوع المشاعر وفق مصدر الرسالة

| مصدر الرسالة | مشاعر مستقلة الإسناد | مشاعر إسناد داخلي | مشاعر إسناد خارجي |
|--------------|-------------------------|----------------------|----------------------|
| طرف أول | %53 | %8 | %31 |
| طرف ثالث | %15 | %11 | %66 |

ملحق ح

المقابلة وأسئلتها

أسماء السادة التي تمت مقابلتهم:

| الاسم | المسمى الوظيفي |
|----------------------|---------------------------------|
| السيدة/ مارينا دعبيس | مسؤولة وسائل التواصل الاجتماعي. |
| السيدة/ سماح دويكات | مسؤولة الأنشطة الطلابية. |
| السيد/ أحمد موسى | مسؤول الإعلام. |

تمت المقابلة الموظفين لدى الجامعة العربية الأمريكية يوم الخميس بتاريخ 2024\3\7 بمقر الجامعة في

جنين.

أسئلة المقابلة:

1. ما هي الجوانب التي تميزت بها الجامعة العربية الأمريكية في نطاق مسؤوليتها في حل الأزمات؟
2. ما هي الخطوات الأولية والإجراءات التي اتخذتها الجامعة العربية الأمريكية لمعالجة الأزمة؟
3. ما هي أبرز الأسس واستراتيجيات الاستجابة المستخدمة لتواصل خلال الأزمة؟
4. ما هو دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في التواصل خلال الأزمة؟
5. ما هي أشكال التواصل وطبيعة الرسالة التي استخدمتها الجامعة خلال الأزمة؟
6. ما مدى تأثير الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في تواصلها خلال أزمة مقتل الطالب بقرارات الإدارة العليا؟

ملحق ط

أسماء السادة المحكمين

| الاسم | الدرجة العلمية/ التخصص |
|------------------|---|
| د. سمر الشنار | منسقة قسم العلاقات العامة - جامعة النجاح الوطنية |
| د. عامر قاسم | أستاذ مساعد في قسم العلاقات العامة - جامعة النجاح الوطنية |
| د. أسامة عبدالله | أستاذ مساعد في قسم الاتصال والإعلام الرقمي - جامعة النجاح الوطنية |
| د. فريد أبو زهير | أستاذ مساعد في قسم الاتصال والإعلام الرقمي - جامعة النجاح الوطنية |
| د. فايز محاميد | أستاذ مشارك في قسم علم النفس والإرشاد |



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**COMMUNICATION STRATEGIES
EMPLOYED BY PALESTINIAN
UNIVERSITIES IN THE WEST BANK
DURING CRISIS IN 2021**

By
Raghad Saleh Abu Farha

Supervisor
Dr. Ibrahim Al-Akka

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Contemporary Public Relations, Faculty of Graduate Studies, An-Najah
National University, Nablus - Palestine.**

2024

COMMUNICATION STRATEGIES EMPLOYED BY PALESTINIAN UNIVERSITIES IN THE WEST BANK DURING CRISIS IN 2021

By
Raghad Saleh Abu Farha
Supervisor
Dr. Ibrahim Al-Akka

Abstract

The objective of this study was to examine the communication strategies employed by the Public Relations (PR) department at the Arab American University in response to the crisis surrounding the murder of student Mahran Khalilah. Additionally, the study sought to assess public acceptance of these PR response strategies based on the format of the communication. Furthermore, the research aimed to identify the nature of public sentiment generated by the PR response to the crisis in relation to the communication format utilized. To fulfill the study's objectives, a descriptive analytical methodology was employed, utilizing content analysis, interviews, and a questionnaire as primary tools. The content analysis was conducted on a comprehensive sample of university publications released during the period of the incident, specifically from December 4, 2020, to January 4, 2021, encompassing a total of 20 publications. Interviews were conducted with three employees from the Public Relations Department at the Arab American University, and a questionnaire was distributed to 299 male and female students enrolled at the institution.

The analysis yielded several significant findings. Notably, the reinforcement strategy emerged as the most frequently employed communication strategy in crisis management, accounting for (47.5%) of the strategies utilized during the Mahran Khalilah crisis. This was followed by the rebuilding strategy, which also represented (47.5%). The minimization strategy was employed at a rate of (28.5%), while the denial strategy was utilized at a rate of (19%). The strategy aimed at minimizing the perceived severity of the crisis ranked last, with a frequency of (5%). Moreover, the results indicated that the predominant sentiment among the audience towards the source of the message during the Mahran crisis was one of external attribution, which constituted (51%) of the responses. This was followed by feelings independent of attribution at (32%), and feelings dependent

on internal attribution at (9%). Among the key practical recommendations for the university, it is essential to enhance its reputation through its official website, which serves as a crucial communication tool for public relations, particularly during crises. A significant scientific recommendation is that public relations professionals prioritize understanding public sentiment during crises, as these emotions can significantly influence the public's response to crisis management strategies.

Keywords: Public Relations, Digital Public Relations, Social Media, Facebook, The Arab American University (AAUP)