



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج
الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليميّة في جامعة النجاح
الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)

إعداد

لينا يحيى باكير

إشراف

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

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

2024

مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج
الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليميّة في جامعة النجاح
الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)

إعداد

لينا يحيى عبد الرحمن باكير

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/11/07م، وأجيزت:

التوقيع

د. فريد أبو ضهير

المشرف الرئيسي

أ. د. سحر الجبوري

المشرف الخارجي

التوقيع

د. أمجد شحادة

المشرف الداخلي

الإهداء

إلى أُمي الغَالِيَّة أمدھا الله بالصحة والعافية وأطال في عمرھا

إلى روح أبي الطاهرة رحمة الله

إلى من يتصف بأجمل الصفات، رفيق الدرب زوجي العزيز

إلى أميراتي بناتي الحبيبات

إلى كل من ساندني وكان بجانبني

إن دعمكم لي كان ينير دربي في أوقات التحدي

الباحثة: لينا يحيى باكير

الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم ﴿رَبِّ أَوْزَعِنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ

وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ [النمل: 19] صدق الله العظيم

بدايةً الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه الذي أعانني على الإنجاز الكبير في حياتي ووفقني لأكون من من يحملون العلم والمعرفة التي تنير دروبهم.

أتقدم بالشكر والتقدير إلى أسرتي الغالية على جميع أشكال الدعم الذي قدموه لي لإنجاز هذه الأطروحة. كما وأتقدم بالشكر الجزيل لمشرفي الفاضل د. فريد أبوضهير على ما قدمه من إرشادات وتوجيهات لأصل بهذه الأطروحة إلى الصورة النهائية المميزة وأخص بالشكر جامعة النجاح الوطنية والذي يسعدني أن أكون أحد طلبتها، والتي قدمت لي فرصة لإنجاز هذه الأطروحة في استجابة الإدارة ودائرة العلاقات العامة وممثلي مجلس الطلبة للمشاركة في المقابلات الشخصية وطلبة الجامعة لمساعدتي في الإجابة على الاستبانة

واتوجه بالشكر الجزيل الى مدرسي العلاقات العامة في الوطن والخارج على ما قدموه من علم ومعرفة للطلبة.

ختاماً فاني أتوجه بالشكر الى كل من ساعد وساهم في إنجاز هذه الأطروحة.

الباحثة: لينا يحيى باكير

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024)

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: أينا يحيى باكير

التوقيع: أينا يحيى

التاريخ: ٢٠٢٤ / ١١ / ٧

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
م	فهرس الاشكال
ن	فهرس الملاحق
س	الملخص
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1	مقدمة
3	اولاً: مشكلة الدراسة
4	ثانياً: أسئلة الدراسة
4	السؤال الرئيس
5	ثالثاً: أهداف الدراسة
6	رابعاً: فرضية الدراسة
6	خامساً: أهمية الدراسة
6	الأهمية النظرية والعلمية
7	الأهمية التطبيقية

8.....	سادسا: حدود الدراسة
9.....	سابعا: مصطلحات الدراسة
10.....	الأطر النظرية والمفاهيمية.....
10.....	أولا: العلاقات العامة.....
13.....	الأزمات من منظور تاريخي إلى استراتيجيات معاصرة.....
15.....	دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات
16.....	خصائص الخطة الجيدة لإدارة الأزمة
17.....	الأسلوب الاتصالي الأنسب للعلاقات العامة
18.....	أهمية الاتصال في العلاقات العامة
20.....	الصورة الذهنية
22.....	أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات
23.....	الإطار النظري للدارسة.....
24.....	النظرية الموقفية لاتصال الأزمات.....
27.....	تقييم الاستراتيجيات للاستجابة في الأزمات
29.....	تتبع المنظمة استراتيجيات للتواصل في الأزمات، وهي:.....
31.....	إرشادات عامة لاستخدام استراتيجية للاستجابة للأزمات
34.....	التأثير العاطفي لمواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التواصل الفعال مع الجمهور
35.....	نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية.....
40.....	الدراسات السابقة.....
43.....	الدراسات الأجنبية.....
47.....	التعليق على الدراسات السابقة.....

49	الفصل الثالث: إجراءات الدراسة.....
49	أولاً: منهج الدراسة
50	ثانياً: مجتمع الدراسة
50	ثالثاً: عينة الدراسة
51	أولاً: البيانات الأولية الشخصية:
52	رابعاً: طرق جمع المعلومات والبيانات متضمنة أداة أو أدوات الدراسة الأولية
54	5.3 الاختبار المسبق لأداة (الاستبانة)
54	1.5.3 الدراسة الاستطلاعية (الاستكشافية)
55	3 صدق الأداة:
57	3.5.3 ثبات أداة الدراسة
58	تصحيح أداة الدراسة
59	6.3 متغيرات الدراسة
59	أولاً: المتغيرات المستقلة
60	ثانياً- المتغيرات التابعة
60	8.3 المعالجات الإحصائية.....
77	2.4 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
77	1.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى
80	2.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:
81	3.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:
82	4.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:
93	الفصل الخامس: مناقشة النتائج.....

106	التوصيات
108	المصادر والمراجع
114	الملاحق
B	ABSTRACT

فهرس الجداول

- جدول 1: توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية 51
- جدول 2: قيم معاملات ارتباط العبارات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط كل مجال مع الدرجة الكلية للاستبانة (ن=30)..... 56
- جدول 3: معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب مجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) والدرجة الكلية للأداة..... 57
- جدول 4: درجات احتساب مستوى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) 59
- جدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) حسب المجال والدرجة الكلية 63
- جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وقرات تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني 65
- جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وقرات اتجاهات الطلبة نحو الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني 68

جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وفقرات أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها 71

جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وفقرات استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفحة)، والتقليل، والإنكار) 75

جدول 10: نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) تبعا لمتغير النوع الاجتماعي 78

جدول 11: المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعا لمتغير مكان السكن ... 128

جدول 12: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعا لمتغير مكان السكن 129

جدول 13: نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعا لمتغير مكان السكن 130

جدول 14: نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكُليّة ومجالات مدى
توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة
الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً
لمتغير التخصص 131

جدول 15: المتوسّطات الحسابية للدرجة الكُليّة ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال
الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة
النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير المستوى العلمي 132

جدول 16: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق لتوظيف العلاقات العامّة
لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة
في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير المستوى
العلمي 134

جدول 17: نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابية لمدى توظيف العلاقات
العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة
التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير
مكان المستوى العلمي 135

فهرس الاشكال

شكل 1: النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات 32

شكل 2: نموذج الاتصال في الأزمات بوساطة اجتماعية 38

فهرس الملاحق

ملحق أ: الاستبانة مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023- 2024)	114
ملحق ب: أسئلة المقابلة الشخصية للإدارة	121
ملحق ج: أسئلة مقابلة مجلس اتحاد الطلبة في جامعة النجاح الوطنية خلال أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح (2023-2024)	123
ملحق د: قائمة المحكمين	125
ملحق هـ: نموذج طلب تحكيم	125
ملحق و: الجداول	128

مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في

معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية

خلال الحرب على غزة (2023-2024)

إعداد

لينا يحيى باكير

إشراف

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية لنظرية الاتصال الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية (SMCC)، خلال الحرب على غزة (2023-2024)، فيما يتعلق بأزمة العملية التعليمية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث وظفت أداتي الاستبيان والمقابلة المعمقة لمعرفة اتجاهات الطلبة، وكذلك تقييم المسؤولين في الجامعة، بالإضافة إلى مجلس اتحاد الطلبة، نحو أداء العلاقات العامة في تلك الأزمة. وتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة لأداة الاستبانة، والمسؤولين في الإدارة العليا في الجامعة، وكذلك مجلس اتحاد الطلبة لأداة المقابلة المعمقة. وبلغ حجم العينة من الطلبة (378) مفردة، فيما بلغ حجم العينة للمقابلات (3) مسؤولين، بالإضافة إلى مقابلة رابعة كانت مع ممثل مجلس اتحاد الطلبة. وأظهرت النتائج أن هناك رضا بدرجة مرتفعة لدور العلاقات العامة في الجامعة في نشر المعلومات بسرعة ودقة. وكذلك مستوى عالٍ من الرضا حول تحمل الجامعة عبء الأزمة وإدارتها بشكل فعال. إلا أن النتائج أظهرت في المقابل مستوى أقل من الرضا حول التجاوب مع مطالب الطلبة وشكاواهم، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء العلاقات العامة في إدارة الأزمة تُعزى لمتغيري

النوع الاجتماعي والتخصص، فيما كان هناك فروق تُعزى لمكان الإقامة والتخصص، حيث كان مستوى

الرضا لسكان المدن أكثر من سكان القرى والمخيمات، ولحملة الماجستير أكثر من طلبة البكالوريوس.

الكلمات المفتاحية: نظرية الاتصال الموقفية، نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية، أزمة التعليم الإلكتروني،

الحرب على غزة (2024/2023)، جامعة النجاح الوطنية.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة

تشكل الأزمات التحدي الأكبر للعلاقات العامة في المؤسسات والشركات والحكومات، فالعلاقات العامة تعمل في الظروف الطبيعية في إطار عملها الروتيني في التواصل مع الجمهور، وتعمل على تحسين صورتها الذهنية والتواصل مع وسائل الإعلام وتنظيم المؤتمرات والمناسبات، وغير ذلك من الأنشطة. لذا، ففي الظروف غير الطبيعية، تنشأ الحاجة الماسة لدى دائرة العلاقات العامة للاستعداد المسبق للأزمات، مما يتطلب التخطيط والتنبؤ، ووضع التصورات لمواجهتها، وذلك لحماية المؤسسة، والخروج من الأزمة بأقل الخسائر. بل إن الأزمة تشكل انطلاقة جديدة للمؤسسة في التطور من جهة، وفي ترسيخ مكانتها في المجتمع ولدى الجمهور من جهة أخرى، ومما يجدر بالقول إن التخطيط والتنبؤ لهما علاقة وثيقة ببعضهما البعض، حيث أن التخطيط يبدأ عندما ينتهي التنبؤ لذلك يعدّ التنبؤ هو الأساس الذي يقوم عليه التخطيط (فركوس، 1995).

تشكل الأزمات تهديدات حقيقية على مدى عقود زمنية مختلفة ويجب على المؤسسة التنبؤ بهذه الأزمات والتخطيط لها (Regester & Larkin, 2005).

ولتحقيق الاستعداد المسبق للأزمات يتم جمع الإشارات التي تشير إلى نقاط ضعف، أو عوامل قد تؤدي إلى حدوث أزمة على جميع المستويات في المؤسسة وتحليلها. ويقع هذا العبء على دائرة العلاقات العامة في المؤسسة، حيث تقوم بالاشتراك مع الدوائر الأخرى بإدارة الأزمات المختلفة (عجوة و فريد، 2008).

إن المنظمات، على اختلاف أنواعها، معرضة لأزمات مختلفة تتباين في حدتها وسبب حدوثها ومدتها، فضلاً عن الأضرار التي تعقب حدوثها. إن الأزمات قد تكون صغيرة أو كبيرة أو حدثاً طبيعياً أو بشرياً،

وتختلف تبعاً لاختلاف البيئة التي تتواجد فيها المؤسسة. لذلك، فإن الاستعداد للأزمة هو أمر حتمي، حيث يكون لدى المؤسسة قدرة على تجنبها والابتعاد عن الأضرار التي تترتب عليها قدر الإمكان. وفي وقتنا الحالي، يسهم التقدم في قدرة المؤسسة على توقع الأزمة بشكل أفضل والوقاية من الأزمات المستقبلية. أسهم انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في قيام المؤسسة بالاستعانة بهذه الوسائل في إدارة الأزمات، لأن الانسحاب من تلك الوسائل في الأزمات سيترك المجال للحديث حول الأزمة باستمرار وسيتفاقم وجود الأزمة بدون أن يكون للمنظمة دورٌ في تبيان موقفها من الأزمة (Deran & Naidu, 2016).

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فريداً في التواصل أثناء الأزمات، حيث تزداد الحاجة إلى نشر المعلومات، سواء كان ذلك للاستعداد للأزمة أو الاستجابة، أو حتى التعافي منها.

إن لمواقع التواصل الاجتماعي قدرة على إنشاء قنوات اتصالية مباشرة وتفاعلية تمكّن الجماهير من الاتصال مع المنظمة، في الجانب الآخر فإنها تعد مكاناً سريعاً لتداول الأزمات وازدياد حدتها. (Huang & Lin, 2004).

إن الأزمات هي من أكبر التحديات التي تواجه المؤسسة وتعمل على تهديد استقرارها. لذلك، تبرز الحاجة لتفعيل العمليات الاتصالية، كونها من أهم الأدوات المستخدمة في إدارة الأزمات بكفاءة. إن لقدرة المؤسسة على التواصل الفعال والواضح مع الجماهير أثرٌ مهم في تنفيذ الإجراءات التي تتخذها المؤسسة لتخفيف التوتر وتجاوز الأزمة. ومن هنا، فإن على المؤسسة العمل على تطبيق أساليب اتصالية مفهومة وذات فعالية، تتميز بالمصداقية والوضوح والشفافية لإدارة الأزمة، الأمر الذي يعزز من الثقة بين المؤسسة وجماهيرها. كما أن الأساليب الاتصالية تؤثر في الصورة الذهنية للمؤسسة، وتحديدًا خلال الأزمة، حيث تنعكس تلك الأساليب على درجة المصداقية والكفاءة في إدارة الأزمة، وتُسهم بالتالي في التأثير على الصورة الذهنية لدى الجمهور.

أولاً: مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الذي يدور في ذهن الباحث حول موقف معين يكتنفه الغموض ويحتاج إلى تفسير وتوضيح. إذًا، هي عملية ذهنية تعتبر نقطة البداية لتحديد المشكلة الفعلية في صورة تساؤلات واستفسارات ويمكن ترجمتها فيما بعد إلى أسئلة نحاول الوصول إلى إجابات عليها. وعليه، فإن الشعور بمشكلة ما توجه الباحث للبحث عن حلول لها والاستقصاء فيها، تمثل البداية لبلورة فكرة البحث وبناء هيكلته. فالمشكلة تُمثل الموضوع الذي يقوم عليه البحث، حيث يشعر الباحث أنه يحتاج إلى دراسة وتفسير واستكشاف القضية قيد البحث، والوصول إلى الحلول الممكنة، إسهاماً منه في تحقيق التطور العلمي لخدمة الإنسانية (الطائي، 2016).

تكمّن المشكلة في الدراسة الحالية في جوانب عدّة، تتصل بشكل مباشر بالقدرة على التنبؤ بالأزمة بشكل عام، وتحول التعليم إلى الإلكتروني خلال فترة الحرب على غزة، تم تحول التعليم من وجاهي إلى إلكتروني بسبب صعوبة وصول الطلبة والهيئة التدريسية إلى مقرات جامعة النجاح الوطنية نتيجة انتشار الحواجز العسكرية الإسرائيلية على مداخل مدينة نابلس، وتقييد حركة الدخول والخروج إلى المدينة، فضلاً عن قيام الاحتلال بشن حملات الاعتقالات على الطرق والحواجز، ومداهمات المدن المختلفة، واستشهاد الشباب بشكل شبه يومي، وتوتر الأوضاع المعيشية في الضفة الغربية بشكل خاص. هذا الواقع أدى إلى صعوبة في القيام بمهام العملية التعليمية بشكل وجاهي، ناهيك عن صعوبة الظروف المتعلقة بآلية التعليم والوصول إلى المعلومات، وإجراء الامتحانات ومتابعة الواجبات للطلبة. أضف إلى ذلك صعوبة الظروف المعيشية، حيث تسببت الحرب بأزمة اقتصادية خانقة نتيجة منع دخول العمال إلى مناطق (1948)، إن هذه الإجراءات كانت سبباً رئيساً في خلق أزمة كان لا بد للعلاقات العامة العمل على إصلاحها.

نتيجة لتلك الظروف، تشكلت لدى الجامعة أزمات مختلفة، من بينها عدم قدرة الطلبة على دفع الأقساط الجامعية نتيجة الحصار الاقتصادي ومنع العمال من دخول مناطق فلسطين المحتلة عام (1948)،

وبالتالي توقّف الدخل المادي لمئات الآلاف من العمال. وكذلك عدم تمكّن الطلبة من الوصول إلى الجامعة بسبب الحواجز العسكرية الإسرائيلية. لذا، جاءت هذه الدراسة لتبحث في مدى قدرة دائرة العلاقات العامّة لدى جامعة النجاح في إدارة هذه الأزمة والتغلب عليها. لقد كانت هذه الأزمة مفاجئة وغير متوقعة، الأمر الذي يعني ضرورة استخدام أساليب خاصّة، قد تختلف عن الأساليب التقليدية، للتعامل مع الأزمة. إنّ دراسة الاستراتيجيات الاتصاليّة للنظرية الموقفية ونموذج الأزمات بوساطة اجتماعية هي بمثابة إضافة علمية مهمة، حيث يُفترض أن تقوم دائرة العلاقات العامّة بوضع جميع الخبرات التي تراكمت نتيجة التعامل مع الأزمات المنصرمة، والسعي لابتكار أساليب مستحدثة توائم الواقع المستجد. كذلك، يفترض أن تُسهم الدراسات السابقة المتعلقة بدراسة الأزمات الموقفية ونموذج الأزمات بوساطة اجتماعية في التصدي لهذه الأزمة. فشكل الأزمة التي واجهتها المؤسسة تمثّل المتغير الرئيس لهذه الدراسة. من هنا، كان لا بد لدائرة العلاقات العامّة أن تتعامل بكفاءة عالية مع الأزمة، والعمل على تقليل الخسائر الناجمة عنها إلى الحد الأدنى، وابتكار أساليب إبداعية في التعامل معها، معتمدة في ذلك على خبراتها السابقة وتجاربها، واستكشاف أساليب جديدة تساعد على تجاوز هذه الأزمة.

ثانياً: أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس

إلى أي مدى وظفت العلاقات العامّة في جامعة النجاح الوطنية النظرية الموقفية لاتصال الأزمات ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية خلال الحرب على غزة (2023-2024) فيما يتعلق بأزمة العملية التعليمية؟

وينبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما الخطط التي وضعتها دائرة العلاقات العامّة في جامعة النجاح الوطنية لإدارة الأزمة؟
2. ما تقييم الطلبة لأداء العلاقات العامّة خلال أزمة التعليم الإلكتروني؟

3. ما الاشكال الاتصالية التي استخدمتها دائرة العلاقات العامة للاتصال مع الطلبة خلال الأزمة المنصرمة؟

4. ما اتجاهات طلبة الجامعة نحو الأساليب الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة في حل أزمة التعليم الإلكتروني؟

5. كيف كان للمعلومات التي تداولها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي دور في زيادة أزمة التعليم الإلكتروني أو التخفيف من حدتها؟

6. ما مدى استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)؟

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف إلى أي مدى وظفت العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية النظرية الموقفية لاتصال الأزمات ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية خلال الحرب على غزة (2023-2024) فيما يتعلق بأزمة العملية التعليمية. وتأتي تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف، يمكن التعبير عنها كما يلي:

- 1- التعرف إلى الخطط التي وضعتها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية لإدارة الأزمة.
- 2- التعرف إلى مدى استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار).
- 3- قياس تقييم الطلبة لأداء العلاقات العامة خلال أزمة التعليم الإلكتروني.
- 4- معرفة الاشكال الاتصالية التي استخدمتها دائرة العلاقات العامة للاتصال مع الجمهور خلال الأزمة المنصرمة.
- 5- التعرف إلى اتجاهات طلبة الجامعة نحو الأساليب الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في حل أزمة التعليم الإلكتروني.

6- التعرف إلى المشاعر والآثار التي ترتبت على المعلومات حول الأزمة والتي تم تناقلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: فرضية الدراسة

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى فعالية توظيف دائرة العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في التصدي للأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) ومتغيرات: الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، ومستوى دخل الأسرة.

خامساً: أهمية الدراسة

الأهمية النظرية والعلمية

تقدم هذه الدراسة فرصة لفهم كيفية توظيف النظرية الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في الأزمات خلال مسيرة العملية التعليمية، مما لا شك فيه أن توظيف نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية يساعدنا على معرفة الدور الفعال للجمهور الداخلي والخارجي في تخفيف وطأة الأزمة أو بيان حداثها، مما يؤدي إلى تفعيل دور هذا النموذج في التخلص من الأزمات، في الوقت الذي تركز فيه الدراسات الأخرى على الأبعاد التنظيمية جاءت هذه الدراسة لتراعي جوانب الوساطة الاجتماعية من خلال القدرة على سد الثغرات بالاستناد إلى النموذج بوساطة اجتماعية، حيث ستقوم الباحثة بتحليل الأزمة عبر اللجوء إلى مجموعة من أصحاب المصالح، حيث إن هذا التوجه يساعد في تغيير النمطية المعتادة في التعامل مع الأزمات الطارئة وفهم كيفية التعامل مع الأزمة بطريقة غير تقليدية حيث سيفتح آفاقاً جديدة للسعي في استمرارية التعليم أثناء الحروب أو الأزمات المختلفة، هذا بالإضافة إلى إثراء الأبحاث المستقبلية في مجال التعليم بطرق جديدة وغير تقليدية لتعزيز الدور الفعال لتواصل للعلاقات العامة في الأزمات، من خلال

توفير استراتيجية جديدة في حل الأزمات، سواء في جامعة النجاح الوطنية أو في المؤسسات التعليمية عامة.

أما الأهمية العلمية، فتتمثل في تسليط الضوء على قدرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية على مواجهة أزمة صعبة، في توقيت غاية في التعقيد، بالإضافة إلى أنها لم تكن متوقعة، وتبحث هذه الدراسة في الاستراتيجيات الاتصالية التي وضعتها العلاقات العامة في تلك الظروف في ضوء النظرية الموقفية لاتصال الأزمات، بالإضافة إلى نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية ولذا، تكمن أهمية هذه الدراسة بأنها إضافة علمية جديدة في قدرة دائرة العلاقات العامة باعتمادها على نظرية الاتصال الموقفية للأزمات ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية حيث تتميز هذه الدراسة بمعالجتها لأزمة ناتجة عن حرب ذات خصوصية، اعتبرها كثيرون أنها أثرت على العالم بأسره، وليس فقط على فلسطين والمنطقة العربية.

وترى الباحثة أن هذه الدراسة تمثل إضافة جديدة ونوعية للبحوث المتعلقة بإدارة الأزمات، على اعتبار أن دراسات النظريات الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في مواجهة الأزمات هي دراسات تراكمية، حيث تتم دراسات الحالات المختلفة، وتتجمع لتكون صورة أوضح لمفاهيم واستراتيجيات مواجهة الأزمات.

الأهمية التطبيقية

يُتوقع أن تُسهم نتائج هذه الدراسة دائرة العلاقات العامة على التواصل بشكل أفضل مع أصحاب المصلحة، بما يخدم مصلحة المؤسسة وأصحاب المصلحة في وقت واحد عند حدوث أزمات اقتصادية بسبب الأوضاع السياسية. وتبرز أهمية البحث أيضاً، عند وجود تحديات وأزمات اقتصادية مختلفة تحول دون دفع الأقساط أو التوجه إلى التعليم الإلكتروني لأسباب عدة. ويتوقع أن تخدم نتائج هذا البحث دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، (وغيرها من دوائر العلاقات العامة في الجامعات)، لتطوير خطط للتعامل مع الجماهير الداخلية والخارجية في ظل أزمات مماثلة، مما يؤدي إلى خلق علاقة وثيقة

بين المؤسسة وجماهيرها، وهذا يقودنا إلى تحسين الصورة الذهنية للجامعة لدى الجمهور، وزيادة ولائه وانتمائه لها.

سادسا: حدود الدراسة

الحدود المكانية: تقتصر حدود الدراسة المكانية في آلية تطبيقها على حرم جامعة النجاح الوطنية في نابلس، كونها الجامعة المستهدفة لهذه الدراسة.

الحدود الزمانية: تقتصر حدود هذه الدراسة في آلية تطبيقها من حيث الزمان على عام (2024)، وهي مدة تسجيل الفصل الثاني في الجامعة في ظل الحرب على غزة، وهي المدة التي شهدت الأزمة التي تعالجها هذه الدراسة والتي لا تزال مستمرة حتى وقت تسجيل الفصل الدراسي الثاني، والذي تحول التعليم فيها إلى الاتجاه الإلكتروني.

الحدود البشرية: تقتصر حدود هذه الدراسة على طلبة جامعة النجاح الوطنية باختلاف مستوياتهم الدراسية، بالإضافة إلى دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، والتي تُعد حلقة الوصل بين الجامعة وجمهورها الداخلي والخارجي. فهي المسؤولة عن مواجهة الأزمة إدارتها، بحيث لا يؤدي ذلك إلى تغيير أو تشويه صورة المؤسسة في نظر جمهورها الداخلي والخارجي. كما تشمل إدارة الجامعة، على اعتبار أنها تمثل المرجعية لدائرة العلاقات العامة في إدارة الأزمة.

الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية بمدى توظيف العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية لنظرية استراتيجية الاتصال الموقفية في معالجة أزمة التعليم الإلكتروني التي ظهرت نتيجة للحرب التي يشنها الاحتلال الإسرائيلي على غزة في العام (2023-2024).

سابعاً: مصطلحات الدراسة

- 1- **العلاقات العامة:** وهي الجهد المخطط له في التأثير على الرأي عن طريق أداء مرض ومقبول بشكل اجتماعي يتركز على اتصال جيد ومتبادل بين جهتين مؤسس على اتصال مناسب (Dennis, Philip, & Warren, 1986)
- 2- **الأزمة:** هو حدث مفاجئ خارج عن السيطرة ويختلف عن السلوك الاعتيادي، يؤدي هذا الحدث إلى حدوث خلل ويهدد المصالح ويؤثر على النظام العام، إن مواجهة تلك الأزمة تتطلب اتخاذ قرار محدد وسريع في ظل محدودية المعلومات وضيق الوقت (المشاقبة، 2014)
- 3- **النظرية الموقفية لاتصال الأزمات:** اتخاذ استراتيجية معينة تتناسب مع الموقف الأزماتي وتعتمد على مدى إسناد المسؤولية للمنظمة، بالإضافة إلى درجة التهديد لسمعة المنظمة، وتعتمد إسناد المسؤولية على عدّة عوامل قد تزيد من مخاطر الأزمة وقد تخفف حداثها (Coombs T. W., 2007).
- 4- **أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة (إجرائياً):** أزمة حدثت في عام (2024) في جامعة النجاح الوطنيّة بسبب الحرب على غزة، حيث تحول التعليم في تلك الفترة إلى الإلكتروني بالإضافة إلى حدوث أزمة حول تسجيل الطلبة. فقد شكّلت قضية آلية تسديد رسوم التسجيل مشكلة، حيث امتنع الطلبة عن تسجيل المساقات، الأمر الذي تسبب بتوقف التسجيل وهدد بإمكانية تعطل العمليّة التعليميّة في الفصل الدراسي الثاني.
- 5- **الحرب على غزة (2024/2023):** في السابع من أكتوبر من العام (2023) شنت حركة حماس معركة طوفان الأقصى على الاحتلال الإسرائيلي، وتبع ذلك إعلان الاحتلال البدء بالحرب على غزة، والتي أسمتها بعملية السيوف الحديدية. قامت حركة المقاومة في غزة بالدخول إلى الأراضي المحتلة، واستطاعت أسر عدد من جنود الاحتلال الإسرائيلي وعدد من مستوطنني غلاف غزة في أراضي (48) . واندلعت بعدها حرب إسرائيلية مروعة على غزة. واستمرت الحرب حتى كتابة هذه السطور،

حيث تعتبر أطول حرب على غزة، هدفها القضاء على سكان غزة والتطهير العرقي. وقد قام الاحتلال الإسرائيلي بقصف جوي عنيف لمختلف مناطق قطاع غزة، كما قامت بعملية اجتياح بري واسعة للقطاع. وقامت بإطباق الحصار عليه وحرمان المواطنين من الطعام والماء والدواء والوقود. وخلفت كل هذه الإجراءات سقوط عشرات الآلاف من الشهداء والجرحى، فضلاً عن دمار شبه كامل للبنيات والمستشفيات والمدارس والمؤسسات الحكومية وحتى المؤسسات الدولية (جعفر، 2023).

6- نموذج الوساطة الاجتماعية: هو نموذج في العلاقات العامة يختص بشرح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصالات الأزماتية ويشرح كيفية الاستجابة للأزمة وردود الأفعال تجاهها وهذا النموذج يساعد المؤسسات في اتخاذ استراتيجية اتصالية للاتصال مع الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في وقت حدوث الأزمات (Avery, Lariscy, Kim, & Hocke, 2010).

الأطر النظرية والمفاهيمية

يهدف الإطار النظري للبحث في معرفة الأسس التي تستند إليها مفاهيم توظيف العلاقات العامة للاتصال مع الجمهور في الأزمات، وبالتالي التعرف على النظرية الناظمة للدراسة، وهي النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات ونموذج الوساطة الاجتماعية، والتعرف على الطرق التي يجب على العلاقات العامة اتباعها في الأزمات المختلفة. سنبدأ بالحديث عن العلاقات العامة ونشأتها ومن ثم سننتقل للحديث عن دورها في إدارة الأزمات.

أولاً: العلاقات العامة

تعد العلاقات العامة من العلوم الحديثة. ولكن يجب علينا أن نعلم أن هذا المفهوم قديم لأنه ظاهرة طبيعية قديمة منذ الأزل، فإينما تواجد الإنسان تواجدت العلاقات الاجتماعية والتي تعتمد على التواصل والتألف بين أفراد المجتمع الواحد (Bartimoro & Dilenschneider, 2010).

في بدايات القرن العشرين، برزت العلاقات العامة كنشاط اتصالي اهتمت به المؤسسات، لتعمل على تحسين الاتصال بين المؤسسة والجمهور. إن العمل على تحسين سمعة المؤسسة وجعل صورتها براقاً في المجتمع يعدّ من أهم أنشطة العلاقات العامة بشكل رئيس. ومما لا شك فيه أن ازدياد التنافس بين الشركات والتنافس على استقطاب الجماهير، أثر في المجتمعات المتحضرة. وفي هذا السياق، قام Ivy Lee (وهو رائد العلاقات العامة في العشرية الأولى من القرن العشرين) مع George Barker بإنشاء مكتب للإشهار، وهو مكتب نموذج الوكالات الصحفيّة، والتي كانت تختص بتحسين سمعة الشركات في نظر الجماهير، وتقديم الحلول المختلفة للتعامل مع الأزمات، بالإضافة إلى توجيه الشركات للكيفيّة الصحيحة للتواصل مع الجمهور (ابو اصبح، 2017).

كان Ivy Lee مديراً لشركة الفحم، وسكة حديد بنسلفانيا، وفي ذلك الوقت حصل اضطرابات في صناعة الفحم، مما دعاه إلى إصدار كتاب "إعلان المبادئ" حيث وضع فيه الأسس الخاصّة بالأمانة (أي النزاهة والصدق والشفافيّة) والتواصل الفعّال مع الجمهور. ومن هنا انطلقت نقطة التحول من الوكالة الصحفيّة إلى مفهوم العلاقات العامة (ابو اصبح، 2017).

أما Carl Byoir's، والذي برز أيضاً في تلك الفترة، فقد قام بإنشاء أضخم مؤسسة للعلاقات العامة، وما زالت هي الأضخم في العلاقات العامة حتى هذا اليوم. وفي فترة الكساد الاقتصادي، تجددت النظرة السلبية تجاه العلاقات العامة، واستمرت حتى نهاية العشرينات وبداية الثلاثينات حيث قامت العديد من الشركات بإنشاء دوائر علاقات عامة فيها. قام Franklin Roosevelt بإنشاء برنامج إصلاحي يرافقه حملات للترويج للحصول على ثقة الجماهير. ثم نمت العلاقات العامة وازدهرت في نهاية الحرب العالميّة الثانية بسبب وجود العديد من العوامل التي ساعدت على نموها، ومنها إحساس الشركات بأهميّة المسؤولية الاجتماعيّة تجاه الجماهير. لقد تولّت أقسام العلاقات العامة هذه المهمة بشكل أساسي، وكان لزيادة النزعة الإستهلاكية العامل الأكبر في قيام الشركات بالاهتمام المتزايد بالجماهير، وأهميّة التواصل معهم، وكانت

من نصيب العلاقات العامة أيضا. إن كثرة التعقيدات التي حدثت في المؤسسات في تلك الفترة جعلت هناك صعوبةً بالغةً للمؤسسة في القدرة على التواصل مع الجماهير، مما دعا الحاجة إلى إنشاء دائرة مختصة في مجال العلاقات العامة، لتعمل على تحقيق أهداف المنظمة. لقد كان لزيادة التخصصات أثر على ظهور مختصين في علم الاتصال يمتلكون العديد من المهارات والقدرات لمعرفة احتياجات الجمهور. توافق نمو العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى نمو مماثل في الدول الأوروبية لأنها كانت تشهد نمواً متماثلاً (ابو اصبح، 2017).

ومع اتساع حياة الانسان، واتساع علاقاته، نمت مجالات الاتصال في المجتمعات المختلفة مما أظهر الحاجة إلى تبيان المواقف والآراء تجاه الأمور التي تبيّنت في مجال العلاقات المختلفة، ولكن يجب أن يتم هذا بطرق علمية وباللجوء الى أساليب منطقية، ويجدر بنا القول أن حداثة العلاقات العامة في الدول النامية لا يعني قدمها في الدول المتقدمة، ويرجع ذلك لعدم اتفاق الباحثين على تحديد نشأة العلاقات العامة بشكل دقيق، فَيعتقد البعض أن العلاقات العامة نشأت بوجود الإنسان وتطورت بتطوره، والبعض الآخر يَعتقد أنها نشأت بسبب حاجات المجتمع الصناعي. إن العلاقات العامة وُجدت منذ وجود الإنسان في المجتمع، وعملية تحديد الزمن الذي نشأت فيه العلاقات العامة بمفهومها الحالي هو أمرٌ صعب للغاية بسبب اختلاف رؤية المفكرين للعلاقات العامة (الحلبي، 2016).

ومن الجدير بالذكر أنّ للعلاقات العامة دوراً مهماً في الفكر الإداري الحديث، حيث أصبحت من أهم الوظائف الإدارية لما لها من تأثير على كافة الإدارات والأقسام في مختلف المؤسسات. فأنشطة العلاقات العامة تعتمد على الناس، وينبغي على ممارس العلاقات العامة أن يعرف الطريقة المثلى للتعامل معهم بهدف الارتقاء بالصورة الذهنية للمؤسسة لديهم. وهذا الأمر يتطلب استخدام الاتصال ثنائي الاتجاه مع الجمهور، وبهذا تصبح أنشطة العلاقات العامة تعمل بشكل متكامل، وتعطي أفضل المخرجات للمؤسسة (عبده و طايح، 2004)

ومع بداية الألفية الثالثة شهدَ العالم تطورات كبيرة فبدأت الأمم بالمراجعة للاستراتيجيات الخاصة بها، والقيام بتحليل ما هي نقاط القوة أو الضعف في القرن الحادي والعشرين حيثُ ظهرَ توجه نحو التعليم الإلكتروني، وهو طريقة جديدة نوعاً ما في التعليم، بحيث تمكن المتدرب من الحصول على المهارة أو المعلومة في أي مكان من العالم من خلال التقنيات في الاتصال، إما عن طريق التعليم الذاتي أو عن طريق التعليم التفاعلي، لقد كان هناك انتقادات للتعليم الإلكتروني لأنه يتسم بالانعزال ويبتعد عن الجانب الاجتماعي (حامد، 2015). ولكن مع ظهور الجيل الثاني من الويب، عادت الثقة إلى التعليم الإلكتروني، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين القدرة على فهم الأفكار وتبادلها والخبرات والمعلومات. من هنا، ظهرت الحاجة لدى المؤسسات المختلفة بالعمل على إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وإمكانية نشر المعلومات المختلفة ومحاضرات وروابط الأبحاث والدراسات، والمقالات. ومن خلال روابط المجموعات، فإننا نستطيع العمل على مساعدة الطلبة في التواصل فيما بينهم والتواصل مع أساتذتهم أيضاً (هتيمي ، 2017).

الأزمات من منظور تاريخي إلى استراتيجيات معاصرة

تم استعارة مصطلح الأزمة (crisis) من التراث الطبي اليوناني، وكان يعبر بهذا المصطلح عن التغيرات المفاجئة والسريعة التي تنشأ على الحالة العامة للمريض، فتقضي إما إلى الشفاء التام، أو إلى التدهور، ثم الوفاة (الدليمي، 2015).

ومع تزايد التطور في المجتمعات المعاصرة وتطور التكنولوجيا الرقمية، أصبحت فكرة انتشار المعلومات، ولا سيما المعلومات الخاطئة، حول الأزمات أمر له تداعيات يؤدي إلى انتشار الأزمة، ليس فقط محلياً، بل عبر العالم، مما يؤدي إلى ردود أفعال بشكل أكبر. إن فهم آلية انتشار الأزمة أمر أساسي لتطوير استراتيجية فعالة لإدارة الأزمات، مما يؤدي إلى تحسين الاستعداد للأزمات المختلفة، حيث أن تحديد نقاط الضعف يساعد على منع تطور الأزمة وتحويلها إلى أزمات مُعقدة. كما أن إظهار معلومات التعافي من

الأزمة يؤدي إلى تحسين موقف المنظمة في نظر جمهورها وإلى تقليل إسناد الأزمة إلى المؤسسة. فالمنظمات تعتمد، بشكل عام، على مصداقيتها لدى الجمهور ودرجة ثقته بها، خاصة عند حدوث أزمة ما (Laufer & Wang, 2024).

إن الأزمة هي المشكلة الرئيسة التي تُعيق عمل العلاقات العامة في مختلف المنظمات. فالعلاقات العامة تقوم، خلال عملها الروتيني، بالاتصال مع الجمهور بالإضافة إلى سعيها باستمرار لإعادة البناء والاتصال مع وسائل إعلامية، وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجمهور، فضلاً عن تنظيم المؤتمرات والمناسبات والعديد من الأنشطة الأخرى. ولكن في حال وجود ظروف استثنائية، تتولد حاجة ملحة للجاهزية المسبقة في التصدي للأزمة. لذلك يجب علينا التخطيط والتنبؤ، والقيام بوضع المناظير المتعددة للخروج من الأزمة بأقل الأضرار المحتملة. فقد تشكل الأزمة نقطة انطلاق قوية للمؤسسة إذا ما تم التعامل معها بشكل إيجابي وبأسلوب مناسب. كما أن الأزمة تعزز من مكانة المؤسسة لدى المجتمع والجمهور الخاص بها، وهذا يعني أنه يجب على العلاقات العامة التعامل مع الأزمة على أنها فرصة يمكن استثمارها لترسيخ وجود المؤسسة في المجتمع، وتعميق العلاقة مع الجمهور. وهذا يتطلب بالضرورة العمل على نشر المعلومات المتعلقة بالأزمات، سواء كان ذلك للاستعداد للأزمة، أو الاستجابة، أو حتى التعافي منها (Jin & Austin, 2017).

إن إدارة الأزمات هي من أهم التحديات التي تواجه المنظمات. فإذا فشلت العلاقات العامة في إدارة الأزمة، فإن هذا الفشل ينعكس سلباً على أصحاب المصلحة والمنظمة، وكذلك الجمهور، على حد سواء. ولتحقيق إدارة الأزمة، يجب على المنظمة أن تكون على أتم الاستعداد لمواجهةها عن طريق الاتصال المستمر، سواء كان اتصالاً مع الجماهير أم أصحاب المصالح. إن الاتصال يبعث الحياة في إدارة الأزمات والخروج منها بأقل الخسائر، ولكن إذا كان التواصل في الأزمات غير فعال، فإن الجهود تصبح غير فعالة (Coombs W. T., 2023).

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات

تعتمد المنظمات على دائرة العلاقات العامة لنقل المعلومات في المنظمة، وتعمل العلاقات العامة على فهم احتياجات الجمهور وردود أفعالهم تجاه المنظمة، فتقوم العلاقات العامة بوضع خطة اتصالية ذات مضامين محددة للمؤسسة التي تعمل بها، وتنتقل هذه الخطة ضمن استراتيجية اتصالية مدروسة، من خلال وسائل الإعلام وغيرها من الطرق إلى الجمهور المستهدف، ومن هنا يلقي على عاتق العلاقات العامة المسؤول عن الاتصال بكل الظروف وتحديداً في فترات الأزمات كيفية المساعدة في التخلص من الأزمة (عجوة و فريد، 2008).

إن المنظمات، بمختلف أنواعها، معرضة لأزمات متعددة تتباين في حدوثها وسبب حدوثها ومدتها، فضلاً عن الأضرار التي تعقب حدوثها. إن الأزمات قد تكون صغيرة أو كبيرة أو حدثاً طبيعياً أو بشرياً، وتختلف الأزمات تبعاً لاختلاف البيئة التي تتواجد فيها المؤسسة. ومما يجدر بالذكر أنها لم تعد هامشية ولا عشوائية بل أصبحت سمة حتمية وطبيعية (Mitroff & Anagnos, 2001). لذلك، فإن الاستعداد للأزمة هو أمر حتمي، حيث يكون لدى المؤسسة قدرة على تجنب الأزمة والابتعاد عن الأضرار التي تترتب عليها قدر الإمكان. وفي وقتنا الحالي، يسهم التقدم والتطور في قدرة المؤسسة على توقع الأزمة بشكل أفضل والوقاية من الأزمات المستقبلية.

إن الأزمة هي حدث طبيعي ورئيس في المؤسسة، بصرف النظر عن نوعية عمل المؤسسة. وإذا لم تكن المؤسسة في أزمة، فإنها تكون في مرحلة ما قبل حدوثها. لذلك، ينبغي على المؤسسات الاستعداد الكبير لمواجهة الأزمات المختلفة. من هنا، تبرز أهمية العلاقات العامة كأحدى أهم الدوائر في المؤسسة (إن لم تكن أهمها على الإطلاق) التي تضطلع بدور كبير في إدارة الأزمة وتجاوزها، الأمر الذي يصب في مصلحتها (رمضان، 2021)، بل ربما تكون الأزمة فرصة تستطيع العلاقات العامة من خلالها تحقيق أهدافٍ قد لا تتحقق في الظروف الطبيعية. فدور العلاقات العامة في الأزمات يُعدّ ضرورة ملحة في أي

مؤسسة، أولاً بسبب علاقتها المباشرة والمستمرة مع الجمهور بشكل مستمر، وثانياً لأنها تعمل على تحسين صورة المؤسسة في نظر الجماهير. وبالتالي، فهي تسعى إلى مواصلة أداء وظائفها الاتصالية بهدف تعميق الفهم دورها الفعّال لدى الجمهور (Claeys & Cauberghe, Crisis response and crisis timing strategies, two sides of the same coin, 2012).

خصائص الخُطة الجيدة لإدارة الأزمة

في بداية الأمر، يجب علينا أن نعلم أن كل خُطة هي خُطة منفردة ومصممة لهياكل محددة، حيث يتم شرح الكيفية التي سنقوم بها بتنفيذ الخُطة أثناء حدوث الأزمة. وتركز خُطط الأزمات على الكيفية التي نرتب بها الأولويات لكي نستطيع التعامل مع القضايا التي تحتاج إلى اهتمامات خاصة. أضف إلى ذلك أن خُطة إدارة الأزمات تحدد لكل شخص مسؤولياته وصلاحياته في هذه الأزمة بشكل واضح. لذا، تعمل المنظمة على وضع خُطة واضحة ومبسّطة ومفهومة لتتلاءم مع جميع المستويات داخل المنظمة. ويجب التنويه أن الخُطة تسعى في نهاية المطاف إلى تقديم المساعدات للأشخاص المتأثرين بالأزمة بشكل مباشر (عجوة و فريد، 2008).

ومن المعروف أن الأزمة تواجه المؤسسات المختلفة، وهي جزء طبيعي من حياتها. من هنا، تبرز أهمية النماذج والنظريات المختلفة كأدوات فعّالة لإدارة الأزمات بفعالية.

ومن الجدير بالذكر أنّ الاتصال في وقت الأزمة هو اتصال له أهمية كبيرة في العصر الحالي، حيث تعمل المؤسسات في بيئة معقدة، وتتعرض للكثير من المتغيرات من حولها. لذلك، بات الاتصال في الأزمات من أهم الاتصالات، وأصبحت المؤسسات تستخدمه في التخطيط الاستراتيجي لها. فالأزمة تجذب الجماهير بسبب الفضول وحب الاستطلاع لدى الناس، إضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام لبث الأخبار التي تجذب الجماهير وتزيد من نسب المتابعة (العياري، 2013). وبالرغم من أن الأخبار المنشورة قد لا تكون دقيقة في بعض الأحيان (وربما في كثير من الأحيان)، إلا أنها تحظى بنسب متابعة

كبيرة وانتشار واسع خلال الأزمات، ليس فقط على الصعيد المحلي، بل أيضاً على الصعيد الدولي. وسبب ذلك هو انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى واسع، والذي أدى إلى توسع القدرة على المتابعة بشكل واسع وعلى مدار الساعة (بن مازري، 2020).

الأسلوب الاتصالي الأنسب للعلاقات العامة

إن اختيار الأسلوب الاتصالي عند القيام بالعملية الاتصالية هو من أقوى التحديات التي تواجه جهاز العلاقات العامة، حيث يستطيع ممارس العلاقات العامة اختيار الوسيلة الاتصالية التي تتلاءم مع كل فئة من فئات الجمهور من حيث اعتمادها على الأهداف وطبيعة الجمهور وطبيعة الرسالة المراد إيصالها. ومن ثم، يتم اختيار الأساليب الاتصالية الأنسب لكل موقف، حيث تعتمد العلاقات العامة بشكل عام في معظم الحالات على وسائل الاتصال الجماهيري، كالصحف والمجلات، أو عن طريق الإذاعات ومحطات التلفزيون. ويختلف اختيار الوسيلة تبعاً للأهداف، كما أسلفنا، والتي تكون مهمة، على سبيل المثال، بإيصال الفكرة المطروحة وطبيعتها. كما تعتمد على عادات الجمهور في مجتمع معين، والقابلية للخوض في موضوع معين دون غيره من المواضيع. ويساعدنا ذلك في اختيار الوسيلة التي تدعم هذا الموضوع. ومن المهم أيضاً مقارنة تكلفة استخدام الوسيلة بالهدف المنوي تحقيقه، وما الأمور التي تميز هذه الوسيلة المختارة عن غيرها من الوسائل؟ كل هذه العوامل تختلف تبعاً لاختلاف الهدف المراد تحقيقه والمعلومة التي نريد إيصالها إلى الجمهور (باقر، 2014). لذا، عند قيام المنظمة بوضع السياسات المختلفة يتوجب أن تؤخذ تقارير العلاقات العامة باهتمام، لأنها تعمل على تحقيق التوازن بين مصلحة المنظمة ومصلحة الجمهور (عجوة و فريد، 2008).

إن اختيار الأسلوب الاتصالي الأمثل هو من أحد أهم العوامل لنجاح المؤسسة في إدارة الأزمات، حيث يعتمد الأسلوب الاتصالي على استراتيجيات معينة ليتم الاتصال بين المؤسسة وجمهورها. ومن هنا، فإن الاتصال الأمثل يعمل على زيادة الثقة بين المؤسسة والجماهير المختلفة لأن الاتصال يعمل على زيادة

فعالية المؤسسة في إيصال الرسائل بشكل واضح، وهذا يؤدي الى تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة في نظر الجماهير، خاصة عند حدوث أزمة معينة فإن الاتصال الجيد يعمل على تعزيز الاستجابة من قبل الجماهير بشكل إيجابي للمؤسسة.

أهمية الاتصال في العلاقات العامة

يُفسر الاتصال من وجهة نظر العلاقات العامة: أن تقوم بنقل معلومات ذات آثار إيجابية تعمل على تعديل الرأي العام، فمن خلال عملية الاتصال يتم بناء أفكار للفرد، لذلك إن الاتصال مهم جداً في العلاقات العامة، لأنه الاستراتيجية التي تكمل استراتيجية التخطيط (باقر، 2014). ويقول مدحت أبو النصر (2012) أن هناك حوالي ألف تعريف للاتصال كمصطلح ويختلف العلماء في تعريف الاتصال لاختلاف تخصصاتهم ومعارفهم العلمية.

تعمل العلاقات العامة على تحقيق الركيزة الأساسية من ركائزها في الاتصال، عن طريق رسالة تحمل معلومات أو آراء، أو أفكار، أو اتجاهات، أو عواطف، لتحقيق هدف معين في وقت معين، لذلك يمكننا القول إن الاتصال: العملية التي تسهم في إيصال المعلومات والأفكار والحقائق المختلفة إلى الجمهور لضمان التأثير فيهم باتجاه يدعم المؤسسة (جرادات و الشامي، 2020). ويعتمد الاتصال على مجموعة من العناصر الأساسية التي تسهم في نجاح العملية الاتصالية، وهي الرسالة التي نريد الوصول بها إلى المتلقي، وتحمل الرسالة معلومات أو أفكار أو آراء أو مشاعر مختلفة، وتكون الرسالة موجهة من الشخص المرسل إلى الطرف المستقبل أو المتلقي، فيجب أن يقوم بالإرسال من يقوم بإنشاء الرسالة، سواء كان شخصاً عادياً أم شخصاً معنوياً مثل (منظمة وزارة شركة)، وتوجه تلك الرسالة إلى طرف أو عدة أطراف. ولتحقيق هذه العملية، يجب أن تتوفر قنوات اتصالية، لتعمل على وصل هذه العناصر إلى الطرف المستقبل للرسالة، سواء كان فرداً أم مجموعة من الأفراد أو حتى جمهوراً، فيكون تحصيل وصول المعلومات هو تحقيق هدف أساسي بالتأثير على أفكار المتلقين. تعد الوسائل الإعلامية من أهم الوسائل

الاتصاليّة والتي تهتم ممارس العلاقات العامّة، ومن أهم القواعد التي يحتمّ علينا الالتزام بها في التعامل مع الوسائل الإعلاميّة هي الصدق والأمانة في الكتابة والحديث، أضف الى ذلك القدرة على فهم الخصائص المختلفة لوسائل الاتصال المختلفة (ابو اصبح، 2017).

وحتى يتم التوافق والتآلف بين المؤسسة والجمهور، يتوجّب على العلاقات العامّة العمل على تحقيق التوافق والانسجام من خلال الاتصال المزدوج بين المؤسسة والجمهور. ويتمثل ذلك في الاتصال الصاعد والاتصال الهابط. فالاتصال الصاعد، تكون عملية جمع البيانات والمعلومات التي تتعلق بأراء الجماهير ورغباتهم، والحلول التي يطمحون إليها، وهذه هي نقطة البداية في العلاقات العامّة، حيث يتم الانتقال إلى المرحلة الثانية، وهي القيام بدراسة تلك البيانات والتشاور مع الإدارة العليا في تخطيط سياسات ووضع الأهداف، مما يؤدي إلى تحقيق التوافق بين المؤسسة والجمهور. أما فيما يتعلق بالاتصال الهابط، فيكون من الإدارة العليا إلى الجماهير المختلفة، ويتضمن الناحية الإعلاميّة والتأثيرية معاً. وفي النهاية تكون مرحلة التقويم التي تعتبر بمثابة مرحلة بحث جديدة تكون على شكل اتصال صاعد من الجمهور إلى المنظمة، وهي تعني رد الفعل تجاه السياسات والقرارات المتخذة من قبل المؤسسة، وفي هذه المرحلة يتم الحصول على رجع الصدى (عجوة ع، 2005).

يعد الاتصال اهم جزء في إدارة الأزمات لانه الأساس في نشر وجمع المعلومات المتعلقة بالأزمة وإن السرعة في الاتصال أثناء الأزمة يخفف من حدة المخاوف والقلق لدى الجماهير، إضافة إلى حفظ الصورة الإيجابية للمؤسسة، وإعادة بناء الصورة التي ربما تكون قد تأثرت بوجود الأزمة (Seeger, 2006). فالمؤسسات تتعرض مختلف إلى تغييرات في الظروف من حين لآخر، وإذا لم يتم التعامل مع الأزمة بشكل سليم فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة، وبالتالي يتزايد الغضب واللوم من قبل الجماهير تجاه المؤسسة، الأمر الذي قد يؤدي إلى رفع دعوات قضائية ضد المؤسسة، مثل: الشكوى على الخدمات، وجودة المنتجات، وربما تصرفات بعض الموظفين. ومما يزيد من تفاقم الأزمات وحدتها

دور وسائل الإعلام في تغطية الأخبار التي تجذب الجماهير، خاصة عند تعرض المؤسسة لأزمة ما، حيث أنّ الأخبار السلبية تنتشر بسرعة كبيرة. وتؤدي تفاقم الأزمة بشكل كبير إلى تدمير المؤسسة. وفي ظل تطور التكنولوجيا وتطور الاتصالات، ظهرت الحاجة إلى وجود اتصال جديد يسمى باتصال الأزمة: وهو من أهم أنواع الاتصال الذي تستخدمه المؤسسة في وقت الأزمات. ولا يقتصر استخدام هذا النوع من الاتصال على مؤسسة دون غيرها، بل يمكن أن يمتد ليشمل القطاع الاقتصادي بشكل كامل (بن مزارى، 2020).

عندما يدرك رجل العلاقات العامة التطور الكبير الذي تشهده وسائل الاتصال الجماهيرية أو المادية والتي لها من التأثير الكبير على سرعة انتقال المعارف وتراكمها يحتم على ممارس العلاقات العامة معرفة الأبعاد النفسية والتي تؤدي الى تطور الصورة الذهنية، حيث أن الصورة الذهنية هي أداة غير مباشرة لنقل المعلومات، مما ينبغي لنا ذكره أنه عادة يتم تقسيم وسائل الاتصال الى قسمين أساسيين: الأول: وسائل العامة للاتصال والتي تكون على مستوى دولة أو إقليم أو مدينة ما، والقسم الآخر يضم وسائل اتصال خاصة بالمنظمة. إنّ للوسائل الاتصالية الخاصة ميزة تتحقق من خلال إبراز أهمية المنظمة عن غيرها (عجوة، 2020).

الصورة الذهنية

إن المؤسسات تحتاج الى العلاقات العامة لتدعم صورتها في نظر الجماهير والحفاظ عليهم، أما فيما يتعلق بالمؤسسات التي ليس لها صورة جيدة لدى الجماهير فإنها تحتاج إلى العلاقات العامة بشكل أكبر لأنها تريد تحسين صورتها في وجهة نظر الجماهير ولإقناع إدارة المؤسسة للعمل على تغيير سياساتها والافعال الخاصة بها (مصطفى، 2004).

تأتي الصورة الذهنية مرافقة للاتصال في عمل العلاقات العامة، وتهتم العلاقات العامة في تحسين أو الحفاظ على الصورة الذهنية للمنظمة في فكر الجمهور، وهي النتيجة النهائية للانطباع المترتب لدى الفرد

أو الجماعة، تجاه شخص ما أو منظمة أو كيان معين، يمكن أن يكون له أثر على حياة الانسان، بشكل مباشر أو غير مباشر، بصرف النظر إذا ما كانت المعلومات المعتمدة صادقة أم لا، فهي تعطي لأصحابها تصوراً حقيقياً واضحاً يدركون منه الشيء ويتعاملون على أساسه، وكبر الاهتمام في موضوع الصورة الذهنية لما له من أهمية كبيرة في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوكيات، حيث بدأ استخدام الصورة الذهنية عندما بدأ تأثير مهنة العلاقات العامة يأخذ حيزاً كبيراً. أنشأت العلاقات العامة دراسات عدة شملت شخصيات قيادية ومؤسسات ومنظمات مختلفة، لمعرفة العناصر الإيجابية لزيادة الاهتمام بالصورة الذهنية وفهمها والعناصر السلبية لتجنبها، والقيام على علاجها، يتوجب على العلاقات العامة أن تعطي انطباعاتاً صحيحاً وصادقاً عن الواقع، ولا بد لها أن تزهو حتى تصل إلى الدرجة التي تحصل فيها على رضا واحترام الجمهور، وإن كان واقع المنظمة سيئاً فيجب على العلاقات العامة أن تعمل بجهد كبير لتحسين الصورة الذهنية لدى الجماهير من خلال المشاركة المجتمعية لدى الجماهير (عجوة، 2020).

أن الصورة الذهنية تعد من أهم الأمور التي تقوم دائرة العلاقات العامة في الاعتماد عليها في المؤسسات عند حدوث أزمات لأن الصورة الذهنية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتصورات الجماهير وكيفية تلقيهم للمعلومات ومقدار الثقة التي تنشأ بين المؤسسة والجمهور، لذلك يقوم قسم العلاقات العامة بالعمل بشكل مستمر على تحسين الصورة الذهنية من خلال اتباع أسلوب التواصل الفعال إضافة إلى المصداقية والشفافية في تقديم المعلومات المختلفة، سواء في أوقات الأزمات أم خارجها، ليعود ذلك على المؤسسة بالفائدة في التقليل من حدة الآثار السلبية التابعة للأزمة. والحفاظ على صورتها الذهنية في نظر الجماهير. وتتم إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة عبر ثلاث مراحل أساسية:

- المرحلة الأولى: مرحلة بناء صورة المؤسسة: وتعمل العلاقات العامة في هذه المرحلة على خلق صورة جيدة للمؤسسة لدى الجماهير، حيث يتم استخدامها عندما لا تكون المنظمة معروفة لديها.

وتقوم دائرة العلاقات العامة باستخدام طرق مختلفة، لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير والبيئات المختلفة.

- المرحلة الثانية: مرحلة الحفاظ على الصورة الذهنية: وتتكون هذه المرحلة إذا نجحت العلاقات العامة بتكوين صورة إيجابية لدى الجماهير عن طريق إنشاء اتصال ثنائي معتمد بشكل أساس على الحوار والاستماع لآراء الجمهور، ومن ثم دمج الآراء مع الأهداف الخاصة للمنظمة.

- المرحلة الثالثة: مرحلة استعادة الصورة، أو تسمى مرحلة تصحيح الصورة: تحدث هذه المرحلة عند تعرض المنظمة لأزمة ما، فتعمل العلاقات العامة على استعادة الصورة لدى جماهير المنظمة. وتعد هذه المرحلة من أخطر مراحل إدارة الصورة، إذ يمكن أن تعرض المنظمة لضرر أكبر إذا لم تتم معالجتها بالشكل المطلوب. فيجب على العلاقات العامة توقع الأزمات المختلفة والعمل على حلها ومواكبة التطورات المختلفة، بما فيها تطورات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تفرض على المؤسسة ضرورة القيام بجهود اتصالية كبيرة تؤدي إلى اجتذاب جماهير من مختلف الفئات (هتيمي ، 2017).

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات

مما لا شك فيه ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في انتشار المعلومات وازدياد عدد متلقي المعلومات، أضف إلى ذلك فان قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على خلق بيئة اتصالية رغم التباعد المكاني للأفراد على التواصل والقدرة على مواجهة الأزمات جنباً إلى جنب، ومما يجدر بالذكر أن هناك بعضاً من الأزمات ربما تنشأ على مواقع التواصل الاجتماعي وربما تنشأ الأزمة بعيداً عن وسائل التواصل، ثم يتم فيما بعد عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص إن لم تستطع المؤسسة العمل في حل الأزمة بشكل سريع (Jin & Austin, 2017).

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فريداً في التواصل أثناء الأزمات، إضافة إلى أن نشر معلومات تتعلق بالأزمات أمرٌ بالغٌ في الأهمية، توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصة تفاعلية ومحدثة بشكل مستمر للمشاركات الاجتماعية النشطة، يمكن للمؤسسات الاستفادة من خصائص معينة لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال ربط اهتمامات أصحاب المصلحة، بالإضافة إلى إيلاء المزيد من الاهتمام للجمهور وتنمية قدرة الرأي على مواقع التواصل الاجتماعي (Jin & Austin, 2017).

إن الأزمات بطبيعتها متممة بالصعوبة لأنه من الصعب توقع نتائج الأزمة، لذلك تقوم المؤسسة بالعمل على الاستجابة السريعة والاتصال لإدارة تلك الأزمة، إن استخدام الجماهير لمواقع التواصل الاجتماعي حد من قدرة المؤسسة على الاتصال أثناء الأزمة لأن الجماهير تقوم بالتفاعل في إدارة الأزمة بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي (Coombs T. W., 2007).

لذلك يرى باحثو إدارة الأزمات أنه يجب على المنظمة أن تولي العناية الكبيرة إلى مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيما يتعلق في إدارة الأزمات ووضع تلك الوسائل في المقدمة لأن الجماهير تستطيع المشاركة بالمعلومات أثناء الأزمات حتى في ظل تباعد الأماكن الجغرافية للجماهير (Basha, 2023).

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على النظرية الموقفية لاتصال الأزمات (وهي نظرية تطورت بشكل واسع على يد تيموثي كومبس) بالإضافة إلى نموذج اتصال الأزمات بواسطة اجتماعية. وتعد هذه النظرية وهذا النموذج الأنسب لهذه الدراسة للوصول إلى الأهداف المرجوة. لقد تم توظيف النظرية الموقفية لاتصال الأزمات لمعرفة مدى ملاءمة الاستراتيجية الاتصالية في سير العملية التعليمية ومدى أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع تلك الأزمة عبر توظيف نموذج اتصال الأزمات بواسطة اجتماعية.

إن اكتشاف الأزمة في وقت مبكر يؤدي إلى تقليل تفاقمها ومنعها من التأثير على المنظمة، لأن الأزمة هي تهديدٌ لسمعتها، وبسبب وجود الأزمات سيتضرر أصحاب المصالح. ويزداد الضرر في حالة انتشارت الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. ولتفادي تفاقم الأزمة، علينا القيام بجمع الأدلة التي تنبؤنا بوجود قصور في جهة ما، أو عناصر قد تتطور فيما بعد لأزمة ما على أي مستوى في المؤسسة والعمل على تلافيها. وتسد هذه المهمة إلى العلاقات العامة بشكل رئيس، وقد تشترك مع الإدارات والأقسام المختلفة للعمل على التصدي لها (عجوة و فريد، 2008)

النظرية الموقفية لاتصال الأزمات

يفسر اتصال الأزمات بأنه مجموعة من التدابير التي تعمل المؤسسة عليها للاتصال مع الجمهور والوسائل الإعلامية والاطراق المختلفة في حالة وقوع أزمة والتي قد تؤثر بشكل سلبي على سمعة المؤسسة.

قدم كومبس (Coombs) النظرية الموقفية لاتصال الأزمات بعنوان "اختيار الكلمات الصحيحة". لقد قام كومبس بوضع الأسس التوجيهية للقيام بالاستجابة المناسبة لكل أزمة. رغم هذا، لم يتم تسمية النظرية باسمها الحالي قبل عام (2002)، حيث كانت تسمى قبل ذلك بـ "المقاربة الرمزية تجاه إدارة التغيير/التواصل (Kyhn, 2008).

يعتمد نموذج النظرية الموقفية لاتصال الأزمات على نظرية الإسناد أو (العزو). وتفترض هذه النظرية أن الناس يبحثون عن الأسباب الخاصة بحدث ما أو موقف تمر به المؤسسة، خاصة إذا كان هذا الحدث له نتائج سلبية وغير متوقعة (Yum & Jeong, 2015).

إن النتائج تؤدي إلى القلق والسعي لمعرفة من المسؤول عن تلك الأحداث ليقوم الناس بنسب المسؤولية إليه. ويجدر بالذكر أن الأزمات مختلفة من حيث طبيعتها، فقد تكون أزمات بسيطة أو معقدة. وتقوم

المنظمة بالاستجابة للأزمة لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسة لحماية سمعة المؤسسة، تتلخص فيما يلي: (1) تحضير الإسناد للأزمة (أي معرفة الجهة المسؤولة عن الأزمة لمعرفة آلية التعامل، وربما لنسب المسؤولية لجهة ما) (2) محاولة تغيير التصورات السلبية لجمهور تجاه المنظمة (أي الصورة التي تكون غالباً سلبية لأنها مرافقة لأزمة ما) (3) محاولة التخفيف من الأثر الناتج عن الأزمة، لأن الاستراتيجية المتخذة للاستجابة للأزمة تختلف باختلاف طبيعة تلك الأزمة وتاريخ السمعة التي تم بناؤها مع الجمهور عبر الزمن. إن تطور الأزمة وتعقيدها يؤثران في كيفية تحديد الاستراتيجية المناسبة للتعامل معها. فإدارة الأزمة بشكل سلبي يؤثر على سمعة المنظمة وصورتها لدى الجماهير، مما يؤدي إلى نشوء علاقة سلبية بين المنظمة وجمهورها (Andem, 2014).

يقول الخبير برنارد وينر في نظرية الإسناد: إذا كانت نتيجة الأزمة سلبية أو غير متوقعة، فسيقوم الناس بالبحث عن الأسباب التي قادت إلى تلك النتيجة. فنظرية الإسناد تقترض أن الجماهير تقوم بإصدار أحكام حول الأحداث وأسبابها، لأن الحدث المؤدي إلى الأزمة هو دائماً موجود، وهناك أسباب للأحداث لا يمكن السيطرة عليها. يشير كومبس إلى أن هناك سمتين رئيسيين للأزمات، وهما: أنها غير متوقعة، وأنها سلبية، وهذا سبب منطقي وكافٍ للبدء في بحث الإسناد. ومن هنا، قام كومبس بترجمة مبادئ الإسناد إلى لغة تناسب الأزمات والمنظمات المختلفة (Kyhn, 2008).

إن إسناد مسؤولية الأزمة للمنظمة من قبل أصحاب المصلحة يؤدي إلى نتائج عاطفية وسلوكية تجاهها، حيث يتم اعتبارها مسؤولة عن الأزمة وكل ما يترتب عليها. فتصورات أصحاب المصالح للمنظمة يمكن أن تتغير أثناء الأزمة، وقد يؤدي هذا التغيير إلى تآكل سمعتها تبعاً لتغير تصورات أصحاب المصالح. فقد يقوم أصحاب المصلحة، مثلاً، بقطع علاقتهم مع المنظمة التي تمر بأزمة ما، أو نشر معلومات سلبية عنها. لذا، تبرز أهمية سمعة المنظمة التاريخية في هذه المرحلة، حيث ينعكس إسناد مسؤولية الأزمة للمؤسسة على تصورات الجماهير تجاهها. من هنا، يجب على المنظمة اعتماد استراتيجية فعالة لإدارة

الاتصال وتدفق المعلومات للمؤسسات، وتوظيف الأساليب الناجعة للسيطرة على الأزمة والتقليل من الضرر الذي قد يمس سمعة المنظمة نتيجة الأزمة (Andem, 2014).

تعتمد ردود الأفعال العاطفية تجاه حدث ما على درجة إسناد المسؤولية، مثل شعور الغضب أو شعور التعاطف. وكلما تم نسب مسؤولية الحدث إلى المنظمة، كلما زاد الضرر الذي سيلحق بسمعتها، وظهرت مشاعر كبيرة من الغضب من قبل أصحاب المصالح تجاهها. وتظهر مشاعر الغضب عن طريق التفوه بالعبارات السلبية تجاه المؤسسة، أو ربما قطع العلاقات معها. إن قدرة المدراء على تقديم الاستجابة الأمثل للأزمة سيساعد في حماية سمعة المنظمة بشكل أكبر (Coombs T. W., 2007).

إن نظرية الإسناد هي الأساس المنطقي للعلاقات بين المتغيرات التي تستخدم في النظرية الموقفية لاتصال الأزمات، وتعدّ نظرية الإسناد أساساً يشرح العلاقة بين استراتيجيات الأزمات وحالاتها (Kyhn, 2008). تواجه كل منظمة مجموعة متنوعة من المخاطر، ولكل منظمة مستويات مختلفة للتعامل مع هذه المخاطر. ومما لا شك فيه أن المخاطر هي أساس إدارة الأزمات، لأنها تعكس نقاط ضعف في المؤسسة، وعدم السيطرة عليها يؤدي إلى تهديدات قد تطور إلى أزمات. إلا أن تلك المخاطر، والأزمات المحتملة، ستكون فرصة للمؤسسة إذا تم التعامل معها بمهارة، حيث إن الأزمة تُحدث ازدواجية بين أن تكون فرصة أو تهديداً للمؤسسة (Coombs W. T., 2023).

إنّ النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات لها مبادئ وتوجيهات استراتيجية تدير وجهات النظر المختلفة بطريقة مفيدة عندما تحدث أزمة معينة. فدائرة العلاقات العامة في المؤسسة هي الجهة المسؤولة عن التعامل مع الموقف، والبحث عن الحل الأمثل للمنظمة ولأصحاب المصلحة في ذات الوقت. فالمنظمة تحدد درجة التكيف في إدارة هذا الصراع لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. فهي إما تقوم بالدفاع عن قضيتها الخاصة (المتثلة بالاهتمامات والأهداف الخاصة بها، مثل رؤيتها، والمصالح الاستراتيجية التي أنشئت من أجلها). فالمنظمة تعتبر تلك المصالح ذات أهمية قصوى بالنسبة لها، والتي قد تتعارض مع مصالح

جهات أخرى)، أو الدفاع عن موقفها من أجل صنع قرار مناسب للأزمة. فالمواقف هي التي تحدد درجة تكيف المنظمة مع الأزمة (Coombs T. W., 2007).

مما سبق، يمكننا القول أنّ النظرية الموقفيّة لاتصال الأزمات (الطوارئ)، تفترض أن الناس يحاولون البحث عن السبب الذي أدى إلى تلك الأزمة، ودرجة صلة المؤسسة بتلك الأزمة، أي مدى تحمّل المؤسسة نفسها مسؤولية حدوث الأزمة، وخاصة إذا كان الحدث سلبي ومفاجئ.

تقييم الاستراتيجيات للاستجابة في الأزمات

اختلفت استراتيجيات العلاقات العامة لإدارة الأزمات، حيث يجب أن تركز الاستراتيجية على الترابط والتكامل في كيفية إدارة الأزمة من مختلف الاتجاهات (Claeys & Cauberghe, 2014).

إن الاختيار السليم للاستراتيجية المتبعة في إدارة الأزمة له أهمية كبيرة، لأنه يمثل العملية التي من شأنها أن تنتقل المؤسسة من الفشل إلى النجاح والانتعاش. ويجدر بالذكر أن اعتماد الاستراتيجية المناسبة يُسهم في العمل كأداة فعالة لتحقيق النجاح الإداري في المؤسسة. ومن أهم الصفات المتبعة في استراتيجيات الاستجابة الصحيحة: الاتساق، والسرعة، والدقة. ويعني الاتساق: تحقيق الانسجام في اختيار الاستراتيجيات المناسبة التي تعمل على تحقيق هدف معين وبشكل منظم (الغول، 2015) ويتم تقييم الأزمات لاختيار الاستراتيجيات المناسبة للتعامل مع الأزمة عن طريق:

- المعدلات السياقية: والتي تحتوي على العوامل الثقافية والفروق الفردية، مما يؤثر على درجة إسناد الأزمة وردود الأفعال تجاه الأزمات. وتؤثر كميّة التغطية الإعلامية في التأثير بتضخيم الأزمة أو التقليل منها في نظر الجمهور، ويعمل الموقف الحكومي في التأثير في درجة إسناد الأزمة، أي إذا قامت جهة حكوميّة موثوقة بالإعلان أنّ المنظمة ليست سبباً في الأزمة، فستختلف ردود الفعل بالنسبة للجمهور عما لو أعلنت أن الأزمة حدثت نتيجة تصرف مقصود من قبل المؤسسة، لأن التصرف

المقصود سيزيد من إسناد المسؤولية على المؤسسة، على عكس الأحداث التي تؤدي إلى حدوث أزمات غير مقصودة (كوع، 2023).

- المكثفات: وهي المتغيرات التي تحدد عوامل إسناد المسؤولية للمؤسسة أثناء حدوث الأزمة. وتتكون من:

- تاريخ الأزمة: إلى أي مدى يعتقد أصحاب المصلحة أن المنظمة مسؤولة عن تلك الأزمة؟ وهل حدث تاريخياً أن كان لها أزمات مشابهة؟ فإذا كان لها تاريخ أزماتي فهذا يعني أن الحدث نمطي وليس استثناء. وفي هذه الحالة، يتضح أن المنظمة لديها مشكلة مستمرة وتحتاج إلى معالجة. وكلما زاد تاريخ المؤسسة في الأزمات كلما زادت نسبة الإسناد للمنظمة، وذلك بسبب تعرضها لأزمات مماثلة في الماضي. في حين أن عدم تعرض المؤسسة لأزمات سابقة، فإن ذلك يؤدي إلى تقليل إسناد المسؤولية. وبالتالي، وفي سياق موضوع البحث، يبرز السؤال حول المسؤولية عن الأزمة في جامعة النجاح الوطنية، والذي تسعى الباحثة للإجابة عليه. فهل كان للجامعة تاريخ في مجال تعثر دفع الأقساط؟ وإلى أي مدى تتحمل الجامعة مسؤولية هذه الأزمة؟

- السمعة السابقة: أي ما التصور السابق لدى الجمهور عن هذه المنظمة؟ فإذا كان لدى المنظمة سمعة سلبية سابقة، فإن ذلك يزيد من درجة إسناد الأزمة لتلك المنظمة، وتكون السمعة المحايدة للمنظمة إيجابية، وتصب في صالحها. إن السمعة العلائقية السابقة والغير مؤاتية للمنظمة تظهر عدم الاهتمام الكافي بأصحاب المصالح. فهل يعتقد الجمهور أن جامعة النجاح تتمتع بسمعة تغنيها عن التعرض للمساءلة في مثل هذه الأزمات؟

- نوع الأزمة: تقسم أنواع الأزمة إلى:

أزمات ضحايا: في هذه الحالة يكون إسناد المسؤولية قليلاً، لأنه يتم النظر إلى المنظمة على أنها ضحية للأزمة، وذلك مثل الكوارث الطبيعية، كالزلازل التي يلحق الضرر بالمنظمة، والشائعات والإساءات التي تنتج عن حقد أو ضغينة أو سوء تخزين لمنتج ما. وبالتالي، تكون القاعدة كما يلي: إسناد ضعيف للمسؤولية = تهديد بسيط للسمعة..

أزمات عرضية: تكون بسبب مشكلة في الإجراءات التنظيمية، وهي غير مقصودة، وتحتمل المنظمة إسناد مسؤولية قليل فيها، وتتأثر سمعة المنظمة بشكل متوسط حال حدوث خلل في أدى إلى عطل ما. ويدّعي أصحاب المصالح أن المنظمة تعمل بطريقة ليست مناسبة وفق المعادلة التالية: الحد الأدنى من إسناد المسؤولية = تهديد معتدل للسمعة.

أزمات مقصودة يمكن الوقاية منها: في هذه الحالة يتم إسناد المسؤولية للمنظمة بشكل كبير، مثل حدوث خلل ناتج عن خطأ بشري متعمّد، أو خطأ في المنظمة، أو خطأ تنظيمي في انتهاك اللوائح والأنظمة الخاصة بالمنظمة. وهذا يؤدي إلى ضرر لأصحاب المصالح بشكل أو بآخر كما يلي: إسناد قوي لمسؤولية الأزمة = تهديد كبير للسمعة.

إن الإسناد على اختلاف أنواعه، والذي يتم تقديمه من أصحاب المصالح المختلفة، يخلق مشاعر حول المؤسسة تؤثر بشكل كبير على كيفية تعاملات الجماهير معها.

تتبع المنظمة استراتيجيات للتواصل في الأزمات، وهي:

- استراتيجية الإنكار: تلجأ المنظمة إلى هذه الاستراتيجية عندما تكون متورطة بأزمة ما، حيث يؤكد مدير الأزمة انه لا يوجد هناك أزمة، أو يقوم باستخدام أسلوب كبش الفداء: فيتم القاء اللوم على شخص أو مجموعة من الأشخاص من خارج المنظمة. أن استراتيجية الإنكار تتضمن أسلوب

"التجاهل" للأزمة. وهذا يعني أن العلاقات العامة قد تنفي وجود أزمة بشكل علني، أو تتصرف وكأن الأزمة غير موجودة. وفي كلتا الحالتين، فإن الهدف هو صرف أنظار الجمهور عن الأزمة (ماهر، 2011).

- استراتيجية التقليل: تقوم المنظمة في هذه الحالة بالتقليل من الأزمة عن طريق التقليل من الضرر الذي نتج عن تلك الأزمة، أو التقليل من مسؤولية المنظمة عن تلك الأزمة ويتم ذلك عن طريق التعذر من خلال إنكار النية بالحاق الأضرار، أو من خلال الادعاء بعدم القدرة على السيطرة على الأحداث أثناء الأزمة. وأيضا يقوم مدير الأزمة بالتبرير وتقليل الضرر المتصور من تلك الأزمة (ماهر، 2011).

- استراتيجية إعادة البناء (الصفقة): عن طريق التعاطف والتعويض بتقديم الأموال أو الهدايا لضحايا الأزمات، أو عن طريق التعبير عن القلق تجاه ضحايا الأزمة، أو من خلال تقديم الاعتذار للضحايا والاعتذار عن الحدث، أو من خلال الشعور بالندم إزاء تلك الأزمة، وطلب الصفح. (Coombs T. W., 2007).

- استراتيجية التعزيز: تقوم المنظمة بهذه الاستراتيجية بتذكير الجمهور بالأفعال الجيدة السابقة عنها، أو التشدق في مدح الآخرين والإشادة بهم للمساعدة في التخلص من تلك الأزمة. كما يقوم مديرو الأزمات باستخدام دور الضحية عن طريق تذكير أصحاب المصالح أن المنظمة كانت ضحية أيضا لتلك الأزمة (Coombs T. W., 2007).

إرشادات عامة لاستخدام استراتيجية للاستجابة للأزمات

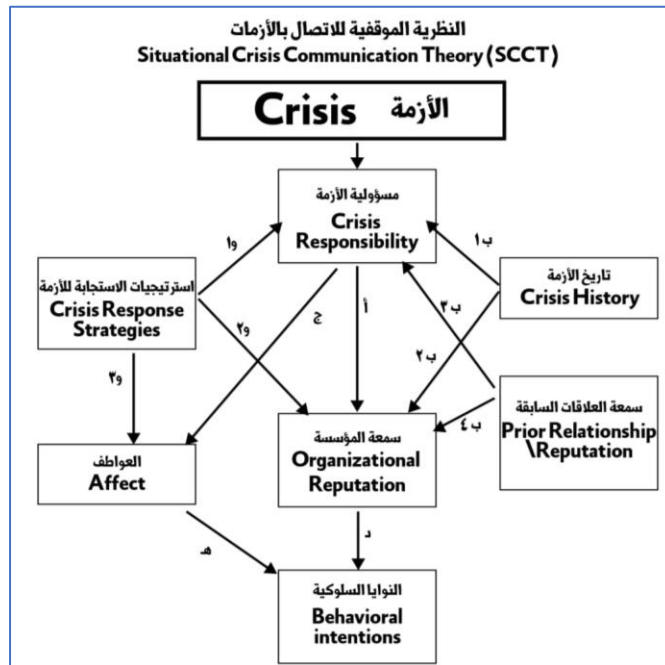
هناك توجيهات متعددة تقدمها النظرية الموقفيّة لاتصال الأزمات والهدف منها هو تخفيف القلق للجماهير ومساعدتهم للسيطرة على الآثار المترتبة على الأزمات من خلال ضبط المعلومات وهي تهتم بالجانب النفسي وتوجيه المعلومات والتي تهتم بالجانب الجسدي للجماهير (الصيفي، 2019).

في حالة وجود عزو منخفض من المسؤولية عن الأزمات (مجموعة الضحايا)، ولا يوجد تاريخ لأزمات مماثلة من قبل، في ظل وجود سمعة طيبة أو إيجابية للمؤسسة، يمكنك الاكتفاء بعملية الإعلام وضبط المعلومات. وفي حال حدوث العنف في مكان العمل، والعبث بالمنشآت، وتخريب المنتجات، والكوارث الطبيعية، تستطيع المؤسسة استخدام استراتيجية الضحية (أي أن المؤسسة هي ضحية لهذا الحدث وحدثت تلك الأزمة بسبب ظروف خارجة عن إرادتها) كجزء من الاستجابة للأزمات. أما بالنسبة لاستراتيجية الإنكار، فيمكنك الاستعانة بها في حالة وجود الشائعات والتحديات الطارئة، مثل مساءلة أصحاب المصلحة لأفعال المنظمة. وتقوم المؤسسة باستخدام استراتيجيات التقليل للأزمات ذات الحد المنخفض من إسناد المسؤولية في حال كان للمؤسسة سمعة إيجابية قوية، وإنجازات كبيرة، وكانت تلك الشائعات والتحديات لا تؤثر على تلك السمعة، ولا تقلل من مكانة المؤسسة لدى الجمهور. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام استراتيجيات التقليل للأزمات ذات الحد الأدنى من إسناد المسؤولية عن الأزمات للمنظمة (الأزمات العرضية)، التي ليس لها تاريخ في أزمات مماثلة، ولديها سمعة عادية أو إيجابية في العلاقة السابقة (لا يوجد مكثفات). أما بالنسبة لاستخدام استراتيجيات إعادة البناء للأزمات، فتستخدم عندما تكون الأزمة لها إسناد أدنى من المسؤولية عن الأزمة (الأزمات العرضية)، ووجود تاريخ من الأزمات المماثلة، أو سمعة سلبية سابقة في العلاقة مع الجماهير. أيضا نقوم باستخدام استراتيجيات إعادة البناء للأزمات التي لها إسناد قوي بمسؤولية المنظمة عن الأزمة (الأزمات التي يمكن الوقاية منها) بغض النظر عن تاريخ الأزمات أو السمعة المبنية على علاقات المؤسسة مع جمهورها عبر الزمن. ويمكننا استخدام استراتيجيات التعزيز كإضافة عند استعمال استراتيجيات أخرى. فمثلاً، يمكننا جمع استراتيجيات إعادة

البناء والتقليل معاً. قد تكون استراتيجية التذكير مفيدة عندما يكون لدى المنظمة أعمال جيدة سابقة، ولا يُنصح بالتذكير عندما يكون إسناد مسؤولية الأزمة قويا. وفي نهاية المطاف يجب علينا أن نعرف أننا نستطيع استخدام عدّة استراتيجيات في الاستجابة للأزمات، لأن تلك الاستراتيجيات تسعى إلى تغيير أو تعديل تصورات حالة الأزمة نفسها من خلال استراتيجيات الإنكار أو التقليل أو التصورات حول المنظمة في الأزمة من خلال استراتيجيات إعادة البناء أو الدعم (كوع، 2023).

شكل 1

النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات



المصدر: Coombs T. W., 2007

يوضح الشكل (1) النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات حيث تهتم بمعرفة الخاصية لاستجابة المؤسسة للأزمة ويوضح الشكل العناصر الأساسية وهي مسؤولية الأزمة والتي تحدد مسؤولية المنظمة عن وقوع الأزمة وتاريخ الأزمة يشير إلى كمية الأزمات السابقة لهذه المؤسسة وكيفية تأثيرهم على سمعة المنظمة الحالية، وتتأثر سمعة المنظمة بعدة عوامل (وهي العوامل التي ذكرناها آنفاً، والمتمثلة في: تاريخ الأزمة، والسمعة العلائقية السابقة، ونوع الأزمة). ولهذه العوامل اتجاهين: اتجاه يؤثر على المنظمة في الأزمة

بشكل سلبي، أو اتجاه يكون تأثيره إيجابي، إضافة إلى استراتيجيات تحمّل المسؤولية، والتي لها تأثير على سمعة المنظمة. أما فيما يتعلق بالعلاقات السابقة فهي توضح كيف تقوم المؤسسة بالتفاعل مع الجمهور قبل حدوث الأزمة، وتوضح هذه النظرية كيفية اتخاذ الاستراتيجية المناسبة لتجاوز الأزمة، مثل (التعزيز، إعادة البناء (الصفقة)، التقليل، الإنكار) (Andem, 2014). تؤثر هذه الاستراتيجيات على سمعة المؤسسة وعواطف الجمهور تجاهها، وهذا يؤثر على سلوك الجماهير مستقبلاً تجاه المؤسسة، تندمج هذه العناصر بشكل متكامل لتوضح الطريقة المثلى لإدارة الأزمة وكيفية تأثير الأزمة على سمعة المؤسسة وعلاقتها بالجمهور (Coombs T. W., 2007).

فعلى سبيل المثال، لنفرض أن جامعة النجاح الوطنية تعرضت لأزمة تعليمية تمثلت في تعطل نظام التعليم الإلكتروني، حيث أدى هذا العطل إلى صعوبة للطلبة في متابعة المحاضرات. فإذا كان للجامعة تاريخ سابق في تعطل أنظمة التعليم الرقمية، فإن الطلبة سيقومون بتحميل الجامعة مسؤولية أكبر وتوجيه اللوم بشكل أكبر، إذ لم تكن هذه هي المرة الأولى التي تتعرض فيها أنظمة التعليم للأعطال. وسيؤدي ذلك إلى اعتقادهم بعدم قيام الجامعة بتطوير أنظمة التعليم الإلكتروني، وهذا سيؤدي إلى تفاقم الأزمة. وفي المقابل، إذا كان للجامعة لها تاريخ سابق إيجابي بعدم تعطل الأنظمة التعليمية، ولها سمعة إيجابية وعلاقات ثقة بينها وبين طلبتها، فإنها ستواجه دعماً من قبل الطلبة، وسيؤدي ذلك إلى التقليل من اللوم والغضب تجاه الجامعة. وعند عدم وجود تاريخ أزماتي حول هذا الأمر، فإن الاستراتيجية الأنسب تكون في الاعتذار، وتوضيح الأسباب، إضافة إلى إستراتيجية إعادة البناء كالتعويض بالمحاضرات المسجلة. وهذا سيؤدي إلى استعادة الثقة بالجامعة وتعزيزها لدى الطلبة. وفي حال لم تقم الجامعة بحل الأزمة بشكل سريع، فإن ذلك سيخلق موجة من الغضب تجاهها.

في السطور التالية، تقوم الباحثة بتوضيح أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمقدمة للوصول إلى نموذج الوساطة الاجتماعية في البحث.

التأثير العاطفي لمواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التواصل الفعال مع الجمهور

يتيح انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في كل مكان للجمهور تحديد المعلومات المفيدة المتعلقة بالدعم العاطفي، خاصة فيما يتعلق بمشاعر القلق بسبب عدم اليقين في حالات الطوارئ أثناء الأزمة. ويلعب النوع الاجتماعي دوراً كبيراً في إثارة الاستجابات العاطفية المرتبطة بالقلق والغضب الخاصة بالجنس وتأثيرها على انتشار معلومات الأزمة. إن التأثيرات العاطفية الخاصة بالجنس على معلومات الأزمة تتعزز بشكل أكبر بالنسبة للمؤثرين الذكور مقارنة بالمؤثرين الإناث. وبشكل عام، تأخذ الإناث دور التعاطف بشكل جوهري، في حين يميل الذكور لمشاعر الغضب (Li, Zhou, Zhuang, & Zhang, 2023).

إن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تزيد من حدة التأثير السلبي للأزمات. وهنا، يكمن دور التواصل الفعال لمساعدة المؤسسة على استعادة الصورة المشرقة لها أمام جمهورها في وضع استراتيجية مُحكمة للاستجابة للأزمات عبر الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي. إنَّ استراتيجيات التقليل وإعادة البناء هي الأكثر فعالية في فن التواصل أثناء الأزمات المختلفة، وهذه استراتيجيات مجدية أكثر من استراتيجية الإنكار على سبيل المثال. أضف إلى ذلك، عند قيام المؤسسة باستخدام اللهجة الإنسانية في التواصل مع جمهورها، فإن ذلك يؤدي إلى ظهور مشاعر إيجابية لدى الجمهور، وينتقل إلى أسلوب الدعم للمؤسسة. تظهر المشاعر الإيجابية أيضاً عند قيام المؤسسة باستعمال أسلوب التواصل الفعال. فعن طريق إطلاق المعلومات الصادقة في وقت الأزمة، تعمل مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة على توسيع نطاق الوصول إلى الجماهير المختلفة (Zhang, Wang, Guo, Cheng, & Pang, 2024).

وتعدّ مواقع التواصل الاجتماعي روتيناً أساسياً في الاستخدام بالنسبة للأفراد. ويساعدنا نموذج الأزمات بوساطة اجتماعية في معرفة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات المختلفة، من خلال تتبع المشاعر المختلفة للجماهير التي تقوم بتداول المعلومات المختلفة عبر تلك المواقع، بالإضافة إلى استخدام وسائل الإعلام.

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل مهمة للاتصال مع الجماهير المختلفة، ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي تُعد من أكبر القنوات وأوسعها وأسرعها في إيصال المعلومات وفي التواصل في إدارة الأزمات. إن الاتصالات الخاصة بالأزمات تؤدي إلى زيادة قدرة المنظمة على مواجهة الأزمة، وتقليل أثر الأزمة السلبي. وقد عملت العلاقات العامة على بث المعلومات التي تهم الجماهير عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنها تستطيع بث فيديوهات أو نشر مواد تخص المنظمة عبر تلك المواقع (هتيمي ، 2017).

مما يميز مواقع التواصل الاجتماعي أنه يمكن لأي شخص أن يقوم بنشر محتويات متنوعة (غنائية، ثقافية، رياضية)، وتتيح للأخريين التفاعل مع تلك المحتويات عن طريق مشاركتها أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، أو حتى الاستياء منها. ويمكن لمن قام بالنشر معرفة هذه التفاعلات على المحتويات التي قام بنشرها. إن المحتويات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي هي تلقائية وغير رسمية، وليس هناك تخطيطات مسبقة أو حتى قيود على النشر. ومن أهم مزايا مواقع التواصل الاجتماعي: التكاليف القليلة مقابل إمكانيات الوصول والمشاركة، والتي تجعلها خياراً مجانياً للجميع. كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سهل وبسيط، ولا يتطلب من المستخدم مهارات خاصة، حيث يستطيع الشخص التواصل عبر الوسائل المختلفة بكل الأوقات وبأقل التكاليف عن طريق إرسال الرسائل والرد عليها. وتدعم مواقع التواصل الاجتماعي التجمعات والانتماءات المتنوعة، سواء كانت دينية أم سياسية أم غيرها. ويمكننا الوصول لها عن طريق الأجهزة المحمولة بدون الحاجة إلى وجود الحواسيب أو وسيط في التفاعل مع طبقة رجال الدين أو طلبة العلم أو غيره من الطبقات المختلفة في المجتمع (هتيمي ، 2017).

نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية

إن نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية (SMCC) يعتمد على كيفية التواصل أثناء الأزمات، حيث يصف العلاقة بين المنظمات والجمهور من جهة، وبين مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى وسائل الإعلام

التقليدية والاتصال الشفهي من جهة أخرى، سواء قبل وقوع الأزمات المختلفة، أو أثنائها أو بعدها. وتعتمد إيصال المعلومات أثناء الأزمات على ثلاثة مفاتيح أساسية، هي: وسائل الإعلام المؤثرة، والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع التواصل الاجتماعي غير النشطة (Nazri, Hamzeh, & Rezal, 2020).

لقد كانت مواقع الويب هي نقطة البداية لهذا النموذج في التأثير على كيفة التواصل. فبسبب التغيرات السريعة، وظهور نطاق واسع في التواصل الاجتماعي، ظهر نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية. ويشمل هذا النموذج أنواعاً مختلفة من الجمهور، حيث يوجد الجمهور المؤثر، والجمهور المتابع لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الجمهور الخامل (غير النشط) عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الطريقة التي يتم تداول المعلومات من خلالها. أي: ما التطبيقات التي تستخدم في نقل المعلومات؟ ومن يقوم بطرح المعلومات الخاصة بالأزمة؟ هل هو المنظمة، أم هناك مصدر آخر؟ كما أن هناك خمس اعتبارات رئيسة تؤثر على كيفة استجابة المنظمة للأزمة، وهي: أصل الأزمة، ونوع الأزمة، بالإضافة إلى البنية التحتية، ومحتوى الرسالة وشكلها (Jin & Austin, 2017).

إن عمليات الاتصال التي تتم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات المختلفة يتيح المجال للتعامل مع الأزمات، وخاصة في البداية، لأنه يعتمد على عواطف الجماهير ويسمح بالتواصل معهم بشكل مباشر. إن الاحتياجات المعلوماتية والعاطفية هي السبب الكامن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات (Jin & Austin, 2017).

يعتمد نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية على خمسة عوامل تؤثر على اتصال المؤسسة خلال الأزمة وهي: تاريخ الأزمة، نوع الأزمة، البنية التحتية، شكل الرسائل، استراتيجية الرسائل (Hamzah & Ahmad, 2020).

إن استجابات المدراء إلى الأزمات متغيرة، تبعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء تلك الأزمات. وهناك افتراضات لنموذج الاتصال بوساطة اجتماعية حول استخدامات الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، مثل: درجة الصلة بالقضية، السعي للحصول على المعلومات للمشاركة فيها، الحصول على الدعم (قاسم، 2023).

يعتمد نجاح استراتيجية الاستجابة للأزمة على شكل المعلومات المختصة بالأزمة ومصدرها، والتي تركز على ثلاثة عناصر أساسية، هي: دوافع الجمهور، استراتيجيات المؤسسة للاستجابة للأزمة، التفاعل بين شكل معلومات الأزمة ومصدرها (قاسم، 2023).

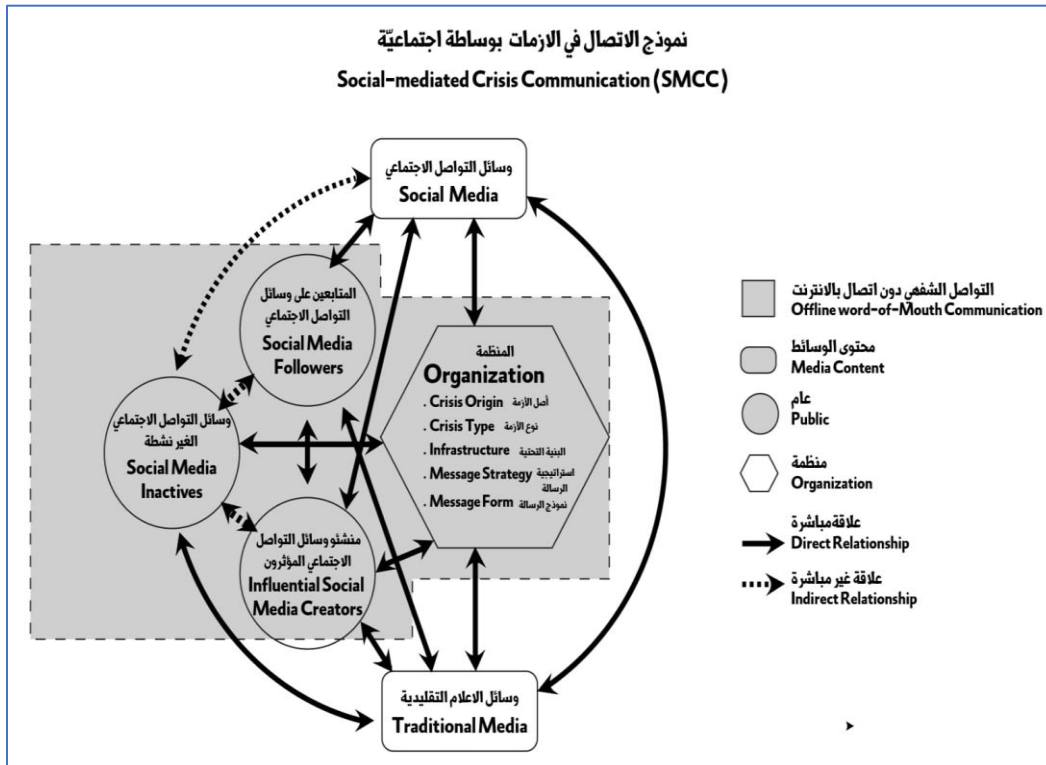
يتكون نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية (SMCC) من خطوتين: تهتم الأولى بشرح كيفية تدفق المعلومات في وقت الأزمات بين مختلف الجهات الفاعلة قبل الأزمة وأثنائها وبعدها عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي والتواصل الشفهي أيضاً، من خلال رسم خريطة شاملة لفهم كيفية إنشاء المنظمات للمعنى المحيط بالأزمة. أما الثانية، فإن النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) تساعد المنظمات على التواصل مع الأشخاص الأكثر فعالية (Jin & Austin, 2017).

تطورت منصات التعلم، وأصبحت تستخدم التعلم الإلكتروني في أوقات الأزمات، مما فرّض على الطلبة والمعلمين أن يكونوا أكثر قدرة على التكيف مع أنظمة التعليم الإلكتروني، كما حدّث في جائحة كورونا التي اجتاحت العالم بأسره. وسنأخذ على سبيل المثال أندونيسيا التي عملت على نشر فكرة التعليم الإلكتروني، لمنع انتشار الفيروس الذي أدى إلى إغلاق العديد من المرافق العامة، ومنها المرافق التعليمية في العالم أجمع. وقد كانت تلك الفترة أكبر تحوّل نموذجي في العالم حيث تحولت أنظمة التعليم إلى إلكترونية (التعليم عن بُعد) باستخدام تقنيات التدريس الإلكترونية عبر الإنترنت. وقد كان التدريس الوجيه هو الشائع قبل تلك الجائحة في العالم أجمع، إلا أن الأزمة حفّزت على الابتكار في التعليم الإلكتروني (Anggadwita, Indarti, & Ratten, 2024).

إن استخدام تقنيات التعليم الإلكتروني أصبح منتشرًا في الجامعات في ظل حدوث أزمات، وخاصة أزمات في التنقل، وهو ما حدث في فترة الحرب على غزة، حيث قامت جامعة النجاح الوطنية بالتحول في آلية التعليم، حيث استخدمت آلية التعليم الإلكتروني. وهذا يعني أنه يمكن للطلاب الاستماع إلى المحاضرات وإكمال المهام في فترات زمنية مختلفة بناءً على قدراتهم. تتيح المحاضرات والبودكاست المسجلة إمكانية التفاعل بطريقة لفظية وغير لفظية من خلال نشر التعليقات. وهذا يعني قدرًا أكبر من الشمولية في كيفية تعلم الطلاب والسماح بمزيد من الشمولية من حيث ممارسات التعلم والتعليم. إن لزيادة استخدام التكنولوجيا الرقمية والابتكارات ذات الصلة تأثير إيجابي من حيث تعلم الطلاب ومشاركتهم. وتحدد هذه الدراسة المحددات الرئيسية لسلوك الاستعداد، وتعني القدرة على التكيف والمشاركة ومبادرة الابتكار في الممارسة التعليمية، والتي تعتبر مفيدة كإطار لإدارة التعليم في التعامل مع التغيرات المختلفة.

شكل 2

نموذج الاتصال في الأزمات بواسطة اجتماعية



المصدر : Austin, Brooke, & Yan, 2012

يوضح الشكل (2) نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية، يشرح هذا النموذج التفاعل القائم بين وسائل الاعلام القديمة، ومواقع التواصل الاجتماعي عن طريق المتابعين والأشخاص المتفاعلين، يهتم هذا النموذج بتوضيح العلاقة بين المؤسسة والجمهور عن طريق وسائل الاتصال المتعددة.

توضح الأسهم الظاهرة في الشكل رقم (2) كيفية انسياب المعلومات بين الأقسام الرئيسية في نموذج الوساطة الاجتماعية. تشير الأسهم المتصلة إلى العلاقة المباشرة بين جزئين، مثل السهم بين مواقع التواصل الاجتماعي ومنظمة أصل الأزمة، يوضح الرسائل التي تنتقل من المؤسسة إلى الجمهور بشكل مباشر عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، أما تلك الأسهم غير المستمرة "المنقطعة" فتشير إلى العلاقة غير المباشرة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي يبين لنا كيفية تأثير وسائل الاعلام القديمة بشكل غير صريح على الجماهير عن طريق المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير الأسهم في كلا الاتجاهين الى المعلومات المتبادلة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتابعين لها وتشير الى التفاعل المستمر بين ما يرد عليها من معلومات والتفاعل من قبل الجماهير (Austin & Yan, 2016).

على سبيل المثال، خلال أزمة التعليم التي حدثت في الحرب على غزة (2023-2024)، قامت دائرة العلاقات العامة بنشر معلومات تتعلق بالأزمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ووسائل الاعلام العادية، في جامعة النجاح حيث يقوم الطلبة بالتفاعل على هذه المواقع بشكل مباشر، وهم يمثلون الجمهور الأساسي، ثم يتم النقاش بهذه المعلومات بشكل شفوي فيما بينهم. وهذا يخلق تواصلاً بين الطلبة غير الفاعلين والطلبة الفاعلين. في الجهة المقابلة تتفاعل الوسائل الكلاسيكية مع نفس جمهور الطلبة بطرق مختلفة، ربما تكون المقابلات، وتكون ذات علاقة مباشرة بالجامعة، وهنا يكون انسياب المعلومات بشكل يعكس كيفية تجاوز المنظمة مع الأزمة مما يؤثر على تداول المعلومات والتفاعل بين الجماهير المختلفة.

إن التناغم بين نظرية النظرية الموقفيّة للاتصال بالأزمات (SCCT) ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة (SMCC) يعطي الباحثة طريقة جديدة لفهم الأزمة، لأن نظريّة النظرية الموقفيّة للاتصال بالأزمات (SCCT) توضح كيف تفاعل الجمهور مع أزمة التعليم أثناء الحرب على غزة، وما الاستراتيجيات التي تبنتها دائرة العلاقات العامّة في تلك الأزمة، بينما أظهر نموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة (SMCC) أسباب استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات التي تعلق في أزمة العمليّة التعليميّة.

الدراسات السابقة

دراسة سرحان وحرز الله (2021)، بعنوان دور العلاقات العامّة في التواصل خلال الأزمات: جامعة بيرزيت نموذجا. هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامّة في جامعة بيرزيت في التواصل خلال الأزمات، بالإضافة إلى معرفة الاستراتيجيات الاتصاليّة المستخدمة خلال الأزمات، وتأثير قرارات الإدارة العليا على هذه الاستراتيجيات. فتناولت أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت والتي استمرت ما يقارب (4) أسابيع، ابتداءً من (16/12/2019) وحتى (9/1/2020)). استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وأداتي المقابلة المعمقة والاستبيان. ووصلت الدراسة إلى أن دائرة العلاقات العامّة تقوم بجهود اتصاليّة جيدة، وبدور فعال في التواصل خلال الأزمات، وتوظيفها لنظرية التواصل خلال الأزمات الموقفيّة بشكل جزئي خلال أزمة الأقساط الدراسية، وعدم قدرتها على توظيف الإستراتيجيات الاتصاليّة. وأظهرت النتائج التأثير الواضح والمباشر للإستراتيجيات الاتصاليّة المستخدمة من دائرة العلاقات العامّة خلال الأزمة بقرارات الإدارة العليا.

دراسة طلال (2021) بعنوان: دور العلاقات العامّة في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية على شركة أرامكو السعودية (2020). هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الاستراتيجية الخاصّة بشركة أرامكو والخاصّة بإدارة الأزمة التي نتجت عن الهجوم الإرهابي في سبتمبر (2019)، عن طريق تحليل الاتصال الظرفي

والنموذج الموقفي للأزمة، فقامت بتحليل المحتوى الخاص بالمنصات الخاصة بالشركة والتي تتضمن (الموقع الإلكتروني الخاص بها، يوتيوب، انستغرام، تويتر) كمرحلة أولى، ثم قامت بتحليل المحتوى الخاص بالصحف الأجنبية من الفترة (14) سبتمبر الى (30) ديسمبر من العام (2019).

توصلت النتائج الى ان شركة أرامكو اعتمدت على (4) محاور رئيسية في استخدام الاستراتيجية الاتصالية: وهي (المسؤولية الاجتماعية، الجودة، الكفاءة، إضافة الى تعزيز القسمة السوقية أثناء الأزمة) وهذا أدى الى ارتفاع نسبة التركيز على الكفاءة والجودة الى (44%) حيث قامت الشركة باستخدام (11) استراتيجية تتماشى مع الاستراتيجية الظرفية، إضافة الى استخدام (3) استراتيجيات جديدة، فيما يتعلق بالصحف فقد أظهرت النتائج ان صحيفة "ديلي ميل" البريطانية اخذت الأزمة بشكل إيجابي بنسبة (3.34%) اما فيما يتعلق ب "فوربس" الامريكية والتي كانت اكثر اهتماماً بالأزمة بناحية سلبية بنسبة (26.9%)، توصلت الدراسة الى ان النتائج ان (60%) من الصحف اهتمت بربط الأزمة بسجل حقوق الانسان، إضافة الى التركيز على الوفود الدولية للمقرات الخاصة بالشركة.

دراسة بن مزارى (2020) بعنوان: فعالية الاتصال في إدارة الأزمات في المؤسسات: المنطلقات والأسس. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية فعالية اتصال الأزمات ووظيفتها في المنظمة، والأسس الخاصة بها والقواعد. كما لفتت الانتباه إلى المراحل الخاصة بالتخطيط الاتصالي خلال الأزمات، حيث توصلت الدراسة إلى نتائج تفيد أن اتصال الأزمات هو من أهم العناصر في إدارة الأزمة، وهي مكتملة للأهداف الخاصة بالمنظمة ورؤيتها، ومن أهم أهدافها الخروج من الأزمة بخسائر قليلة، والمحافظة على صورة المنظمة في مراحل الأزمات، وهي القبلية، وأثناء، والبعديّة. ومما يجدر بالذكر أن الاتصالات الخاصة بالأزمة هي اتصالات لها تخطيط بني على أسس وإجراءات وقائية لعمل التحضير اللازم لإدارة الأزمة في المنظمة، وهي عنصر دعم من غير الممكن إن نستغني عنه في التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات في المنظمة.

دراسة ابو سريع، (2017)، بعنوان: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ما هو التوجه البحثي في إدارة الأزمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى ما هي المناهج الفكرية المتبعة في هذا الموضوع ومعرفة ما أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، حيث تم عمل عينة على الأبحاث المتعلقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات في الفترة الزمنية (2010-2017)، وعددها (56) دراسة واعتمدت العينة العمدية في أسلوب الدراسة، وتناولت عدّة قضايا أظهرت نتائج دراسات التغييرات التي نشأت في مواقع التواصل الاجتماعي أن مواقع التواصل الاجتماعي أظهرت التغييرات العديدة في اتصال المنظمة، وتخص بالذكر اتصالات أثناء الأزمات. أما فيما يتعلق بوسائل الاتصالات التقليدية والحديثة، فقد أظهرت هذه الجزئية أن وسائل الإعلام الإلكترونية توفر إمكانية الحصول على المعلومات بسهولة، خاصة فيما يتعلق بالأزمات وأظهرت فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على سمعة المنظمة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. أما فيما يتعلق بجزئية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، فقد أكدت النتائج على ضرورة تنوع مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة وأهمية تقديم المعلومات الدقيقة والصحيحة في الأزمات للجماهير. كما تناولت الدراسة أيضا ردود أفعال الجماهير في الأزمات، وأشارت النتائج إلى أن الأفراد يلجأون إلى المشاركة في المواقع الإلكترونية رغبة منهم في الانضمام إلى مجموعات مشابهة، والحصول على التأييد في الرأي العام. وتناولت الدراسة أيضاً التحديات التي تواجه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وأظهرت النتائج أن هناك منظمات لم تستطع الاستفادة من التعليقات السلبية وتوجيهها لحل المشكلات مع الجمهور، وتوصلت كذلك إلى ضرورة اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من عمليات صنع القرار.

الدراسات الأجنبية

دراسة Basha (2023) بعنوان: فعالية نظرية التواصل في الأزمات الظرفية في تقييم الاعتذارات السياسية الشخصية: منهج دراسة الحالة. إن الهدف من هذه الدراسة هو دراسة فائدة النظرية الموقفية لاتصال الأزمات، كإطار لفحص الاعتذارات السياسية الشخصية، نوع من الاعتذار مع تمثيل قليل في مجال أبحاث اتصالات الأزمات، وذلك من خلال نهج دراسة الحالة. تم ترميز وتحليل (42) مقالة إخبارية تغطي اعتذاراً من أحد السياسيين، تتناول اتهامات القيادة تحت تأثير الكحول، من خلال المبادئ التوجيهية التي اقترحتها إطار النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT). أظهرت النتائج أن هناك بعض الفائدة في النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) بشأن الاعتذارات السياسية الشخصية. أشارت نتائج هذه الدراسة إلى إمكانية تطبيق النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) على فهم الاعتذارات السياسية بما في ذلك الإطار والاستراتيجيات نفسها وإشارات النتائج إلى أن هناك إمكانية في التوسع في الإطار لاستيعاب الاعتذارات السياسية بشكل أفضل على وجه التحديد.

دراسة Rongting & Ma (2023) بعنوان: الاستدلالات المبررة للوساطة وإمكانية تأثير العتبة: التحقق من التأثيرات الوسيطة للغضب في نظرية التواصل في الأزمات الظرفية. هدفت هذه الدراسة إلى الاستدلال من مدى صحة ما إذا كان الغضب يتوسط في التأثيرات السببية لأنواع الأزمات المختلفة على استجابات الجمهور في نظرية اتصالات الأزمات الظرفية، بما في ذلك السمعة، ونية الكلام الشفهي السلبي، ونية الشراء في الصين. تم إجراء تجربتين على أساس تصميم السلسلة السببية التجريبية. توصلت النتائج في الدراسة الأولى إلى أن العلاقات السببية بين ثلاثة أنواع من الأزمات واستجابات الجمهور العاطفية وغيرها في الصين تتفق مع النتائج في السياقات الغربية. أما في الدراسة الثانية، كشفت نتائج التجربة (2) (الغضب: منخفض، مرتفع) \times (3) (أنواع الأزمات: أزمة الضحية، الأزمة العرضية، الأزمة التي يمكن الوقاية منها) عن تأثيرات وسيطة مهمة للغضب على استجابات الجمهور في ظروف الضحية والأزمات العرضية ولكن ليس للأزمات التي يمكن الوقاية منها. وأشارت هذه النتيجة الجديدة إلى إمكانية

وجود تأثير للغضب في عملية الوساطة. على وجه التحديد، إن الغضب له تأثير وسيط على استجابات الجمهور عندما يكون أقل من عتبة الغضب العالّية. ومع ذلك، قد لا يكون الغضب هو الوسيط عندما يتجاوز هذه العتبة. تتحدى هذه النتيجة تجريبياً الافتراض الشائع بأن العواطف لها علاقة خطية مع استجابات الجمهور، وبالتالي تقدم وسيلة بحث جديدة وفهماً أعمق لكيفية عمل العواطف في الأزمات المختلفة. ولذلك، يعد هذا البحث بمثابة بحث رائد، ويدعو إلى دراسات مستقبلية للتحقق من صحة النظريات الأخرى المتعلقة بالوساطة للحصول على رؤى مثمرة.

دراسة (Kong & Chen, 2022) بعنوان: كيف يتعامل ممارسو نموذج الاتصال بوساطة اجتماعية (SMCC) العلاقات العامة الصينيون مع الأزمات التي تتم بوساطة اجتماعية. إن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو تبيان كيفية تعامل ممارسي العلاقات العامة الصينيين مع الأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تفاعل الثقافة مع الاستجابة للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فقد تم إجراء مقابلة متعمقة لجمع بيانات من (23) من ممارسي العلاقات العامة الصينيين الذين لديهم خبرة في التعامل مع الأزمات والقضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة الصينيين يستخدمون منصات مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة لتلبية احتياجات الجمهور وتفضيلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أيضاً أهمية مطابقة منصة المعلومات ومصادر المعلومات في الاستجابة للأزمات الاجتماعية. علاوة على ذلك، كشفت كيف أدار تفرد الثقافة الصينية منصات المعلومات ومصادر المعلومات، مثل استراتيجيات حفظ ماء الوجه، والتعاون مع قادة الرأي والمؤثرين لتشكيل آراء الجمهور، وعدم استخدام أي رد، والاعتذار، والسخرية الذاتية، والتأكيد على ذلك.

دراسة Hermiyetti & Ari (2020) بعنوان: نموذج لإدارة اتصالات الأزمات من منظور نظرية اتصالات الأزمات الظرفية في وزارة النقل. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ما هي المعوقات الهيكلية

الخاصة باتصالات الأزمات من خلال النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) واستخدمت هذه الدراسة كإطار لفهم الإدارة بشكل عام في الاستجابة لحالة الأزمات. وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج النوعي مع مناهج دراسة الحالة، أظهرت نتائج هذا الدراسة أن المنظمة في مرحلة ما قبل الأزمة كانت تعمل كوسيلة إعلامية للتفاعل في مراقبة الأزمات المحتملة في مراحل الاستجابة للأزمة وما بعد الأزمة، يجب التنويه إلى أن الاستجابة السريعة للكوارث ضرورية لأنها تشمل مختلف أصحاب المصلحة في الكارثة. ومع ذلك يصعب تنفيذ هذه الاستجابة السريعة للأزمات في بعض المؤسسات، بسبب القيود الهيكلية والتسلسل الهرمي التنظيمي. هذه القيود أدت إلى إنشاء فريق اتصالات الأزمات المخصص (TKK) ويهدف هذا الفريق إلى العمل في المنظمة لإخراجها من كونها خاضعة لهيكل هرمي صارم إلى كونها مؤسسة أكثر مرونة واستجابة في الاستجابة للأزمات. قدم هذا البحث مساهمات الإدارة اتصالات الأزمات بشكل أكثر ديناميكية.

دراسة Barkley (2020) بعنوان: هل مقياس واحد يناسب الجميع؟ قابلية تطبيق نظرية اتصالات الأزمات الطرفية في السياق الياباني. إن الهدف من هذه الدراسة هو معرفة مدى ملائمة نظرية التواصل أثناء الأزمات الطرفية النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT) للسياق الياباني، إن وجود اختلافات ثقافية كبيرة بين اليابان والولايات المتحدة يشير إلى احتمال محدودية إمكانية تطبيق النظرية الطرفية للأزمات من حيث إسناد المسؤولية وتقديم الحساب، والتي تشكل أساس في السياق الياباني تم قياس تأثير نظرية التواصل أثناء الأزمات الطرفية.

في هذه الدراسة، بالاعتماد على نوع الأزمة والاستجابة لها على سمعة الشركة لـ (470) مشاركًا يابانيًا شاركوا في (4) (نوع الأزمة: الأفعال الخاطئة والحوادث والتلاعب والعنف في مكان العمل) X (3) (الاستجابة للأزمات: الاستجابة الموصي بها من قبل النظرية الموقفية للاستجابة للأزمات، ثقافيًا الاستجابة المعدلة، أو عدم الاستجابة) التصميم التجريبي بين المواضيع. كشفت النتائج أن النظرية

الموقفية للاستجابة للأزمات لا تنطبق إلا جزئياً على السياق الياباني. فشلت مسؤولية الأزمات كما تم تفعيلها من قبل النظرية الموقفية للاستجابة للأزمات في التقاط الجانب الأقل تركيزاً على السببية في أحكام المسؤولية اليابانية. وناقشت الآثار المترتبة على النتائج للنظرية الموقفية للاستجابة للأزمات.

دراسة Kim (2019) بعنوان: العمليات الأساسية للنظرية الموقفية للاتصال بالأزمات (SCCT): في التوسط في أدوار الوقاية واللوم والثقة. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن النظرية الموقفية لاتصال الأزمات على وجه التحديد حيث تناولت إمكانية الوقاية واللوم والثقة كوسطاء محتملين لنوع الأزمة والسمعة التنظيمية بعد الأزمة. لقد تم إجراء دراسة تجريبية بين المواضيع بالاعتماد على "نوع الأزمة: الضحية مقابل الأزمة العرضية، ومقابل الأزمة المقصودة والتي يمكن الوقاية منها" لقد تم اخذ عينة من (329) طالباً جامعياً. وكشفت النتائج أن نوع الأزمة لم يكن له آثار مباشرة على السمعة في المنظمة، ولكنه أثر على إمكانية الوقاية منها، أظهرت النتائج أيضاً أن نوع الأزمة يؤثر بشكل غير مباشر على السمعة بطريقتين متميزتين والتي بينت مدى إمكانية الوقاية من الأزمات، وبالتالي ما إذا كانت المنظمة هي المسؤولة عن تلك الأزمة، و (2) مدى مصداقية المنظمة. لقد كشفت النتائج أيضاً أن نوع الأزمة لم يكن له تأثير مباشر على السمعة بعد الأزمة، ولكن كان له تأثيرات على إمكانية الوقاية واللوم والثقة.

دراسة Jeong (2009) بعنوان: استجابات الجمهور لحادث انسكاب نفطي: اختبار لنظرية الإسناد ونظرية اتصالات الأزمات الظرفية. إن الهدف من هذه الدراسة هو شرح استجابات الجمهور لشركة تسببت في حادث تسرب نفطي. تماشياً مع النظرية الموقفية للأزمات، لقد قدم الأشخاص إسناداً داخلياً أعلى وإسناداً خارجياً أقل حول حادث التسرب النفطي عندما تم تقديم معلومات مميزة منخفضة، مقارنةً بالوقت الذي تم فيه تقديم معلومات مميزة عالية أو عدم تقديم معلومات. أدت الإسنادات الداخلية الأعلى والنسب الخارجية المنخفضة بدورها إلى آراء عقابية أكبر وسلوك عقابي، بناء على ثلاثة شروط للتجربة وهي

معلومات مميزة عالية (أي حول تاريخ المسؤولية الاجتماعية)، (2) معلومات مميزة منخفضة (أي حول تاريخ الإدارة غير الأخلاقية)، و(3) لا يوجد شرط للتحكم في المعلومات.

وكانت نتائج هذه الدراسة أن معلومات التمييز يمكن أن تؤثر على السمات المتعلقة بحادث سببته شركة ما، وبالتالي الآراء العقابية والسلوك تجاه الشركة. أدت معلومات التمييز المنخفض (تاريخ العلاقة السلبية) إلى إسناد داخلي أكبر وإسناد خارجي أقل. يشير هذا إلى أن تاريخ العلاقة السلبية يمكن أن يؤدي إلى ضرر إضافي للسمعة. اقترح نموذج فعل الإسناد الخاص بـ النظرية الموقفية لاتصال الأزمات بأن الناس أكثر عرضة لمعاقبة الفاعل الذي تسبب في مشكلة عندما يقوم الناس بإسناد داخلي أعلى (على سبيل المثال، إلقاء اللوم على الفاعل) وإسناد خارجي أقل (على سبيل المثال، إلقاء اللوم على الموقف). وذلك لأنه يُنظر إلى الفاعل على أنه أكثر مسؤولية عن المشكلة عند إسنادها إلى الداخل، في حين يُنظر إلى الفاعل على أنه أقل مسؤولية عن المشكلة عند إسنادها إلى الخارج.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أن هذا البحث يتفق مع بعض الدراسات السابقة التي تحدثت عن الدور الفاعل الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في الدور الفعّال عند توظيف استراتيجيات النظرية الموقفية واتصال الأزمات في الأزمة، حيث اتفقت مع دراسة حرز الله وسرحان (2021) في استعراض أزمة الأقساط التي مرت بها جامعة بيرزيت، حيث أنها تناولت أزمة مشابهة للأزمة التي نقوم بالبحث عنها حالياً. بالإضافة إلى أن هذه الدراسة اتفقت مع جميع الدراسات في التركيز على دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمة الموقفية مع الجمهور.

واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأن هذه الدراسة ستعمل على استخدام المنهج الكيفي والوصفي في التحليل من خلال إجراء مقابلات معمقة وعمل استبيان، كما سنتطرق إلى تخصيص جامعة

النجاح الوطنيّة على وجه التحديد، في حين كانت استخدامات الدراسات السابقة متنوعة، وأيضاً لم يتم استخدام المنهج الكيفي والوصفي.

إن للدراسات السابقة دور فاعل في التصميم والتطوير لهذه الدراسة. فمن خلال تلك الدراسات استطاعت الباحثة بناء أداة الدراسة. كذلك تمت الاستفادة من الدراسات في بناء الإطار النظري.

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة

مقدمة: يتضمن هذا الفصل كل من منهج الدراسة ومجتمعها وعينتها، وكيفية بناء أداة الدراسة والتحقق من صدقها وثباتها، كما ويتضمن إجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية التي استخدمت في استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

أولاً: منهج الدراسة

المنهجية هي الطريق المؤدي إلى كشف الحقائق والبحث عنها، وتتحقق هذه الأمور بواسطة مجموعة من القواعد، حيث أن لكل بحث منهجية يسير عليها، وهي طريقة موضوعية لدراسة ظاهرة من الظواهر وتحديد أبعادها وأسبابها وكيفية علاجها (المشهداني، 2018).

ويعرف المنهج الوصفي بأنه منهج يعتمد على دراسة ظاهرة معينة كما هو حالها في الواقع. ويقوم المنهج الوصفي بوصفها وصفاً دقيقاً، ويُعبّر عنها كمياً وكيفياً، حيث أنه بالتعبير الكيفي يوضح خصائص ظاهرة ما ويصفها، ويعبر كمياً بإعطائها أرقاماً ويربطها بالظواهر الأخرى. إن المنهج الوصفي يقوم على وصف حقائق لموقف ما وتوضيح جوانب الموقف وتفسيرها عن طريق تبيان الحقائق. فيقوم بجمع المعلومات ويعبر عنها بدقة (المشهداني، 2018).

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الذي يهتم بجمع المعلومات وتلخيصها وتصنيفها، والحقائق المدروسة المرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم، أو عدد من الأشياء، أو سلسلة من الأحداث، أو منظومة فكرية، أو أي نوع آخر من الظواهر، أو القضايا، أو المشكلات التي يرغب الباحث في دراستها، لغرض تحليلها، وتفسيرها، وتقييم طبيعتها للتنبؤ بها وضبطها، أو التحكم فيها، وقد استخدم هذا المنهج نظراً لملائمته لأغراض الدراسة وتحقيق أهدافها (عودة و ملكاوي، 1992).

ثانياً: مجتمع الدراسة

مجموع الوحدات التي تهم البحث. يتكون مجتمع الدراسة مكان معين أو منطقة، أو مجموعة محددة من أشخاص في مكان ما، ومن الممكن أن يكون سلعة أو غير ذلك، إذ أن هذا المجتمع عبارة عن وحدات محددة نحتاجها لدراسة معينة وتسمى مجتمع الهدف. ولذلك لا بد من تحديد الحدود السكانية أو الجغرافية أو الإدارية كي نتمكن من تحديد نوع العينة للدراسة. إن الاختيار الصحيح للمجتمع يقودنا إلى الوصول لنتائج يمكننا الاعتماد عليها (النعيمي، البياتي، و خليفة، 2015) لذلك، فإن مجتمع الدراسة الذي سيتم الاعتماد عليه في هذا البحث هو طلبة جامعة النجاح الوطنية، بالإضافة إلى موظفي قسم العلاقات العامة في الجامعة.

تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة النجاح الوطنية والبالغ عددهم (23479) طالباً وطالبة حسب إحصائية دائرة التسجيل في جامعة النجاح الوطنية للعام 2024، هذا بالإضافة إلى موظفي قسم العلاقات العامة في الجامعة.

ثالثاً: عينة الدراسة

تم استخدام مزيج من العينة التطوعية وكرة الثلج والعينة الحصصية¹ لأداة الاستبانة، حيث يتم توزيع استبانة إلكترونية على عينة من طلبة الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمن يرغب بالإجابة، ويتم ذلك من خلال عدد من الطلبة في الكليات المختلفة لتوزيعها على زملائهم الراغبين في الإجابة على أسئلة الازمات الاستبانة. وتشمل العينة الطلبة المسجلين في الفصل الدراسي الثاني (2024) في جامعة النجاح الوطنية. أما العينة المتعلقة بالمقابلة المعمقة العينة الهادفة (القصدية)، فتشمل عدداً من المسؤولين في

¹ تم توزيع الاستبانة الكترونياً على طلبة الجامعة بأسلوب العينة المتاحة. وتم عمل نسخة ورقية من الاستبانة وتوزيعها على الطلبة يدوياً في الجامعة، والطلب من طلبة الجامعة تعبئة الاستبانة بأسلوب العينة التطوعية (أي يقوم بتعبئتها فقط من لديه اهتمام بهذا الموضوع ورغبة في تعبئتها). كما تم التواصل مع بعض الطلبة لتوزيع الاستبانة على من يعرفونهم زملائهم في كلياتهم (عينة كرة الثلج). كما تم مراعاة توزيع الاستبانة بأسلوب العينة الحصصية، حيث اشتمل التوزيع على: جميع كليات الجامعة، الذكور والإناث من الطلبة، جميع السنوات الدراسية، وكذلك مرحلة الدراسة (البكالوريوس والدراسات العليا).

دائرة العلاقات العامة في الجامعة، إضافة الى مسؤول مجلس الطلبة وعدد من ممثلي الكتل حيث كان رئيس المجلس من ينوب عن الجميع في إجابة المقابلة.

تكونت عينة الدراسة من (378) طالباً وطالبة من طلبة جامعة النجاح الوطنية، واختير حجم عينة الدراسة باستخدام معادلة (روبيرت ماسون)، وفقاً للأساليب والخطوات الإحصائية في تحديد حجم العينة والتي يزيد عدد مجتمعها عن (1000) مفردة، وقد استخدم برنامج (EXCEL) في احتساب عدد أفراد عينة الدراسة، استخدمت الباحثة الطريقة الميسرة في جمع عينة الدراسة، وفيما يلي وصف لعينة الدراسة حسب البيانات الأولية (الشخصية) لعينة الدراسة، علماً بأن الباحثة استردت (378) استبانة، وبنسبة (100%) من عينة الدراسة، وجميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

أولاً: البيانات الأولية الشخصية:

جدول 1

توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية%
النوع الاجتماعي	ذكر	130	%34
	أنثى	248	%66
مكان السكن	مدينة	189	%50
	قرية	141	%37
	مخيم	48	%13
التخصص	كلية علمية	172	%46
	كلية إنسانية	206	%54
المستوى العلمي	بكالوريوس سنة أولى	35	%9
	بكالوريوس سنة ثانية	55	%15
	بكالوريوس سنة ثالثة	83	%22
	بكالوريوس سنة رابعة فأكثر	103	%27
	ماجستير	89	%24
	دكتوراة	13	%3

يتبين من خلال الجدول (1) أن (66%) من عينة الدراسة من طلبة جامعة النجاح الوطنية هم من الإناث، (50%) منهم يسكنون في المدينة وهي النسبة الأعلى، (13%) منهم يسكنون في المخيم وهي أقل النسب، (54%) من التخصصات الذين يتبعون للكليات الإنسانية، (27%) من الطلبة مستواهم العلمي بكالوريوس سنة رابعة فأكثر وهي الأعلى، و(3%) من طلبة الدكتوراة.

رابعاً: طرق جمع المعلومات والبيانات متضمنة أداة أو أدوات الدراسة الأولية

اعتمدت الباحثة على أداة المقابلة المعمقة في هذا البحث بالإضافة إلى استخدام الاستبيان الإلكتروني وتوزيعه على عينة من طلبة جامعة النجاح الوطنية، مع مراعاة الضوابط والمعايير في الإعداد لأسئلة المقابلة والاستبيان، لتتناسب مع طبيعة الدراسة والأسئلة الخاصة بها. وتم عرض هذه الأسئلة على عدد من المحكمين الأكاديميين المتخصصين لتحكيمها بعد التنسيق والعرض على مشرف الرسالة وإجراء التعديلات التي يتطلبها على الباحثة القيام بها بالاتفاق مع المشرف.

المقابلة المعمقة: هي أداة لجمع المعلومات التي تكون من ضمنها القيام بمقابلة شخصية طويلة وعميقة مع أفراد بمواصفات خاصة يحددها الباحث، للإجابة على التساؤلات الخاصة بالبحث. وتختص بالبحث النوعية لأنها تحتاج إلى إجابات مفتوحة (غير مغلقة) بخلاف الاستبيان الذي تكون إجاباته مقننة، ومحددة مسبقاً. فإجراء المقابلة يساعد في تركيز أسئلة البحث (التجسي، 2018).

إن المقابلات مختلفة عن الأدوات الأخرى في البحوث، لأن الغرض منها مختلف من حيث المجال أو نوعية البحث العلمي الذي يستعين بها. وفي هذا البحث ستقوم الباحثة في استخدام المقابلة المقننة ولكن مع السماح لأسئلة أخرى بالطرح حسب الحاجة إليها.

الاستبانة: هي مجموعة من الاسئلة توضع على نموذج معين يتم توزيعها على عدد من المبحوثين بهدف الوصول إلى نتائج وآراء عن هذا البحث، بالإضافة إلى كونها مجموعة من الاسئلة المختلفة هدفها جمع بيانات من أفراد الدراسة (قنديل، 2014).

إن الأهداف التي نحصل عليها من الاستبيان في البحوث العلمية عديدة، لأن هذه الأداة من أهم أدوات البحث العلمي ويستخدم الاستبيان في الكثير من الدراسات التي تنتمي إلى مجالات علمية متنوعة.

تستخدم الباحثة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات والتي ترتبط بمشكلة البحث، فتقوم بعمل استمارة بحث استقصائية تتضمن أسئلة، وتقوم بتوجيهها للمبحوثين ومن ثم يقوم المستجيبون بالإجابة عليها وفقا لنوع الاستبانة.

إن الأهداف من الاستبيانات هي الوصول إلى الحقائق عن الأمور الآنية والتي تهدف إلى استطلاع الراي العام ومعرفة ميول الأشخاص، لذا فان جمع المعلومات والبيانات الصحيحة والتي تتلاءم مع المشكلة يؤدي إلى الوصول لنتائج ناجحة.

ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة ببناء أداة الدراسة (الاستبانة) بعد الاطلاع على الأدب التربوي، وتطوير الأداة بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية، وقد تم استخدام مقياس Likert الخماسي لفقرات الدراسة والتي وقعت في خمس مستويات هي (أوافق بشدة 5 نقاط، أوافق 4 نقاط، محايد 3 نقاط، أعارض 2 نقطة، أعارض بشدة نقطة واحدة) وتوزعت فقرات الأداة والبالغ عددها (39) فقرة على أربع مجالات كالآتي:

1. المجال الأول: تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني ويضم (11) فقرة.

2. المجال الثاني: الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها ويضم (8) فقرات.

3. المجال الثالث: أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها ويضم (11) فقرة.

4. المجال الرابع: استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفحة)، والتقليل، والإنكار) يضم (9) فقرات.

الاختبار المسبق لأداة (الاستبانة)

خضعت أداة الدراسة لعدة خطوات أثناء تطويرها ولمجموعة من الاختبارات قبل اعتمادها للدراسة منها:

الدراسة الاستطلاعية (الاستكشافية)

بعد الانتهاء من صياغة الاستبانة بصورتها الأولية تم تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (30) من طلبة جامعة النجاح الوطنية، بحيث قامت الباحثة بتوزيعها على المشتركين من مجتمع الدراسة وخارج العينة، وذلك من أجل تطوير الاستبانة وجعلها تحقق أكبر قدر من الدقة، ويهدف التعرف على مدى فهم المبحوثين لفقرات الاستبانة، والكشف عن أي مشاكل تظهر خلال إجراء الدراسة، وفحص إمكانية تطبيقها، والحصول على معلومات متعلقة بصدق الأداة وثباتها، ومن خلال العينة الاستطلاعية تم احتساب معامل ارتباط بيرسون، وقورنت بالمعيار المعتمد لقبول الفقرة (حسب ما ذكر جارسيا (Garcia, 2011) (A tutorial on correlation coefficients, information- retrieval)) أن قيمة معامل الارتباط التي تقل عن (0.30) تعتبر ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (0.30- أقل أو يساوي 0.70) تعتبر متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (0.70) تعتبر قوية، وفي حال جاءت العبارات أكبر من معامل الارتباط (0.30) تكون مقبولة إحصائياً، وتؤكد انسجامها مع مجالاتها وعلى صدق البناء. كم تم احتساب ثبات أداة الدراسة وتم مقارنتها بما جاء في فرانكل ووالن (Fraenkel, Wallen, & Hyun, 2003) والذي ذكر أن معامل

الثبات يجب أن لا يقل عن (0.70) والذي يؤكد بالحصول على نفس النتائج في حال إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى على العينة بعد فترة زمنية لا تقل عن شهر من توزيع الاستبيان للمرة الأولى.

صدق الأداة:

قامت الباحثة بفحص صدق الأداة بطريقتين:

1- صدق المحكمين (الصدق الظاهري): تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (5) من المختصين في موضوع البحث، وذلك لمعرفة آرائهم حول فقرات الأداة ومدى وضوحها وقدرتها على قياس أهداف الدراسة. كما تم تدقيق الأداة من حيث صحة العبارات اللغوية للتأكد من صحة الصياغة وملاءمتها للغرض الذي وضعت من أجله، وقد تم العمل على تعديل صياغة بعض العبارات، واتفق المحكمون ملحق (3) على (80%) مما جاء في فقرات الأداة، وبلغ عدد فقرات الاستبانة (39) فقرة.

2- صدق البناء (Construct Validity): من أجل التحقق من الصدق للاستبانة استُخدم أيضاً صدق البناء، على عينة استطلاعية مكونة من (30) من طلبة جامعة النجاح الوطنية، ومن خارج عينة الدراسة المستهدفة، واستُخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرة بالمجال الذي تنتمي إليه، وكذلك قيم معاملات ارتباط كل مجال مع الدرجة الكلية للاستبانة، كما يتضح من الجدول (2).

جدول 2

قيم معاملات ارتباط العبارات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط كل مجال مع الدرجة الكلية للاستبانة (ن=30)

المجال الأول		المجال الثاني		المجال الثالث		المجال الرابع	
رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
1	0.57**	1	0.49**	1	0.38**	1	0.57**
2	0.53**	2	0.56**	2	0.45**	2	0.63**
3	0.64**	3	0.59**	3	0.58**	3	0.66**
4	0.54**	4	0.45**	4	0.46**	4	0.61**
5	0.62**	5	0.63**	5	0.60**	5	0.69**
6	0.53**	6	0.62**	6	0.55**	6	0.65**
7	0.61**	7	0.67**	7	0.57**	7	0.70**
8	0.54**	8	0.58**	8	0.51**	8	0.57**
9	0.60**			9	0.58**	9	0.62**
10	0.63**			10	0.62**		
11	0.62**			11	0.59**		
0.87** الدرجة الكلية=		0.84** الدرجة الكلية=		0.87** الدرجة الكلية=		0.87** الدرجة الكلية=	

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (p < .01)

يتضح من الجدول (2) أن معامل الارتباط لل فقرات التابعة بتوظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) تراوح ما بين (0.38) و(0.70) وأن جميع العبارات دالة إحصائياً ومقبولة حسب ما ذكر جارسيا (Garcia, 2011)، مما يعني أن فقرات الأداة ترتبط بالمجالات والمجالات ترتبط بموضوع الدراسة، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من انسجام العبارات مع مجالاتها وكذلك المجالات مع موضوع الدراسة وكذلك الصدق الداخلي للاستبانة.

ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الأداة إمكانية الحصول على نفس النتائج في حال تم استخدام نفس الأداة مرة ثانية وللتحقق من ثبات أداة الدراسة، ومن أجل التأكد من ذلك تم حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا وذلك حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية لجميع العبارات كما يوضحه الجدولين (3).

جدول 3

معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب مجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) والدرجة الكلية للأداة

الرقم	المجال	عدد البنود	معامل كرونباخ	الدلالة
1	تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم	11	0.81	0.00
2	الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل	8	0.71	0.00
3	أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في	11	0.75	0.00
4	استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية	9	0.81	0.00
	الدرجة الكلية	39	0.92	0.00

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($p < .01$)

يتضح من خلال الجدول السابق أن معامل كرونباخ ألفا للدرجة الكلية للاستبانة بلغ (0.92)، كما تراوح ما بين (0.71-0.81) للمجالات وجميع هذه القيم دالة إحصائياً كما جاء في فرانكل ووالن (Fraenkel, Wallen, & Hyun, 2003) والذي ذكر أن معامل الثبات يجب أن لا يقل عن (0.70)، ويؤكد ذلك الحصول على نفس النتائج في حال إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى على العينة بعد فترة زمنية لا تقل عن شهر من توزيع الاستبيان للمرة الأولى.

تصحيح أداة الدراسة

تكونت استبانة توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) في صورتها النهائية بعد استخراج الصدق من (39) فقرة موزعة على أربع مجالات كما هو موضح في ملحق رقم (1).

وقد طُلب من المستجيب تقدير إجاباته عن طريق تدرج ليكرت (Likert) خماسي، وأعطيت الأوزان لل فقرات كما يلي: أوافق بشدة (5) درجات، أوافق (4) درجات، محايد (3) درجات، أعارض (2) درجتان، أعارض بشدة (1)، درجة واحدة.

ولغايات تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد مستوى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) لدى عينة الدراسة حولت العلامة وفق المستوى الذي يتراوح من (1-5) درجات وتصنيف المستوى إلى خمسة مستويات: منخفضة جداً، منخفضة، ومتوسطة، مرتفعة، مرتفعة جداً وذلك وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (لتدرج)}}{\text{عدد المستويات المفترضة}}$$
$$0.80 = \frac{5 - 1}{5}$$

وبناءً على ذلك، فإنّ مستويات الإجابة على فقرات الاستبانة تكون على النحو الآتي:

جدول 4

درجات احتساب مستوى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)

المستوى	طول الفترة
منخفض جداً	من 1- أقل من 1.80
منخفض	من 1.80 - أقل من 2.60
متوسط	من 2.60 - أقل من 3.40
مرتفع	من 3.40 - أقل من 4.20
مرتفع جداً	من 4.20 - 5

متغيرات الدراسة

أولاً: المتغيرات المستقلة

- 1- النوع الاجتماعي وله مستويان: (ذكر، أنثى)¹.
- 2- مكان السكن: وله ثلاثة مستويات: (مدينة، قرية، مخيم).
- 3- التخصص: وله مستويان: (كلية علمية، كلية إنسانية).
- 4- المستوى العلمي: وله ستة مستويات: بكالوريوس سنة أولى، بكالوريوس سنة ثانية، بكالوريوس سنة ثالثة، بكالوريوس سنة رابعة فأكثر، ماجستير، دكتوراة.

¹ حجم العينة من الإناث كان أعلى من الذكور، حيث تم اختيار العدد وفق مجموع أعداد الطلبة الذكور والإناث في جامعة النجاح الوطنية. فقد بلغ مجموع عدد الطالبات الإناث في الجامعة (15671)، فيما بلغ عدد الطلبة الذكور (7807) تبعاً لإحصائية أعداد الطلبة لسنة (2023-2024) لدى عمادة القبول والتسجيل في الجامعة.

ثانياً - المتغيرات التابعة

- المتوسطات الحسابية للاستجابة على فقرات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024).

نُفذت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. جمعت البيانات الثانوية من خلال مراجعة الدراسات السابقة والنشرات التي تتعلق بموضوع الدراسة.
2. بعد الانتهاء من مراجعة أداة الدراسة، والتأكد من صدقها، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في مجال الدراسة، قام المحكمون بتعديل مجموعة من فقرات أداة الدراسة.
3. أُعدت أداة الدراسة بالصورة النهائية بعد تعديلها بناءً على ملاحظات المحكمين.
4. صممت استبانة إلكترونية تمثل فقرات أداة الدراسة، ووزع الرابط على عينة الدراسة.
5. استردت (378) استبانة إلكترونية واعتمدت جميعاً بعد تدقيقها إلكترونياً وتبين أنها جميعها قابلة للتحليل.
6. عولج الملف المستلم إلكترونياً بحيث حول من (Excel sheet) إلى ملف (SPSS, 28)، حتى كان جاهزاً للتحليل والإجابة على أسئلة الدراسة وفحص فرضياتها.
7. نوقشت النتائج وفسرت وصولاً إلى التوصيات.

المعالجات الإحصائية

استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS, 28) الذي من خلاله استخدمت مجموعة من التحليلات الإحصائية الآتية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديمغرافية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الأداة.
- 2- استخدم اختبار (ت) (Independent Sample t-test) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية، وذلك حسب المتغير المستقل ذي المستويين مثل النوع الاجتماعي.
- 3- استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغير المستقل ذي ثلاث المستويات فأكثر، مثال ذلك المستوى العلمي.
- 4- استخدم اختبار أقل فرق دال إحصائي اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمعرفة دلالة الفروق للمتغيرات المستقلة التي تزيد مستويات متغيراتها عن متغيرين.
- 5- استخدم معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) لمعرفة دلالة العلاقة بين العبارات والدرجة الكلية للمجال التابعة له.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل عرضاً للبيانات الإحصائية الكمية التي أدخلت باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS, 28)، وجمعت عبر أداة الدراسة المتمثلة بتحليل "مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)"، وتبعاً للمتغيرات الديمغرافية: (النوع الاجتماعي، ومكان السكن، والتخصص، والمستوى العلمي). أجاب البحث عن أسئلة الدراسة وفحص الفرضيات التي انبثقت عنها، وذلك لاستخلاص نتائج الدراسة.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)؟

للإجابة عن السؤال الأول، استُخدمت المتوسطات الحسابية لكل مجال، وعلى الدرجة الكلية عند العينة.

الجدول (5)، التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجالات والدرجة الكلية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024).

جدول 5

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) حسب المجال والدرجة الكلية

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها	3.35	0.67	متوسط
2	أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها	3.30	0.65	متوسط
3	استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)	3.37	0.61	متوسط
4	الدرجة الكلية	3.33	0.73	متوسط
		3.34	0.57	متوسط

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (5) أن الدرجة الكلية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) جاءت وبتقدير متوسط، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي (3.34). أما المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجالات مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) فقد تراوحت ما بين (3.30-3.37)، وجاء مجال "أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.37) وبتقدير متوسط، كما جاء مجال "الأشكال الاتصالية التي استخدمتها

العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها" في المرتبة الأخيرة،
بمتوسط حسابي بلغ (3.30) وبتقدير متوسط.

وترى الباحثة أن هذا الجدول يشير بوضوح إلى أن رضا الطلبة لم يكن مرتفعاً، بمعنى أن الطلبة مترددون وغير راضين بدرجة كبيرة عن توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024). وشمل ذلك الأساليب الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة، وكذلك أثر المعلومات التي بثتها للتقليل من حدة الأزمة، واستخدام العلاقات العامة لمختلف الاستراتيجيات الاتصالية تجاه الأزمة. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة يرغبون باستمرار في الحصول على مكاسب أكثر في إطار العمل الطلابي النقابي للاستجابة لمطالبهم، وأنهم قد يحققون بعض مطالبهم، لكن ليس بالإمكان تحقيق كل المطالب. ولذلك، جاءت الدرجة متوسطة.

وفيما يلي نستعرض الإجابة عن أسئلة الدراسة الفرعية:

السؤال الأول: ما مدى تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني؟
وللإجابة عن السؤال كان لا بد من إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على الدرجة الكلية
ولفقرات تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، كما يوضحه
الجدول (6):

جدول 6

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكُتبية وفقرات تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0.86	3.51	1 كانت دائرة العلاقات العامة سريعة في تقديم المعلومات الواضحة وسهلة الفهم للطلبة خلال أزمة التعليم الإلكتروني.
مرتفع	0.79	3.52	2 كانت دائرة العلاقات العامة سريعة في تقديم المعلومات الصادقة للطلبة خلال الأزمة التعليمية.
متوسط	0.83	3.37	3 قامت دائرة العلاقات العامة بإعلام الطلبة حول قرارات أزمة التعليم الإلكتروني بشكل مستمر.
مرتفع	0.82	3.40	4 قامت دائرة العلاقات العامة بمعالجة أزمة التعليم بسرعة عن طريق اتخاذ التدابير الناجعة لمنع تكرار الأزمة التعليمية مستقبلاً.
متوسط	0.84	3.31	5 كانت هناك جهود واضحة في مواجهة الشائعات من قبل العلاقات العامة خلال أزمة التعليم الإلكتروني.
متوسط	0.77	3.3	6 بدأت دائرة العلاقات العامة باتخاذ قرارات واضحة للعمل على معالجة أزمة التعليم الإلكتروني.
متوسط	0.85	3.34	7 استجابت دائرة العلاقات العامة لتطورات أزمة التعليم بشكل كبير، حيث أن الحرب استمرت لفترة طويلة.
متوسط	0.87	3.07	8 نظمت دائرة العلاقات العامة ورش وجلسات تدريبية للطلبة للتعليم الإلكتروني وكيفية تحقيق أقصى استفادة في ظل تراجع التعليم وجاهياً.
متوسط	0.92	3.21	9 استخدمت دائرة العلاقات العامة أساليب جديدة من ناحية تكنولوجية وبرمجية كوجود بدائل في حالة تعطل الزوم، أو تسجيل المحاضرات في حال عدم تمكن الطالب من حضورها.
مرتفع	0.88	3.44	10 كانت دائرة العلاقات العامة على تواصل مستمر مع الطلبة عبر موقع زاجل الإلكتروني لإعلامهم بالمستجدات والخُطط قصيرة المدى حول آلية التعليم وطريقة تقديم الامتحانات.
متوسط	0.79	3.38	11 أسهمت المعلومات التي قدمتها دائرة العلاقات العامة حول التعليم الإلكتروني في زيادة وعي الطلبة بكيفية التعامل خلال الأزمات المشابهة.
متوسط	0.67	3.35	الدرجة الكُتبية

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (6) أن الدرجة الكُليّة لمدى تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني جاء وبتقدير متوسط، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.35). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (6) أن الفقرة التي تتحدث عن "سرعة دائرة العلاقات العامّة في تقديم المعلومات الصادقة للطلبة خلال الأزمة التعليميّة"، حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية، وبلغ (3.52)، والانحراف المعياري (79.0)، وبتقدير مرتفع، أما الفقرة التي تتحدث عن "تنظيم دائرة العلاقات العامّة لورش وجلسات تدريبية للطلبة للتعليم الإلكتروني وكيفية تحقيق أقصى استفادة في ظل تراجع التعليم وجاهياً"، فقد حصلت على أقل العبارات (متوسطاً حسابياً)؛ وبلغ (3.07)، وانحراف معياري (0.87)، وبتقدير متوسط.

يُلاحظ من الجدول (6) أن العبارات المتعلقة بالسرعة في تقديم المعلومات مثل (عبارة 1) (بمتوسط حسابي 3.51)، ومدى صحة المعلومات ومصداقيتها مثل (عبارة 2)، والسرعة في معالجة الأزمة مثل (عبارة 4)، وفي التواصل المستمر مع الطلبة خلال الأزمة (عبارة 10)، كانت بدرجة مرتفعة، ما يعني أن هناك رضا لدى الطلبة عن أداء العلاقات العامّة في مجال التواصل المستمر مع جمهور الطلبة. ومقابل ذلك، كان العبارات المتعلقة بزويد الطلبة بمعلومات حول القرارات المتعلقة بالأزمة (عبارة 3)، وجهودها في مواجهة الشائعات (عبارة 5)، واتخاذ قرارات واضحة لمعالجة الأزمة (عبارة 6)، واستجابتها لتطورات الأزمة (عبارة 7)، وتنظيمها لأنشطة وتدريب للطلبة في مجال التعليم الإلكتروني، كأسلوب من أساليب حل الأزمة (عبارة 8)، وتوفيرها لبدائل الكترونية لعملية التعليم في سياق حل الأزمة (عبارة 9)، وتقديم معلومات لتوعية الطلبة بكيفية التعامل مع الأزمات (عبارة 11)، كلها كانت بدرجة متوسطة. وتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى تقييم الطلبة لأداء العلاقات العامّة في الجوانب المتعلقة بجوهر المشكلة، وهو معالجة الأزمة، لم يكن مرتفعاً. وهذه النتيجة تعني أن الطلبة لديهم مستوى عالٍ من الرضا عن أداء العلاقات العامّة في مجال الاتصال والتواصل ونشر المعلومات العامّة دون الحديث عن الأزمة بشكل مباشر، إلا أن الرضا كان متوسطاً في مجال النشر حول جوهر القضية، وهي الجوانب المتعلقة بالأزمة

ومعالجتها. وربما يكون هذا الأمر منطقيًا، حيث أن الأزمات في الغالب تُحلّ في الغرف المغلقة، والحوارات الداخلية بين الإدارة والطلبة، ويتم الإفصاح عن المعلومات التي من شأنها أن تقلل من التوتر أو إثارة الخلاف بين أطراف الأزمة.

السؤال الثاني: ما اتجاهات الطلبة نحو الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني؟

وللإجابة عن السؤال كان لا بد من إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وفقرات اتجاهات الطلبة نحو الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني، كما يوضحه الجدول (7):

جدول 7

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكُليّة وفقرات اتجاهات الطلبة نحو الأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	0.84	3.18	1 تواصلت دائرة العلاقات العامّة مع الطلبة عن طريق ناطق رسمي للأدلاء بالتصريحات والبيانات الصحيحة.
مرتفع	0.73	3.68	2 استخدمت دائرة العلاقات العامّة صفحة الجامعة الرسمية لإعلام الطلبة بالتطورات والمستجدات حول الأزمة التعليميّة.
متوسط	0.85	3.29	3 استجابت دائرة العلاقات العامّة لاستفسارات الطلبة حول أزمة التعليم بشكل فعال عبر وسائل الاتصال المختلفة.
متوسط	0.76	3.24	4 كانت رسائل العلاقات العامّة تكتنفها الغموض في المعلومات المختلفة حول أزمة التعليم.
متوسط	0.86	3.35	5 استخدمت العلاقات العامّة أسلوب نشر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي.
متوسط	0.77	3.39	6 استخدمت العلاقات العامّة أساليب اتصاليّة متنوعة حيث نشرت المعلومات على وسائل الإعلام المختلفة
متوسط	0.85	3.1	7 عملت دائرة العلاقات العامّة على التعرف إلى اتجاهات الطلبة حول أزمة التعليم.
متوسط	0.86	3.21	8 قامت دائرة العلاقات العامّة بالإعلان عن الخلل أو استخدام أساليب جديدة استخدمت في التعليم الإلكتروني وقامت بإعلان ذلك عبر الصفحات الخاصّة بالجامعة
متوسط	0.65	3.30	الدرجة الكُليّة

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (7) أن الدرجة الكُنيّة لاتجاهات الطلبة نحو الأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني جاء وبتقدير متوسط، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.30). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (7) أن الفقرة التي تتحدث عن "استخدمت دائرة العلاقات العامّة صفحة الجامعة الرسمية لإعلام الطلبة بالتطورات والمستجدات حول الأزمة التعليميّة"، حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية، وبلغ (3.68)، والانحراف المعياري (73.0)، وبتقدير مرتفع، بينما حصلت الفقرة التي تتحدث عن "عملت دائرة العلاقات العامّة على التعرف إلى اتجاهات الطلبة حول أزمة التعليم"، على أقل العبارات (متوسطاً حسابياً)؛ وبلغ (3.10)، وانحراف معياري (0.85)، وبتقدير متوسط.

يُلاحظ من الجدول أن هناك عبارة واحدة تتعلق باستخدام العلاقات العامّة للصفحة الرسمية الخاصّة بالجامعة (عبارة 2)، كانت بدرجة مرتفعة. وتعني أن هناك رضا لدى الطلبة عن أداء العلاقات العامّة في مجال التواصل على الصفحة الرسمية للجامعة مع الطلبة. ومقابل ذلك، كانت العبارات المتعلقة التواصل عبر ناطق رسمي للإدلاء بالتصريحات والبيانات الصحيحة (عبارة 1)، والإجابة على استفسارات الطلبة فيما يتعلق بالتعليم الإلكتروني (عبارة 3)، وأن دائرة العلاقات العامّة كانت رسائلها واضحة ولم تكن غامضة بالنسبة للطلبة (عبارة 4)، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات (عبارة 5)، واستخدامها لأساليب اتصاليّة ووسائل إعلامية متنوعة لنشر المعلومات (عبارة 6)، ومعرفة اتجاهات الطلبة حول أزمة التعليم (عبارة 7)، وفيما يتعلق بالإعلان عن الخلل واستخدام أساليب جديدة تخص التعليم الإلكتروني (عبارة 8)، كلها كانت بدرجة متوسطة. وتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجوانب المتعلقة بالأشكال الاتصاليّة المستخدمة في معالجة الأزمة، لم يكن مرتفعاً. وهذه النتيجة تعني أن الطلبة كانوا يتلقون نشر المعلومات على الصفحة الرسمية الخاصّة بالجامعة، دون الحديث عن الأزمة لنشر المعلومات. أي ان العلاقات العامّة كانت تكتفي بإبلاغ الطلبة عبر الصفحة الرسمية للجامعة بالمعلومات العامّة، وليس في تفاصيل الأزمة. وتشير هذه النتيجة إلى أن

العلاقات العامّة تحتاج إلى توظيف أشكال اتصاليّة أخرى، لزيادة رضا الطلبة عن أداء العلاقات العامّة ومعرفة اتجاهات الطلبة، والحصول على رسائل واضحة تخص أزمة التعليم، والوصول الى الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، لفهم استفساراتهم ولزيادة معرفتهم عن الأزمة.

وهذه النتيجة لا تتعارض مع نتيجة الجدول (7) التي أشارت إلى رضا الطلبة عن تواصل العلاقات العامّة بشكل عام مع الطلبة، إلا أن النتيجة في هذا الجدول (7) أشارت إلى أن هذا التواصل كان عبر الموقع الرسمي للجامعة، وليس عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الأخرى.

السؤال الثالث: ما أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها؟

وللإجابة عن السؤال، كان لا بد من إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكليّة وفقرات أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها، كما يوضحه الجدول (8):

جدول 8

المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكُليّة وفقرات أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	
متوسط	0.87	3.33	كان أثر المعلومات المتداولة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة التعليمية سلبية.	1
متوسط	0.84	3.35	استطاعت دائرة العلاقات العامة بث روح التفاؤل لدى الطلبة من خلال توضيحها للمعلومات حول الأزمة التعليمية	2
مرتفع	0.86	3.40	كانت المعلومات الرسمية من الجامعة التي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في فهم أزمة التعليم بشكل أفضل.	3
مرتفع	0.87	3.40	كان للتعليقات السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور أثر في تقاوم الأزمة التعليمية.	4
مرتفع	0.82	3.48	ركزت دائرة العلاقات العامة اهتمامها على المحافظة على سمعة الجامعة خلال الأزمة والحرص على بقاء صورتها مشرقة لدى الجماهير المختلفة.	5
مرتفع	0.77	3.43	كان للتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي أثر في جذب عدد أكبر من الطلبة لمتابعة الاحداث حول أزمة التعليم	6
مرتفع	0.90	3.45	كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في انتشار المعلومات بسرعة كبيرة.	7
متوسط	0.84	3.34	كانت المعلومات متضاربة على مواقع التواصل الاجتماعي مما عرقل من فهمي للأحداث.	8
متوسط	0.86	3.16	كان هناك صفحات مخصصة ورسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على شكاوى ومقترحات الطلبة.	9
متوسط	0.88	3.21	عزز التواصل المستمر لدائرة العلاقات العامة مع الطلبة من زيادة الشعور بالانتماء للجامعة.	10
متوسط	0.82	3.34	قامت العلاقات العامة بفتح المجال أمام الطلبة للتعليق وتقديم الشكاوى عبر صفحات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي	11
متوسط	0.61	3.37	الدرجة الكُليّة	

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (8) أن الدرجة الكُليّة لأثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها جاء بتقدير متوسط، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.37). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (8) أن الفقرة التي تنص على: "ركزت دائرة العلاقات العامّة اهتمامها على المحافظة على سمعة الجامعة خلال الأزمة والحرص على بقاء صورتها مشرقة لدى الجماهير المختلفة"، حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية، وبلغ (3.48)، والانحراف المعياري (82.0)، وبتقدير مرتفع، بينما حصلت الفقرة التي تتحدث عن: "كان هناك صفحات مخصصة ورسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على شكاوى ومقترحات الطلبة"، على أقل العبارات (متوسطاً حسابياً)؛ وبلغ (3.16)، وانحراف معياري (0.86)، وبتقدير متوسط.

يُلاحظ من الجدول (8) أن العبارة التي تنص على أن أثر المعلومات المتداولة حول إدارة الأزمة التعليميّة كانت سلبية (عبارة 1) جاءت بدرجة متوسطة. وهذا يعني أن المبحوثين لم يؤيدوا هذه العبارة بدرجة عالية، ما يشير إلى أن أثر المعلومات لم تكن سلبية. والعبارة المتعلقة في أن ما تبثه العلاقات العامّة يؤدي إلى فهم الأزمة التعليميّة (عبارة 3)، والتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي له أثر في جذب عدد أكبر من الطلبة حول آليّة التعليم (عبارة 6)، ولمواقع التواصل الاجتماعي دور في سرعة انتشار المعلومات (عبارة 7) كانت كلها بدرجة عالية. وجاءت عبارة (4) التي تنص على اعتبار التعليقات السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي كان لها تأثير في تفاقم الأزمة التعليمية، أيضاً بدرجة عالية، وهو ما يعني أن المبحوثين يرون أن المشاركات السلبية من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي انعكس سلباً على الأزمة.

وبنفس الطريقة، نجد أن عبارة (8) التي تنص على أنه كان هناك تضارب في المعلومات المرسلة من قبل الجامعة للطلبة، مما عرقل فهم الطالب للأحداث، كانت بدرجة متوسطة، ما يعني أن الطلبة لم يؤيدوا هذه العبارات السلبية بدرجة عالية، أي أن هناك رضا، بشكل عام، لدى الطلبة عن أداء العلاقات العامّة في

مجال المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى أنها لم تسهم في زيادة حدة الأزمة. وكانت المعلومات التي تم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي سريعة الانتشار، وحصلت على رضا الطلبة بدرجة عالية، كما أشرنا سابقا.

ومقابل ذلك، جاءت العبارة (2) المتعلقة ببث روح التفاؤل لدى الطلبة بدرجة متوسطة، أي أن المبحوثين يرون أن العلاقات العامة لم تستطع بدرجة عالية بث روح التفاؤل بخصوص الأزمة من خلال نشر المعلومات حولها.

أما عبارة "وجود صفحات مختصة ورسمية في معرفة شكاوى واقتراحات الطلبة" (عبارة 9)، فحصلت على درجة متوسطة أيضا، وهو ما يعني عدم وجود موافقة بدرجة عالية تجاه هذا الأمر. وفيما يتعلق من آلية التواصل المستمر مع الطلبة ومساهمته في زيادة الانتماء للجامعة (عبارة 10)، لم تحصل هذه العبارة أيضا على موافقة بدرجة عالية من قبل المبحوثين، الأمر الذي يعني عدم وجود رضا بدرجة كبيرة تجاه الجهود لزيادة الانتماء للجماعة. كذلك الأمر بالنسبة للعبارة (11)، والمتعلقة بفتح المجال أمام الطلبة للتعليقات، حيث يرى الطلبة أن الجامعة ودائرة العلاقات العامة لم تفتح المجال بدرجة كبيرة أمام الطلبة لإظهار تعليقاتهم وآرائهم، أو حتى التواصل المستمر معهم.

وبشكل عام، وباستعراض دقيق لنتائج الجدول، نجد أن هناك انسجاما بين تلك النتائج ونتائج الجداول الأخرى، بحيث يظهر بشكل واضح رضا الطلبة بدرجة عالية لدور العلاقات العامة في جامعة النجاح في التواصل الفعال، ونشر معلومات حول سير العملية التعليمية. إلا أنه مستوى الرضا عن دور العلاقات العامة في النشر عن الأزمة، أو إتاحة المجال للطلبة للتعبير عن آرائهم، لم يكن مرتقعا، ما يشير إلى نوع من التحفظ لدى الطلبة على معالجة جوهر الأزمة.

السؤال الرابع: ما مدى استخدام العلاقات العامّة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز،

وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)؟

وللإجابة عن السؤال كان لا بد من إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكليّة

وفقرات استخدام العلاقات العامّة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء

(الصفقة)، والتقليل، والإنكار)، كما يوضحه الجدول (9):

جدول 9

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية وفقرات استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفحة)، والتقليل، والإنكار)

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	0.96	3.37	1 قامت دائرة العلاقات العامة بإبراز صورة مشرقة لجامعة النجاح خلال الأزمة التعليمية.
متوسط	0.83	3.38	2 أدت جهود العلاقات العامة في مواجهة أزمة التعليم الى زيادة الثقة بين الطلبة والجامعة بشكل أكبر مما كانت عليه في السابق.
متوسط	0.88	3.39	3 بادرت دائرة العلاقات العامة بتقديم حلول للطلبة المتضررين من أزمة التعليم بشكل كبير حيث أعلنت عن تسهيلات لآلية دفع الأقساط.
متوسط	0.83	3.37	4 استجابت دائرة العلاقات العامة لاحتياجات الطلبة النفسية من خلال طمأننتهم بحتمية حل الأزمة التعليمية وانتظام التعليم لاحقاً وعدم احتساب الفصول كدراسة الكترونية خلال الأزمة.
متوسط	0.83	3.39	5 استجابت دائرة العلاقات العامة لاحتياجات الطلبة الأكاديمية من خلال وضع نظام يجمع بين التعليم الإلكتروني والوجهي لاستمرارية التعليم دون وجود عوائق خلال أزمة التعليم الإلكتروني.
مرتفع	0.81	3.51	6 كانت هناك جهود كبيرة من قبل دائرة العلاقات العامة لتحسين الخدمات المقدمة من قبلها في الأزمة (مثل التواصل المستمر مع الطلبة).
متوسط	0.85	3.16	7 تستخدم دائرة العلاقات العامة لغة تقلل من حدة الأزمة التعليمية عن طريق وضع حلول بديلة.
متوسط	0.80	3.29	8 حاولت دائرة العلاقات العامة من خلال منشوراتها الإيحاء بأنه لا يوجد أزمة، بل يوجد إشكالات بسيطة سيتم حلها، وأن الأمور تسير بشكل طبيعي.
متوسط	0.84	3.13	9 اعتبرت دائرة العلاقات العامة أنه لا يوجد تأثير سلبي للحلول التي وضعتها للأزمة على المسيرة التعليمية، وبالتالي لن يتضرر الطلبة نتيجة لذلك.
متوسط	0.73	3.33	الدرجة الكلية

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (9) أن الدرجة الكُتبية لمدى استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) جاء بتقدير متوسط، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.33). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (9) أن الفقرة التي تتحدث عن " كانت هناك جهود كبيرة من قبل دائرة العلاقات العامة لتحسين الخدمات المقدمة من قبلها في الأزمة (مثل تقديم الخدمات الإلكترونية في التعليم، والتواصل المستمر مع الطلبة)"، حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية، وبلغ (3.51)، والانحراف المعياري (81.0)، وبتقدير مرتفع، بينما حصلت الفقرة التي تتحدث عن "اعتبرت دائرة العلاقات العامة أنه لا يوجد تأثير سلبي للحلول التي وضعتها للأزمة على المسيرة التعليمية، وبالتالي لن يتضرر الطلبة نتيجة لذلك"، على أقل العبارات (متوسطاً حسابياً)؛ وبلغ (3.13)، وانحراف معياري (0.84)، وبتقدير متوسط.

يُلاحظ من الجدول أن العبارة حول الجهود المقدمة من دائرة العلاقات العامة لتحسين الخدمات خلال الأزمة (التواصل المستمر مع الطلبة) (عبارة 6)، وهذا يعود إلى أن دائرة العلاقات العامة كانت تتواصل مع الطلبة في ظل الأزمة لتحسين الخدمات المقدمة لهم، ولم تقم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية بالإحياء بعدم وجود الأزمة، بل كانت واضحة وشفافة في عرض الأزمة أمام الطلبة. وقد حاولت دائرة العلاقات العامة من خلال منشوراتها الإحياء بأنه لا يوجد أزمة، بل يوجد إشكالات بسيطة سيتم حلها، وأن الأمور تسير بشكل طبيعي (عبارة 8)، ولم تقم باستخدام لغة تقلل من حدة الأزمة (عبارة 7) مما يعني أنها عملت بشكل جيد في عدم التقليل من هذه الأزمة، ولم تحاول دائرة العلاقات العامة من خلال المنشورات الإحياء بأنه لا يوجد أزمة، بل يوجد إشكالات بسيطة سيتم حلها، وأن الأمور تسير بشكل طبيعي (عبارة 8). وهذا يدل على أن دائرة العلاقات العامة حاولت، ولكن بشكل غير كافٍ، إعلام الطلبة بأن الأمور تسير بشكل طبيعي، وأن الأزمة لم تسبب أي من الإشكاليات التي تعيق العملية التعليمية. أما المعدل العام لجميع العبارات فقد جاءت بدرجة متوسطة، ما يعني أن درجة رضا الطلبة ليست كافية عن أداء العلاقات العامة في مجال الجهود المبذولة حول تبيان الأزمة ومحاولة تحسين جودة الخدمات. ومقابل

ذلك، كان العبارات المتعلقة بجهود العلاقات العامّة في مواجهة ازمة التعليم لم تؤد الى زيادة الثقة عبارة (2)، ولم تقم العلاقات العامّة بتقديم حلول للطلبة المتضررين من الأزمة التعليمية ثمن وجهة نظر الطلبة ان تسهيل آليّة دفع الأقساط لم تكن كافية عبارة (3)، اما فيما يتعلق باحتياجات الطلبة النفسية فلم تقم العلاقات العامّة من وجهة نظر الطلبة بطمأننتهم بحتمية حل الأزمة وانتظام التعليم لاحقا، إضافة الى عدم احتساب الفصول كدراسة الكترونية اثناء الأزمة عبارة (4)، إضافة الى ان العلاقات العامّة لم تستجب لاحتياجات الطلبة الاكاديمية، من خلال إيجاد نظام يجمع بين التعليم الوجاهي والتعليم الإلكتروني (عبارة 5) كلها كانت بدرجة متوسطة. وتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى تقييم الطلبة لأداء العلاقات العامّة في الجوانب المتعلقة بالاستراتيجيات الاتصاليّة لم يكن مرتفعا. وهذه النتيجة تعني أن الطلبة مستوى الرضا لديهم لم يكن مرتفعا تجاه أداء العلاقات العامّة في مجال الاستراتيجيات الاتصاليّة للوصول الى حلول للأزمة. ان ما تشير اليه نتائج هذا الجدول هو أن الطلبة يطمحون الى زيادة التوقعات والاستراتيجيات في هذه الأزمة، مع العلم ان دائرة العلاقات العامّة حسب اجابتهم تسعلى إلى الوصول الى مستوى مرتفع من الحرص على عدم تقاوم الأزمة.

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكُليّة ومجالات مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب.

على غزّة (2023-2024)، وكذلك الانحرافات المعيارية، واستخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Sample t-test)، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (10).

جدول 10

نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكُليّة ومجالات مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزّة (2023-2024) تبعا لمتغير النوع الاجتماعي

المجالات	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني	ذكر	130	3.24	0.69	-2.31	*0.02
	أنثى	248	3.41	0.65		
الأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها	ذكر	130	3.20	0.68	-2.26	*0.02
	أنثى	248	3.36	0.62		
أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها	ذكر	130	3.35	0.63	-0.17	0.87
	أنثى	248	3.36	0.60		
استخدام العلاقات العامّة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء) (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)	ذكر	130	3.25	0.75	-1.60	0.11
	أنثى	248	3.38	0.71		
الدرجة الكُليّة	ذكر	130	3.27	0.58	-1.80	0.07
	أنثى	248	3.38	0.56		

*دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (10) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكُلية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) ومجالات: أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها، استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) جاءت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي تُقبل الفرضية الصفرية.

وهذه النتيجة تعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسّطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكُلية ومجالات: أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها، واستخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. بينما جاءت الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$)، بين مُتوسّطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمجالات: تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها لصالح الإناث. وهذا يعني أن درجة رضا الطالبات عن مجالي أداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني، واتجاهات الطلبة نحوها جاءت أعلى من رضا الطلبة الذكور.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تعزى لمتغير مكان السكن.

استخرجت المُتوسطات الحسابية للدرجة الكُلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال

الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024). وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (11) الموجود بالملحق و.

يتضح من الجدول (11): وجود فروق ظاهرية بين المُتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير مكان السكن، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً. استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول (12) الموجود بالملحق و.

يتبين من الجدول (12) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكُلية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024) والمجالات جاءت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية. بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية

التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكلية والمجالات تعزى لمتغير مكان السكن.

وللكشف عن مصدر الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير مكان السكن، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD). والجدول (13) الموجود بالملحق و يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (13) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) بين (مدينة) من جهة و(قرية، ومخيم) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين يسكنون (المدينة).

أن توظيف العلاقات العامة في جامعة النجاح لنظرية الاتصال الموقفية في أزمة التعليم خلال الحرب على غزة (2023/2024) حصلت على تأييد سكان المدينة أكثر من سكان القرى والمخيمات. أي أن هناك رضا لدى سكان المدن من المبحوثين عن أداء العلاقات العامة بدرجة أعلى من القرى والمخيمات.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تعزى لمتغير التخصص.

استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكُليّة ومجالات مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمات التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024)، وكذلك الانحرافات المعيارية، واستخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Sample t-test). وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (14) الموجود بالملحق و .

يتبين من الجدول (14) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكُليّة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) والمجالات جاءت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$). وبالتالي، تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكُليّة والمجالات تعزى لمتغير التخصص.

وهذا يعني أن رضا الطلبة في التخصصات العلميّة والأدبية لم تتأثر باختلاف التخصص حول مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024).

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة

في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تعزى لمتغير مكان المستوى العلمي.

استخرجت المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكليّة ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024). وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (15) الموجود بالملحق و.

يتضح من خلال الجدول (15) وجود فروق ظاهرية بين المُتوسّطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير المستوى العلمي. ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول (16) الموجود بالملحق و.

يتبين من الجدول (16) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكليّة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) والمجالات جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$). وبالتالي، تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسّطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكليّة والمجالات تعزى لمتغير المستوى العلمي.

وللكشف عن مصدر الفروق بين المتوسّطات الحسابية للدرجة الكليّة ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة

النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير المستوى العلمي، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD) والجدول (17) الموجود بالملحق و يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (17) الآتي:

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) على مجالات (تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها) بين المستوى العلمي (ماجستير) من جهة و(بكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثالثة، وبكالوريوس سنة رابعة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير راضون بدرجة أكبر عن مجالات (تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها) من حملة الدرجات العلميّة الأخرى.

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) على مجال أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها بين المستوى العلمي (ماجستير) من جهة و(بكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثانية، وبكالوريوس سنة ثالثة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير يدركون بدرجة أكبر من حملة الدرجات العلميّة الأخرى لأثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها.

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) للدرجة الكليّة ومجال استخدام العلاقات العامّة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)

بين المستوى العلمي (ماجستير) من جهة و(بكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثانية، وبكالوريوس سنة ثالثة، وبكالوريوس سنة رابعة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير يدركون بدرجة أكبر من حملة الدرجات العلمية الأخرى لمدى استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار).

تحليل مقابلات ممثلي الإدارة والعلاقات العامة ومجلس اتحاد الطلبة

تم إجراء ثلاث مقابلات مع شخصيات ذات علاقة مباشرة في أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح (2023-2024) في جامعة النجاح الوطنية، حيث تم طرح مجموعة من الأسئلة على كل من: أحمد السرغلي (رئيس قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية)، وكفاح برهم (عميدة كلية الدراسات العليا)، وعبد السلام الخياط (نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية) و(ع.ق)، (ممثل مجلس اتحاد الطلبة). واتضح من خلال تحليل أزمة العملية العلمية في جامعة النجاح الوطنية في إطار النظرية الموقفية لاتصال الأزمات أن الجامعة حددت الجمهور المستهدف في هذه الأزمة، وهو جمهور الطلبة. وبدأت الجامعة بالتعامل مع الأزمة بناءً على مواقفهم وتوقعاتهم لردود أفعال الطلبة. فقد أكدت جميع المقابلات على أهمية التواصل المستمر والشفافية التي من شأنها أن تسهم في التخفيف من حدة القلق والتعامل مع الأزمة بشكل سليم. واعتمدت الجامعة أسلوب إعادة البناء في هذه الأزمة مع طلبتها من خلال التوجهات لتقسيم الفصل الدراسي إلى فترتين، بالإضافة إلى خيارات في الإجراءات المتخذة لتخفيف الأعباء المالية. واعتمدت الجامعة أسلوب اتصالي مفتوح مثل مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى حلول مرضية لجميع الأطراف، بهدف تخفيف التوترات، وذلك انسجاماً مع نموذج الوساطة الاجتماعية. وفيما يلي عرض أهم نتائج المقابلات:

• تميز الأزمة وحاجة الجامعة إلى التكيف

أشار المبحوثون إلى أن أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح (2023-2024) هي أزمة غير مسبوقة في التعقيدات، مقارنة بالأزمات المنصرمة، على اعتبار أنها أثرت على مختلف نواحي الحياة، ولم تقتصر على جامعة النجاح الوطنية. فقد أكدت برهم أن الأزمة خلقت تحديات كبيرة تطلبت أفكاراً إبداعية بهدف تجاوزها واستعادة حالة الاستقرار في الجامعة واستئناف العملية التعليمية، فيما اعتبر الخياط أن التكيف مع هذه الظروف كان ضرورياً لضمان سير العملية التعليمية في الجامعة، وهو الخيار الوحيد لمواجهة الأزمة.

• الاستفادة من الأزمة وتحويلها إلى فرصة

أكد المبحوثون على قدرة جامعة النجاح الوطنية في تحويل هذه الأزمة إلى فرصة، أي اعتبارها مجالاً جديداً نشأ عن ظروف خارجة عن إرادة الجميع. فقد ذكرت برهم أن الجامعة استطاعت أن تتبنى حلولاً إبداعية، كتتنظيم جلسات للامتحانات الوجيهة في مراكز متعددة في مختلف المدن، الأمر الذي صنع فرصة للتواصل غير الرسمي مع الجامعات الفلسطينية الأخرى، وتعزيز العلاقات معها، بعد أن كانت العلاقات مع تلك الجامعات تتخذ الطابع الرسمي في السابق. كما أشار الخياط إلى أن الجامعة ركزت على تخفيف العبء المالي على الطلبة نظراً للأوضاع الاقتصادية الصعبة، حيث ابتكرت الجامعة نظام الفترتين للفصل الدراسي الواحد في التدريس، وهو النظام الذي يقسم الفصل إلى نصفين، حيث يدرس الطلبة نصف المواد المخصصة للفصل الدراسية في الفترة الأولى، ويستكمل بقية المواد في الفترة الثانية. وقد أدت هذه الآلية إلى إتاحة الفرصة للطلبة في استمرارية التعليم ومراعاة الوضع الاقتصادي للبلاد، أما ممثل مجلس اتحاد الطلبة فقد اعتبر أن نظام الفترتين يمثل حلاً مناسباً لتخفيف العبء المالي عن الطلبة، وتسهيل العملية التعليمية في ظل الأزمة التي حدثت في ظل أجواء الحرب.

• فاعلية الأساليب الاتصالية واستخدام وسائل اتصال رقمية

اتفقت إجابات المبحوثين الثلاثة على أن الجامعة استخدمت أساليب اتصالية فعّالة للتواصل مع الطلبة في إطار مواجهة الأزمة، وذلك بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي. فقد أشار السرجلي أن هذه المواقع كانت حاسمة في تقديم المعلومات للطلبة. كما أكدت برهم أنها كانت عضواً في مجموعات على واتساب، وكانت تتابع حوارات الطلبة التي تعكس آراءهم وتوجهاتهم تجاه الأزمة والعملية التعليمية، رغم قلة مشاركتها شخصياً في تلك الحوارات. وأشارت برهم أنها استطاعت الوصول إلى ردود الأفعال المختلفة لطلبة الماجستير والدكتوراه بشكل خاص، وهذا ما جعلها تختار هذه الوسيلة (واتساب) دوناً عن غيرها لاعتقادها أنها الأكثر فعالية في التواصل، وذلك من موقع مسؤوليتها كعميدة لكلية الدراسات العليا، معتبرة أن هدف انضمامها لتلك المجموعات تمثل في أهمية الوصول إلى جميع الأصوات بشكل مباشر، وليس عن طريق ممثلي للطلبة. واعتبرت أن وجودها بين الطلبة في تلك المجموعات أسهم في الوصول إلى الآراء التي لم يتم التعبير عنها ضمن القنوات الرسمية، ولم تكن مسموعة من قبل المسؤولين في الجامعة. أما الخياط، فقد أوضح أن للتواصل الرقمي أهمية كبيرة في تقديم المعلومات الضرورية في الوقت المناسب، معبراً بذلك عن اتجاهات عملية وفعّالة لإدارة الجامعة في التواصل مع الطلبة، وفي البحث عن حلول للأزمة من خلال تقنيات الاتصال المفتوح. وأوضح السرجلي أن الجامعة كانت في تواصل مستمر مع طلبتها وسماع آرائهم، لأن الطلبة هي قاعدة الجامعة، ويتم سماعهم ونقاشهم في القرارات من خلال الممثلين واللجان والكتل الطلابية. وكان توجه الطلبة حول جودة المعلومات المقدمة من دائرة العلاقات العامة إيجابياً، حيث حصلت الجامعة على تقدير مرتفع من قبل الطلبة حول أهمية المعلومات وجودتها. في المقابل، اعتبر ممثل مجلس اتحاد الطلبة أن الشائعات كانت تعمل على خلق توتر في الجو العام لدى الطلبة حول آلية الدوام، خاصة بعدما تحول جزء من التعليم إلى وجاهي. وأكد على أن وجود السرجلي في دائرة العلاقات العامة كان له دور مهم في العمل على إيصال المعلومات الواضحة والضرورية في

الوقت المناسب. واقترح أيضا تطوير الوسائل الاتصالية مع الطلبة، وخاصة الخريجين منهم، لأن توتر الأوضاع تؤدي إلى حالة من توتر لدى الطلبة على المستويين الأمني والأكاديمي.

● تشكيل فريق إدارة الأزمة

ذكر السرغلي والخياط أن الجامعة قامت بتشكيل فرق متكاملة لإدارة الأزمة، حيث أكد السرغلي أن هذه الفرق تشكلت من مختلف الدوائر، ولم تقتصر على العلاقات العامة. وقد كان الهدف من تلك الفرق السعي للتعرف على جميع الآراء، ومن ثم الوصول إلى اتجاهات للحلول لرفعها للإدارة العليا لاتخاذ القرارات المناسبة، بدلاً من تلقي التعليمات من أعلى إلى أسفل، وتنفيذها بطريقة تقليدية. وقد أوضحت برهم أن معظم القرارات كانت تشاورية مع الفرق المعنية، كما ذكر الخياط أنه تم اعتماد التعاون بين مختلف الجهات لضمان الوصول إلى حلول منطقية ومرضية تعتمد على الشراكة والتعاون في مختلف الجهات.

أما بخصوص التحديات والمصاعب، فقد أشار المبحوثون أن هناك تحديات كبيرة واجهتها الجامعة، مثل الظروف الأمنية والسياسية غير المستقرة، والتي تؤدي إلى صعوبة التنبؤ بما سيحدث. فقد كانت تصدر قرارات قابلة للتغيير السريع تبعاً للأوضاع الأمنية، حيث أشار الخياط إلى أن الجامعة حاولت التخفيف عن الطلبة بتقديم وسائل وطرق جديدة للتعليم، مثل المحاضرات المسائية في التعليم الإلكتروني، وأشار ممثل اتحاد الطلبة (ع.ق) أنه تم العمل على تحويل الدوام وانتقل نظام التعليم إلى النظام الإلكتروني، وقامت إدارة الجامعة إضافة إلى دائرة العلاقات العامة بالعمل على وضع أساليب عديدة لضمان التواصل الفعال بين إدارة الجامعة وطلبتها، وأعطى مثلاً على هذه الوسائل، كتوفير لقاءات على برنامج زووم تسهل العمل للطلبة بدلاً من الحضور إلى مقر الجامعة مثلاً على ذلك السحب والإضافة وآلية الدفع الإلكتروني، إضافة إلى تقسيم الفصل إلى فترتين (كما ذكرنا) لتخفيف الأعباء مادية على الطلبة وذويهم مما سهّل على الطلبة الاستمرار في العملية التعليمية، وعدم

الانقطاع عنها بسبب الظروف الاستثنائية التي تمر بها البلاد. أما ممثل مجلس اتحاد الطلبة، فقد اعتبر أن تحول نظام التعليم من الوجاهي إلى الإلكتروني منذ اليوم الأول للأزمة، ووضع عدة أساليب وطرق للوصول إلى أفضل النتائج التي ترضي الطلبة وتحافظ على جودة التعليم، كان أمراً إيجابياً وحلاً واقعياً وفعالاً. ويؤكد ذلك ما قامت به إدارة الجامعة ودائرة العلاقات العامة من العمل على وضع أساليب عديدة لضمان التواصل الفعّال بين إدارة الجامعة وطلبتها، كالعمل على تطوير آليات السحب والإضافة (أي سحب مواد تم تسجيلها، وإضافة مواد لم يتم تسجيلها للمسابقات التي يدرسها الطالب في الفصل الدراسي)، وتسديد الرسوم الإلكتروني.

• النهج الاتصالي في التعامل مع الأزمة

أشار السرعلي أن تواصل العلاقات العامة بشكل فعال مع الطلبة يمثل أحد أهم أسباب النجاح في قدرة الجامعة في التغلب على المخاوف لدى الطلبة حول تداعيات الحرب على غزة (2023-2024). خاصة وأن دائرة العلاقات العامة لجأت إلى استخدام الصفحة الرسمية الخاصة بالجامعة في عرض المعلومات وأكد ان هذه الطريقة هي المثلى حيث يتابع الصفحة الرسمية للجامعة (451) متابع. وأكد السرعلي أن العلاقات العامة استخدمت استراتيجيات اتصالية، أهمها: إعادة البناء، حيث ساعدت في إيصال رسائل إيجابية للطلبة حول التخفيف من الأعباء المآلية على الطلبة، والعمل بنظام الفترتين، وغيرها من الإجراءات. واعتبرت برهم أن للشفافية دوراً كبيراً في الحفاظ على عملية التواصل مع الطلبة.

وتطرق السرعلي في مقابله إلى الحديث عن قيام جامعة النجاح بمبادرات مختلفة للعمل على بناء سمعتها وتعزيزها لدى الجماهير، مثل تبني ما يزيد عن (3000) طالب في كل مرحلة تعليمية من طلبة غزة. وتشير هذه الاستراتيجية إلى استخدام الجامعة استراتيجية التعزيز في الأزمة، فيما أشار

ممثل مجلس اتحاد الطلبة الى أن قيام الجامعة بعمل مثل هذه الفعاليات تعزز من حب الطالب للجامعة، وتؤدي الى تقوية علاقة كل من المجلس والكتل الطلابية مع الجامعة.

تحليل مقابلة ممثل مجلس اتحاد الطلبة حول قرارات إدارة الجامعة والعلاقات العامة حول الأزمة

لقد قامت الباحثة بإجراء مقابلة مع ممثل عن مجلس اتحاد الطلبة وهو (ع. ق)¹، يجدر بالذكر أن مجلس اتحاد الطلبة يتكون من رئيس مجلس الطلبة و(6) أعضاء شبيبة، (5) أعضاء كتلة، وعضو عن الجبهة الشعبية. ويعمل مجلس اتحاد الطلبة بشكل تكاملي بين كافة الكتل الطلابية، ويقوم بالتواصل مع الطلبة، إما بشكل مباشر في حرم الجامعة، أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

أما فيما يتعلق بالمقابلة التي أجرتها الباحثة مع (ع. ق)، فقد أجاب عن المجلس بصفته أحد الأعضاء الرئيسيين في المجلس، وكان الاتفاق على أن ينوب عن المجلس بعرض الإجابات كما يلي:

الوسائل الاتصالية المستخدمة من إدارة الجامعة ودائرة العلاقات العامة خلال الأزمة

فيما يتعلق باستجابة الطلبة للأساليب الاتصالية أثناء الأزمة، فأوضح (ع. ق) أنه في بداية الأمر لم تكن هناك استجابة فعالة من الطلبة بالشكل المطلوب، ولكن مع مرور الوقت تحسن التواصل بشكل كبير، وبالأخص عندما عملت الجامعة على تذليل العقبات التقنية، وزيادة فعالية الوسائل الاتصالية. وفيما يتعلق بالرضا عن آلية التواصل بين دائرة العلاقات العامة والطلبة، أشار (ع، ق) إلى أن تعيين السرغلي بمنصب رئيس دائرة العلاقات العامة كان له أثرٌ إيجابي على الوسائل الاتصالية بشكل كبير حيث تم حل مشكلات عديدة من خلال التواصل المستمر، إضافة إلى قيام دائرة العلاقات العامة بالعمل على تنظيم فعاليات تعزز من العلاقة بين الطلبة والجامعة.

¹ طلب ممثل مجلس اتحاد الطلبة عدم ذكر اسمه الكامل في البحث لأسباب خاصة. لذا، استخدمت الطالبة أول حرفين من اسمه واسم العائلة.

تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة

أشار (ع. ق) أن الرضا كان ضعيفاً في بداية الأمر، بسبب عدم قدرة الدائرة على حل العديد من المشكلات في حينها، ولكن مع الوقت استطاعت دائرة العلاقات العامة تطوير أدائها، وبخاصة في مجال أساليب التواصل بين الجامعة والطلبة.

المقترحات المقدمة من إدارة الجامعة لحل الأزمة ورأي جموع الطلبة

أوضح (ع. ق) أن الجامعة قدمت عدة مقترحات لمساعدة الطلبة في تسهيل الحضور الإلكتروني، حيث عدلت، مثلاً، مواعيد المحاضرات. كما أن المدرسين يقومون بتسجيل المحاضرات حتى يتمكن الطالب من الرجوع إليها في الوقت الذي يناسبه. وعندما أصبح هناك تحسن في الأوضاع الأمنية، اقترحت إدارة الجامعة عودة الطلبة إلى التعليم الوجاهي، وهو مقترح قوبل بالرفض الشديد من قبل الطلبة. ولكن تم الاتفاق فيما بعد على حل وسط يقوم على تقسيم الدوام إلى قسمين في الأسبوع: قسم يكون التعليم فيه وجاهياً، وقسم آخر يقتصر على التعليم الإلكتروني.

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأزمة من وجهة نظر الطلبة والمجلس

اعتبر (ع. ق) أن وسائل الإعلام تعمل كسيف ذي حدين، حيث من الممكن أن تنتشر الشائعات عبر بعض المغرضين، وهذا يؤدي إلى تفاقم الأزمة، وبالأخص المعلومات المتعلقة بالوضع الأمني، فيما يمكن نشر معلومات صحيحة تعمل على توعية الجمهور، وتنتشر المعلومات الصحيحة. ورغم هذا، تمكنت دائرة العلاقات العامة ومجلس اتحاد الطلبة من التغلب على الشائعات عن طريق تقديم المعلومات الصحيحة والواضحة والشفافة للطلبة.

رأي المجلس في وضوح المعلومات المقدمة من الإدارة ودائرة العلاقات العامة للطلبة

أشار (ع. ق) أنه كان في بعض الأحيان هناك معلومات ضبابية في بعض القرارات الصادرة من الجامعة. ولكن تم شرحها وتوضيحها وتقديم المعلومات الكافية فيما بعد، الأمر الذي أدى إلى أن تصبح الأمور أكثر وضوحاً وشفافية، مما أدى إلى تعزيز الثقة بين الجامعة وطلبتها.

مرونة الإدارة في التعامل مع مطالب الطلبة

فيما يتعلق بمرونة الإدارة في التعامل مع مطالب الطلبة، فقد أشار (ع. ق) إلى أنه كان هناك مرونة بالفعل لدى الإدارة، إلا أنها لم تكن تستجيب دائماً لمطالب الطلبة، نظراً للأوضاع الأمنية الصعبة في فلسطين.

واقترح (ع. ق) ضرورة العمل على تحسين التواصل بين الجامعة والطلبة، وبالأخص التواصل مع الطلبة المقبلين على التخرج، وهم أكثر الفئات تضرراً من الأوضاع الأمنية والتعليم الإلكتروني نظراً لاقتراب موعد تخرجهم من الجامعة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

تم عرض نتائج الدراسة في الفصل الرابع من هذه الرسالة، والتي تضمنت النتائج المتعلقة بالجدول الإحصائية، وكذلك نتائج المقابلات المعمقة. وفي هذا الفصل، تعرض الباحثة أهم تلك النتائج، وتناقش دلالاتها في ضوء النظرية الموقفية لاتصال الأزمت، وفي ظل نتائج الدراسات السابقة والأدبيات التي تناولت الأزمت وفق المنظور الاتصالي الموقفي.

رضا الطلبة عن أداء دائرة العلاقات العامة في التواصل خلال أزمة التعليم الإلكتروني

أظهرت النتائج أنه لم يكن هناك رضا بدرجة مرتفعة للطلبة في جامعة النجاح الوطنية عن أداء العلاقات العامة في أزمة التعليم التي ترتبت على الحرب على غزة (2023-2024)، حيث جاءت إجابات الطلبة بدرجة متوسطة فيما يتعلق بأداء العلاقات العامة بشكل عام، وبمتوسط حسابي (3.35). إلا أنه، في التفاصيل، وجدنا أن هناك رضا بدرجة عالية لدى الطلبة في مجال عام قيام العلاقات العامة بتقديم المعلومات الصادقة والسريعة والتواصل المستمر، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.52)، وهو أعلى المتوسطات الحسابية في جدول رقم (6). وتتطابق هذه النتيجة مع ما قاله المبحوثون في المقابلات المعمقة، حيث أكد ممثلو إدارة الجامعة والعلاقات العامة ومجلس الطلبة من أن التواصل بين الجامعة، ممثلة بالعلاقات العامة، وجمهور الطلبة كان فعالاً ونشطاً ومستمرًا، وتم من خلاله تقديم المعلومات الواضحة والصادقة. وهذا ما اكدت عليه العبارة (4) في جدول (7)، والتي نصت على أن رسائل العلاقات العامة كان يكتنفها الغموض في المعلومات المختلفة حول أزمة التعليم، والتي حصلت على درجة متوسطة، وبمتوسط حسابي (3.24)، وهي بدرجة ليست مرتفعة. وهذا يعني أن رسائل العلاقات العامة لم يكن يكتنفها الغموض، وهو ما يؤكد أيضاً أهمية تحري الصدق والشفافية في تداول المعلومات، وفق ما أظهرته نتائج هذه الدراسة.

تباين الآراء بين إدارة الجامعة وطلبتها حول فعالية القرارات حول الأزمة التعليمية

في الجوانب المتعلقة بجوهر المشكلة، أي تفاصيل الأزمة، أشارت النتائج إلى درجة أقل من الرضا في نتائج الاستبيان، حيث كانت بدرجة متوسطة، وبلغت (3.07). ونلاحظ في الجدول (6)، مثلاً، العبارة رقم (3) التي تنص على أن العلاقات العامة لم تقم بإعلام الطلبة حول قرارات أزمة التعليم الإلكتروني بشكل مستمر، وكان المتوسط الحسابي (3.37)، وهي تمثل درجة غير مرتفعة. كما أن العبارة (6) في جدول (6) أشارت إلى أن مستوى رضا الطلبة لم يكن مرتفعاً حول اتخاذ العلاقات العامة قرارات واضحة للعمل على معالجة أزمة التعليم الإلكتروني، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.3). ويمكن أن نلمس هذه النتيجة في المقابلات المعمقة، حيث أوضح الخياط، على سبيل المثال، أن التعاون كان بين مختلف الجهات لضمان الوصول إلى حلول منطقية ومرضية، في إشارة إلى وجود تباين في وجهات النظر، وهو بالطبع أمر بديهي في الأزمات. أما ممثل مجلس اتحاد الطلبة فقد أكد أن هناك مرونة جزئية من قبل الإدارة، مشيراً إلى أن الجامعة لا تستطيع أن تلبي مطالب جميع الطلبة، وأنه، رغم عدم رضا الطلبة، فإنه لم يكن هناك عزوف عن التسجيل، ولم تتم الدعوة إلى إضراب أو اعتراضات من قبل الطلبة على قرارات الإدارة، وهي أيضاً إشارة واضحة إلى وجود فجوة بين الطرفين حول جوهر الأزمة، بالرغم من النتيجة الإيجابية للحوارات، والتي أفضت إلى حل الأزمة. ويمكن إجمال هذه النتيجة بأن رضا الطلبة (بحسب الجدول (6)) كان مرتفعاً في مجال الاتصال بين الإدارة والطلبة، إلا أنه كان دون المرتفع فيما يتعلق بطرح تفاصيل الأزمة للنقاش على مواقع التواصل الاجتماعي.

أثر نوع الأزمة على ردود أفعال الجماهير وفقاً للنظرية الموقفية للاتصال بالأزمات

ترى الباحثة أن نوع الأزمة يؤثر على "الوقاية" أو "توجيه اللوم" من قبل الجماهير، بحسب النظرية الموقفية للاتصال بالأزمات. أي أن توجيه اللوم في حال كانت المؤسسة ضحية الأزمة سيكون أقل مما لو كانت

المؤسسة هي المتسبب في الأزمة. وهذا ما أكده كل من (Kim, 2019) و(Jeong, 2009) في دراستيهما. لذا، وحيث أن جامعة النجاح الوطنية لم تكن سبباً في الأزمة، بل كانت ضحية لها، كسائر المؤسسات الفلسطينية التي تضررت من الحرب، فإن اللوم، بالتالي، لن يكون موجهاً للجامعة، ولن تتحمل مسؤولية ما قد يترتب على الأزمة، إلا أنها تتحمل مسؤولية الطريقة التي تمت بها إدارة الأزمة، واتخاذ القرارات التي سعت إلى تجاوزها بأقل الأضرار الممكنة. وهذه النتيجة تشير إلى أنه لا يمكن تطبيق النظرية على جميع البلدان كما هو الحال بالنسبة لليابان، حسب دراسة (Barkley, 2020) حول: "هل مقياس واحد يناسب الجميع: قابلية تطبيق نظرية اتصالات الأزمات الطرفية في السياق الياباني". فقد اعتمدت هذه الدراسة على نوع الأزمة، وكانت النتائج في هذه الدراسة تشير إلى قلة التركيز على السببية المتعلقة بالأزمة في المؤسسات من المنظور الياباني.

فعاليّة استخدام الصفحة الرسمية في التأثير على اتجاهات الطلبة حول تداول المعلومات أثناء الأزمة

أظهرت نتائج إجابات الطلبة حول اتجاهاتهم نحو الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني (جدول 7) كانت متوسطة، وبمتوسط حسابي (3.30). فقد وجدت الباحثة أنّ عبارة واحدة فقط حصلت على درجة عالية، أي درجة مرتفعة من الرضا، وهي العبارة (2) التي تتعلق باستخدام دائرة العلاقات العامة للصفحة الرسمية لإعلام الطلبة بالتطورات والمستجدات في أزمة التعليم، حيث كان المتوسط الحسابي (3.68)، وهو أعلى تقدير. وتتفق هذه النتيجة مع مع إجابات الباحثين الثلاثة في إدارة الجامعة من خلال المقابلة المعمقة، حيث أكد السرعلي أن تلك المواقع كانت حاسمة في تقديم المعلومات للطلبة، فيما اعتبر الخياط أن للتواصل الرقمي أهمية كبيرة في تقديم المعلومات الضرورية في الوقت المناسب. أما فيما يتعلق بممثل مجلس اتحاد الطلبة (ع.ق.)، فقد اعتبر أنه لم يكن هناك في بداية الأمر تواصل جيد، ولكن مع الوقت تحسن التواصل بسبب العمل المستمر من قبل الجامعة على تذليل العقبات. وتتفق هذه النتيجة دراسة (بن مزارى، 2020)، ودراسة (Hermiyetti

(Ari, 2020) حول فعالية الاتصال في إدارة الأزمات في المؤسسات، حيث أكدت النتائج على أن اتصال الأزمات هو من أهم العناصر في إدارة الأزمة.

وتشير نتائج هذه الدراسة أيضاً إلى أن المؤسسة وظفت صفحتها كمنصة إعلامية للتفاعل في مراقبة الأزمات المحتملة، على اعتبار أن الاستجابة السريعة للأزمة ضرورية لمساعدة الأطراف المختلفة في فهم الأزمة والتصدي لها. إلا أن النتائج أظهرت في الوقت نفسه أنه يصعب تنفيذ الاستجابة السريعة بسبب القيود الإدارية والتسلسل الهرمي التنظيمي. فقد أشارت النتائج إلى مستوى أقل من الرضا (متوسط) لدى الطلبة فيما يتعلق بتجاوز صفحة الجامعة لاستفسارات الطلبة. وتمثل ذلك في العبارة (3) في جدول (7) والتي تنص على استجابة دائرة العلاقات العامة لاستفسارات الطلبة حول أزمة التعليم بشكل فعال عبر وسائل الاتصال المختلفة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.29). وكذلك عبارة (7) والتي تنص على سعي دائرة العلاقات العامة للتعرف إلى اتجاهات الطلبة حول أزمة التعليم، حيث جاء المتوسط الحسابي (3.1)، وهو مستوى "دون المرتفع" من أيضاً. وتتعارض هذه النتيجة مع ما أشارت إليه برهم من أن وجودها على مجموعة الطلبة على تطبيق "واتساب" جعلها تكون على دراية باتجاهات الطلبة.

وترى الباحثة أن هذه النتائج منطقية جداً حيث أن الإدارة لا تستطيع تلبية جميع مطالب الطلبة، وهناك قيود هيكلية تحد من قدرة استجابة الإدارة لمطالب الطلبة. وترى الباحثة أن تجاهل دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة لشكاوى الطلبة وتعليقاتهم يدخل في إطار استراتيجية التقليل، أي تحجيم الأزمة ومنع تضخيمها أو حصرها في الإطار الذي يمكنها من السيطرة عليها. وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Hermiyetti & Ari, 2020) من حيث أنه يصعب تنفيذ الاستجابة السريعة للأزمات بسبب القيود الإدارية والتسلسل الهرمي التنظيمي. وهو ما أكدته (ع. ق) في مقابله، حيث أوضح أن هناك مرونة لدى الجامعة في التعامل مع مطالب الطلبة، إلا أنها لا تستطيع تلبية جميع المطالب.

الوساطة الاجتماعية وفعالية التواصل الرقمي في تقوية استجابة دائرة العلاقات العامة أثناء الازمات وفيما يتعلق بالنشر على مواقع التواصل الاجتماعي وتنوع الأساليب الاتصالية والنشر على وسائل الاعلام المختلفة في الاستبانة فقد أشار جدول (7)، عبارة (6)، إلى استخدام العلاقات العامة أساليب اتصالية متنوعة، حيث نشرت المعلومات على وسائل الإعلام المختلفة، وكان المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.39)، وبدرجة متوسطة (أي غير مرتفعة). في حين ظهرت بدرجة مرتفعة في جدول (6) عبارة (10)، حيث أشارت إلى أن دائرة العلاقات العامة على تواصل مستمر مع الطلبة عبر موقع زاجل، وهو الموقع الخاص بالتواصل مع الطلبة في الجامعة، لإعلامهم بالمستجدات والخُطط قصيرة المدى حول آلية التعليم وطريقة تقديم الامتحانات. وتشير عبارة رقم (2) في جدول (7) إلى استخدام دائرة العلاقات العامة صفحة الجامعة الرسمية لإعلام الطلبة بالتطورات والمستجدات حول الأزمة التعليمية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.68) وبدرجة مرتفعة. إن التعارض في نتيجة هذه العبارات يشير إلى أن هناك خللاً في إجابات الطلبة على هذه العبارة. إلا أن الباحثة تميل إلى النتيجة التي تشير إلى أن هناك رضاً مرتفعاً تجاه التواصل بين الجامعة والطلبة، وبخاصة في مجال تزويد الطلبة بالمعلومات، حيث أن الطالبة هي واحدة من طلبة الجامعة الذين يتابعون هذه الأزمة، بالإضافة إلى أن مجمل إجابات الطلبة على أسئلة الاستبانة، وإجابات المبحوثين في المقابلات المعمقة تشير إلى أن التواصل كان مرتفعاً، وتزويد الطلبة بالمعلومات كان مرتفعاً أيضاً.

فيما يتعلق بالإعلان عن الأعطال في المواقع، فقد بلغ المتوسط الحسابي (عبارة 5) (3.35)، بدرجة متوسطة أيضاً (أي غير مرتفعة) من وجهة نظر الطلبة. إلا أن هذه النتيجة تعارضت أيضاً عما ورد في المقابلات، حيث أكد السرجلي على فاعلية هذه المواقع في تقديم المعلومات، وأكد الخياط أيضاً على أهمية التواصل الرقمي في تقديم المعلومات الضرورية. أما ممثل مجلس اتحاد الطلبة (ع. ق) فقد اعتبر أن الأساليب الاتصالية لم تكن بالشكل المطلوب، مؤكداً نتيجة الاستبيان. ولكن، حسب قوله، عملت دائرة العلاقات العامة على تطوير هذه الأساليب واستطاعت تجاوز المشكلات. واعتبر (ع. ق) أن وجود

السرغلي (كمدير دائرة العلاقات العامة) كان له دور إيجابي في التعامل مع الأزمة والتواصل مع الطلبة. وتتفق هذه النتائج مع أهمية نموذج الوساطة الاجتماعية في الأزمات، حيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في وضع استراتيجية محكمة للاستجابة للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فالاحتياجات العاطفية والمعلوماتية هي السبب الكامن وراء استخدام هذه المواقع، وهو ما يشير إلى أسباب استخدام دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي في الأزمة.

أثر المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من الأزمة

أشارت النتائج في جدول (8) التي تتعلق بأثر المعلومات في الحد من الأزمة بشكل عام إلى نتيجة ليست مرتفعة (أي متوسطة)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.37). ففي العبارة (1) من الجدول، والتي تشير إلى أثر المعلومات المتداولة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة التعليمية سلبية، كان المتوسط الحسابي (3.33)، مما يعني أن المعلومات المتداولة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي إيجابية (وليس سلبية)، أي عكس النتيجة. وفي العبارة (4) حول أثر التعليقات السلبية للجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في تفاقم الأزمة التعليمية جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي (3.40)، أي أن المبحوثين يرون أن التأثيرات السلبية لتعليقات الجمهور كانت محدودة (ولم تكن مرتفعة) في تفاقم الأزمة.

أما فيما يتعلق بالعبارة (3) والتي تنص على أن المعلومات التي نشرتها دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد أسهمت في فهم الأزمة التعليمية بشكل أفضل، فقد حصلت على درجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي (3.40). وهذه النتيجة تدل على أن دائرة العلاقات العامة نجحت عرض المعلومات التي يتوجب على الطلبة معرفتها، ونجحت في تحقيق الهدف من ذلك، وهو "فهم الأزمة بشكل أفضل". وفي عبارة (7) حول إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات بشكل كبير وبسرعة، كانت النتيجة أيضاً مرتفعة، وبمتوسط حسابي (3.45)، وهي نتيجة تعزز العبارة السابقة. وتؤكد دراسة أبو سريع

(2017) هذه النتائج، حيث تشير الدراسة إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، بما في ذلك نشر المعلومات والسعي لتقريب وجهات النظر.

إن فعالية الوسائل الاتصالية تساعد في الحصول على المعلومات الدقيقة والسريعة، وتسهم في الحفاظ على سمعة المنظمة، وهو ما عززته دائرة العلاقات العامة. فقد أشارت نتيجة الاستبانة في العبارة (5) في جدول (8) إلى أن دائرة العلاقات العامة ركزت اهتمامها على المحافظة على سمعة الجامعة خلال الأزمة، والحرص على بقاء صورتها مشرقة لدى الجماهير المختلفة، وجاءت بمتوسط حسابي (3.48)، وهي نتيجة مرتفعة. وأظهرت نتيجة العبارة (6)، والتي تتحدث عن أن التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي كان له أثر في جذب عدد أكبر من الطلبة لمتابعة الأحداث حول أزمة التعليم، درجة مرتفعة، بمتوسط حسابي (3.43). وهذا يشير إلى أن هناك تفاعلاً على مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الأطراف، والذي انعكس إيجاباً على متابعة الطلبة للأحداث المتعلقة بالأزمة. وهذا ما أظهرته نتائج المقابلات مع الإدارة ودائرة العلاقات العامة من أن الجامعة استخدمت أساليب اتصالية فعالة في التواصل مع الطلبة.

وأظهرت نتائج العبارات (2) و(9) و(11) أن هناك رضا متوسطاً (أي بدرجة غير مرتفعة) لدى الطلبة فيما يتعلق بدور العلاقات العامة في أمور مهمة، تتعلق في الغالب ببث روح التفاؤل لدى الطلبة من خلال توضيح العلاقات العامة للمعلومات حول الأزمة التعليمية (عبارة 2، بمتوسط حسابي (3.35)، وبمدى وجد صفحات رسمية مخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على شكاوى ومقترحات الطلبة (عبارة 9، بمتوسط حسابي (3.16)، وكذلك قيام العلاقات العامة بفتح المجال أمام الطلبة للتعليق وتقديم الشكاوى عبر صفحات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي (عبارة 11، بمتوسط حسابي (3.34). وترى الباحثة أن عدد الطلبة كبير جداً، ولا يمكن لدائرة العلاقات العامة إعطاء المجال بشكل واسع لتقديم شكاوى أو مقترحات، خاصة أن هذه الأزمة لم تنتج عن خطأ قصدي من قبل الجامعة، وإنما كانت الجامعة ضحية لها. لذلك، كان عليها اتخاذ قرارات سريعة ومدروسة كي تتمكن من تجاوز الأزمة، على

اعتبار أن تجاهل الأزمة، أو إهمالها، أو التقليل من خطورتها، قد يؤدي إلى انهيار المؤسسة. وهذا يعني أنه يجب على المؤسسة العمل على التعافي من الأزمة بأسرع وقت ممكن.

استخدام العلاقات العامة للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) في أزمة التعليم الإلكتروني

أشارت نتائج الاستبيان في الجدول (9) حول استخدام العلاقات العامة للاستراتيجيات الاتصالية في أزمة التعليم الإلكتروني إلى درجة متوسطة. فقد وجدت الباحثة أن استراتيجية إعادة البناء في العبارة (6)، والتي تتحدث عن الجهود من قبل دائرة العلاقات العامة في تحسين التواصل مع الطلبة، حصلت على درجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي (3.51). وبينت نتيجة الاستجابة للعبارة (5) التي تنص على الاحتياجات الطلبة الأكاديمية من خلال وضع نظام يجمع بين التعليم الإلكتروني والوجاهي لاستمرارية التعليم دون وجود عوائق خلال أزمة التعليم الإلكتروني، إلى نتيجة ليست مرتفعة في استراتيجية إعادة البناء (أي متوسطة)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.39). وتتعارض هذه النتيجة مع ما أشار إليه ممثل مجلس اتحاد الطلبة (ع. ق) أن إدارة الجامعة ودائرة العلاقات العامة تعملان على وضع أساليب عديدة لضمان التواصل الفعال بين إدارة الجامعة وطلبتها. وأعطى مثلاً على هذه الوسائل، منها توفير لقاءات على برنامج زووم لتسهيل العمل للطلبة بدلاً من الحضور إلى حرم الجامعة.

وترى الباحثة أنه من المعلوم، وكونها طالبة في الجامعة تعيش الظروف والأوضاع في ظل الأزمة التي ترتبت على الحرب على غزة، فإن الجامعة وفرت الوسائل الإلكترونية اللازمة للتعليم والتواصل، الأمر الذي يؤكد ما قاله ممثل مجلس اتحاد الطلبة، ويتعارض مع نتيجة العبارة (5) المذكورة. فقد عملت دائرة العلاقات العامة جنباً إلى جنب مع الإدارة في وضع استراتيجيات مختلفة وبناءة للتعامل مع الأزمة. ويتفق ما توصلت له الباحثة مع دراسة حزر الله وسرحان (2021)، حيث أظهرت نتائج دراستهما إلى أهمية التأثير الواضح والمباشر للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من دائرة العلاقات العامة خلال الأزمة

بقرارات الإدارة العليا. أما في العبارة رقم (4) والتي أشارت إلى استجابة دائرة العلاقات العامة للاحتياجات النفسية للطلبة من خلال طمأننتهم بحتمية حل الأزمة، وانتظام التعليم لاحقاً، وعدم احتساب الفصول كدراسة إلكترونية خلال الأزمة، حيث حصلت على متوسط حسابي (3.37)، وهي نتيجة متوسطة. وتشير هذه النتيجة إلى قصور من ناحية دائرة العلاقات العامة في الاحتياجات النفسية للطلبة، وعدم إيلاء هذه المسألة الأهمية المناسبة من وجهة نظر الطلبة. أما فيما يتعلق بعبارة (3)، والتي نصت على أن دائرة العلاقات العامة بادرت بتقديم حلول للطلبة المتضررين من أزمة التعليم بشكل كبير، حيث أعلنت عن تسهيلات لآلية دفع الأقساط، فكان المتوسط الحسابي (3.39) وبدرجة متوسطة. إلا أن هذا يتعارض مع ما أشارت إليه المقابلات الثلاث في استخدام أسلوب إعادة البناء، حيث أكد الخياط أن الجامعة ركزت على تخفيف العبء المالي على الطلبة نظراً للأوضاع الاقتصادية الصعبة، واعتمدت الجامعة على نظام الفترتين في التدريس. هذا أدى إلى خلق فرص للطلبة في استمرارية التعليم ومراعاة الوضع الاقتصادي للبلاد.

وفيما يتعلق باستراتيجية التعزيز في جدول (9)، حصلت الفقرة الأولى حول قيام دائرة العلاقات العامة بإبراز صورة مشرقة لجامعة النجاح خلال الأزمة على درجة غير مرتفعة (أي كانت متوسطة)، وبمتوسط حسابي (3.37). إلا أن الفكرة ذاتها في جدول (8) في العبارة (5)، والتي نصت على تركيز دائرة العلاقات العامة اهتمامها على المحافظة على سمعة الجامعة خلال الأزمة والحرص على بقاء صورتها مشرقة لدى الجماهير المختلفة، جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي (3.48). وهذا يشير إلى تناقض في إجابات الطلبة، الأمر الذي قد يكون سببه عدم مصداقية الطلبة في الإجابة على هذه العبارة في الاستبانة، أو عدم وضوح موقف الطلبة من هذه المسألة.

أما فيما يتعلق باستراتيجية التقليل في جدول (9)، فإن موقف الطلبة كان مؤكداً للمقابلات حيث أكد البند المتعلق بالتقليل، والذي أشار إلى استخدام دائرة العلاقات العامة لغة تقلل من حدة الأزمة عن طريق وضع

حلول بديلة، إلى نسبة متوسطة (أي ليست بمرتفعة)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.16). أي أن المبحوثين لم يتفقوا بدرجة كبيرة على أن دائرة العلاقات العامة استخدمت استراتيجية التقليل في أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح، وهو ما أكدته جميع المقابلات في أهمية التواصل المستمر والشفافية التي من شأنها أن تُسهم في التخفيف من حدة القلق والتعامل مع الأزمة بشكل سليم. وهذه النتيجة تتعارض ما ذكرناه سابقاً حول عدم التعاطي بشكل كبير مع شكاوى الطلبة واستفساراتهم، وهو ما فسّرتة الباحثة بأنه أسلوب يدخل في إطار استراتيجية التقليل.

أي أن المبحوثين لم يتفقوا بدرجة كبيرة على أن دائرة العلاقات العامة استخدمت استراتيجية التقليل في أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح، وهو ما أكدته جميع المقابلات في أهمية التواصل المستمر والشفافية التي من شأنها أن تُسهم في التخفيف من حدة القلق والتعامل مع الأزمة بشكل سليم.

وفيما يتعلق باستراتيجية الإنكار، فقد كانت الجامعة واضحة في الأزمة، ولم تنكر وجودها. فقد حصلت العبارة (8)، والتي نصّت على أن دائرة العلاقات العامة سعت من خلال منشوراتها الإيحاء بأنه لا يوجد أزمة، بل يوجد إشكالات بسيطة سيتم حلها، وأن الأمور تسير بشكل طبيعي، على درجة متوسطة (أي غير مرتفعة)، بمتوسط حسابي (3.29). وهذا يعني المبحوثين لا يرون أن العلاقات العامة أنكرت وجود الأزمة، أو تجاهلتها. بل إن دائرة العلاقات العامة قامت بنشر منشورات واضحة وصريحة وشفافة حول الأزمة. وهذا ما أكدته برهم، من أن للشفافية دوراً كبيراً في الحفاظ على عملية التواصل مع الطلبة. وأكد ممثل مجلس اتحاد الطلبة أيضاً على أن إدارة الجامعة كانت تعترف منذ البداية بوجود الأزمة وتعمل بشكل مستمر لحلها، حيث وضعت خططاً للتعامل مع المشكلات الحالية، ووضعت خططاً استراتيجية لحل ما تتوقعه من مشكلات مستقبلية.

تتوافق الاستراتيجيات الاتصالية في الدراسة الحالية مع دراسة طلال (2021) حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات دراسة تحليلية على شركة أرامكو السعودية (2020) حيث اشارت نتائج الدراسة الى ان

شركة أرامكو اعتمدت على (4) محاور رئيسة في استخدام الاستراتيجية الاتصالية التي تسهم في العمل على حل الأزمة. وترى الباحثة أن آلية استخدام الاستراتيجية الصحيحة في ظل الأزمة يسهم بشكل كبير في العمل على تجاوزها، بل أيضا بتحويل تلك الأزمة إلى فرصة، وفق ما أشار إليه السرغلي من استخدام المسؤولية الاجتماعية في جامعة النجاح الوطنية لإنشاء نظام تعليمي إلكتروني تطوعي لطلبة قطاع غزة، شمل (3000) طالب وطالبة، وهي الفرصة التي تدخل في إطار استراتيجية التعزيز. وترى الباحثة من خلال التحليل للنتائج أن الجامعة استطاعت وبشكل كبير استخدام استراتيجيات مستحدثة لاستمرارية العملية التعليمية والعمل على تجاوز الأزمة بشكل سليم. وحيث أن الأزمة ما زالت مستمرة، فإن قدرة دائرة العلاقات العامة على التأقلم مع هذه الأزمة الكبيرة هو انجاز في حد ذاته.

نتيجة فحص الفرضية

أظهرت نتائج الجدول (10) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكلية ومجالات (أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها، استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. بينما جاءت الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$)، بين متوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمجالات (تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها) لصالح الإناث، وهذا يعني أن درجة رضا الطالبات عن مجالي أداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصالية التي استخدمتها

العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني، واتجاهات الطلبة نحوها جاءت أعلى من رضا الطلبة الذكور.

كما أظهرت النتائج في الجدول (13) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) بين مدينة من جهة وقرية ومخيم من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين يسكنون المدينة. أي أن هناك رضا لدى سكان المدن من المبحوثين عن أداء العلاقات العامّة بدرجة أعلى من القرى والمخيمات.

وأظهرت نتائج الجدول (14) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha < 0.05$) بين مُتوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة لمدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) على الدرجة الكلية والمجالات تعزى لمتغير التخصص. وهذا يعني أن رضا الطلبة في التخصصات العلميّة والأدبية لم تتأثر باختلاف التخصص حول مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024).

وتشير النتائج أيضا إلى وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) على مجالات تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها، بين المستوى العلمي (ماجستير) من جهة و(بكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثالثة، وبكالوريوس سنة رابعة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني

أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير راضون بدرجة أكبر عن مجالات (تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني، والأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها) من حملة الدرجات العلمية الأخرى.

وتبين النتائج أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) على مجال أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها بين المستوى العلمي (ماجستير) من جهة و(بكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثانية، وبكالوريوس سنة ثالثة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير يدركون بدرجة أكبر من حملة الدرجات العلمية الأخرى لأثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها.

كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) للدرجة الكلية ومجال استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار) بين المستوى العلمي ماجستير من جهة وبكالوريوس سنة أولى، وبكالوريوس سنة ثانية، وبكالوريوس سنة ثالثة، وبكالوريوس سنة رابعة فأكثر من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الطلبة الذين لديهم المستوى العلمي (ماجستير). وهذا يعني أن الطلبة الذين يحملون درجة الماجستير يدركون بدرجة أكبر من حملة الدرجات العلمية الأخرى لمدى استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار).

التوصيات

بناء على النتائج التي خرجت بها هذه الدراسة، فإن الباحثة توصي بما يلي:

- ضرورة اضطلاع العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، بل وفي كل المؤسسات، بالعمل على توصيل المعلومات بدقة وشفافية وشمولية ومسؤولية كاملة للجماهير، على اعتبار أن هذا من شأنه أن يعزز الثقة بين تلك الجماهير (وبشكل خاص الطلبة في هذه الدراسة) وبالمؤسسة (الجامعة)، وبدائرة العلاقات العامة التي تقوم بهذه المهمة. وتبرز هذه المسؤولية بشكل خاص في ظل الأزمات، وبشكل أخص عندما تكون المؤسسة ضحية للأزمة، كما في الحالة التي تناولها هذه.
- من الضروري أن تتوع دائرة العلاقات العامة الوسائل الاتصالية التي تستخدمها، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي حيث يرتفع مستوى التفاعل الجماهيري يزداد عبر تلك الوسائل. كما أن هذه المواقع تُسهّل على دائرة العلاقات العامة إيصال المعلومات بالشكل والوقت المناسبين. ويقع على العلاقات العامة في هذا السياق أيضا العمل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الأساليب التفاعلية بهدف إشعار الطلبة أنهم جزء فعال في صنع القرارات المختلفة.
- على دائرة العلاقات العامة العمل على وضع آلية لاستقبال شكاوى الطلبة ومقترحاتهم، ورفع تلك الشكاوى أو المخاوف المتكررة لإدارة الجامعة. ومن الضروري الاهتمام بشكل خاص على الاحتياجات النفسية للطلبة كمقدمة للتعامل مع تلك الشكاوى والمقترحات، مما يحقق تعزيز انتماء الطلبة للجامعة والرضا، وتحديدًا في ظل الأزمات.
- على المؤسسات (وتحديدًا الجامعات وفق هذه الدراسة) العمل على وضع برامج تدريبية لموظفي دائرة العلاقات العامة لتعزيز استراتيجيات التواصل الفعال، وتطبيق الاستراتيجية المناسبة، أو العمل على استخدام أكثر من استراتيجية في الأزمات المختلفة. فالإعداد للأزمة يُسهم بشكل كبير في معالجتها والتصدي لها، ويحصّن المؤسسة من المفاجآت والتطورات غير المتوقعة. فالحاجة لجهود العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور وتوثيق العلاقة معه والحصول على دعمه للمؤسسة ليست فقط في أوقات

الرخاء، بل إنها تكون تحت المحك في ظل الأزمات التي تتطلب مهارات مميزة لتخطي الأزمة بأقل الخسائر، وتحويلها من "محنة إلى منحة".

- على دائرة العلاقات العامة أن تعمل على إجراء تقييم ذاتي لأدائها بشكل دوري. كما أن عليها أن تحصل على تقييم إدارة المؤسسة، وكذلك الجمهور (الجامعة والطلبة في الحالة التي تمت دراستها في هذه الرسائل) لعملها، والتعرف على جوانب القصور للعمل على تجاوزها، كالعامل على دعم الأنشطة التي تعزز التواصل في أوقات الأزمات، لإدارة الأزمات المستقبلية بفاعلية.
- من المهم أن تنتبه دائرة العلاقات العامة لضرورة الاهتمام بتعزيز الشراكة مع مؤسسات المجتمع المحلي بهدف الحصول على الدعم والمساندة في الأزمات المختلفة، الأمر الذي يحقق مستوى أعلى من الأداء للمؤسسة، ويقطع الطريق على من يسعى للإضرار بها، ويحبط أساليب بث الشائعات والأخبار الزائفة، ويجسد التلاحم بين المؤسسة وبيئتها الاجتماعية.

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

ابو اصبح، صالح خليل. (2017). *العلاقات العامة والاتصال الانساني*. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

ابو سريع، انجي محمد. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان* ، الصفحات 305-350.

التتجي، معن. (2018). *اداة المتابعة والتقييم*. الرياض: سبر للاستشارات.

جعفر، هشام. (12 10, 2023). *بين طوفان الاقصى والسيوف الحديدية* . تم الاسترداد من الجزيرة نت:

<https://tinyurl.com/msas8tdb>

الحلبي، حسن. (2016). *مبادئ في العلاقات العامة* . بيروت: دار منشورات عويدات.

الدليمي، عبد الرازق. (2015). *العلاقات العامة وادارة الأزمات* . عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

رمضان، حلمي موفق. (2021). دور العلاقات العامة في إدارة الإستراتيجية الاتصالية الأمنية : دراسة

تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية الفلسطينية. *رسالة ماجستير*. نابلس،

فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

طلال، سراج. (2021). *دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات - دراسة تحليلية على شركة أرامكو*

السعودية (2020م). جدة: قسم الصحافة والإعلام الرقمية والإلكترونية .

عبد، محمود يوسف ، و طايح، سامي. (2004). *مقدمة في العلاقات العامة*. القاهرة: التعليم المفتوح

كلية الإعلام.

عجوة، علي. (2020). *العلاقات العامة* . القاهرة: عالم الكتب.

عجوة، علي و فريد، كاريمان. (2008). *ادارة العلاقات العامة بين الاستراتيجية وادارة الأزمات*. القاهرة:

عالم الكتب للنشر والتوزيع.

عجوة، علي. (2005). *العلاقات العامة في المجال التطبيقي* . القاهرة: التعليم المفتوح كلية الإعلام .

- عودة، احمد وملكاوي، فتحي حسن. (1992). *أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، عناصر البحث ومناهجه والتحليل الإحصائي*. اريد: مكتبة الكتابي.
- الغول، سامر خالد. (2015). *استراتيجيات الاستجابة للأزمات المحتملة الناجمة عن حوادث المدارس الخطيرة في ضوء نظرية الاتصال الموقفية للازمات*. رام الله، فلسطين: جامعة بيرزيت.
- قاسم، عامر. (2023). *مبادئ نظريات*. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.
- قنديل، انيسة عطية. (2014). *الاستبانة كاداة بحث علمي*. غزة: الولي للنشر والتوزيع.
- كوع، معين. (2023). *نظريات ونماذج*. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.
- مزازي، فريال بن. (15, 6, 2020). *فعالية الاتصال في ادارة الأزمات في المؤسسات (المنطلقات والاسس)*. سيولوجيا الجزائر ، الصفحات 246-263.
- المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2014). *معجم مصطلحات العلاقات العامة*. عمان: دار اسامة للنشر.
- المشهداني، سعد سلمان. (2018). *منهجية البحث العلمي*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- موسى، باقر. (2014). *الصورة الذهنية في العلاقات العامة*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- النعيمي، محمد عبد العال ، البياتي، عبد الجبار توفيق ، وخليفة، غازي جمال. (2015). *طرق ومناهج البحث العلمي*. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- هتيمي، حسين. (2017). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- العبادي، يوسف والطائي، هاشم. (2016). *مناهج البحث العلمي*. عمان : دار الايام للنشر والتوزيع .

- Hamzah, M. R., & Ahmad, N. (2020, 12). Adaptation of Social Mediated Crisis Communication Model: A Systematic Review. *www.researchgate.net*, pp. 41-46.
- Jeong, S.-H. (2009, 9 3). *Public's Responses to an oil spill accident: A test of the attribution theory and situational crisis communication theory*. Retrieved from Public Relations Review: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811109000605>
- Kim, J. (2019, 9). *Underlying processes of SCCT: Mediating roles of preventability, blame, and trust*. Retrieved from Public Relations Review: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811119300165>
- Kong, S., & Chen, H. (2022). Revisiting the SMCC model: How Chinese public relations practitioners handle social-mediated crises. *Public Relations Review*.
- Laufer, D., & Wang, Y. (2024, 9). Special issue on the spillover effect of crises. *Public Relations Review*.
- Li, L., Zhou, J., Zhuang, J., & Zhang, Q. (2023, 3). Gender-specific emotional characteristics of crisis communication on social media: Case studies of two public health crises. *Information Processing & Management*.
- Yum, j., & Jeong, S. (2015). Examining the Public's Responses to Crisis Communication from the Perspective of Three Models of Attribution. *Journal of Business and Technical Communication*.
- A tutorial on correlation coefficients, information- retrieval*. (2018, 7 18). Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/c3e1/095209d3f72ff66e07b8f3b152fab099edea>

- Andem, E. (2014, 2). MANAGING REPUTATION RISK AND SITUATIONAL CRISIS IN HIGHER. *Independent Journal of Management & Production*, pp. 458-479.
- Anggadwita, G., Indarti, N., & Ratten, V. (2024, 3). Changes in Indonesian private universities educational practices in the post COVID-19 environment. *The International Journal of Management Education*.
- Austin, L., & Yan, J. (2016). *Social media and crisis communication: Explicating the social-mediated crisis communication model*. Strategic Communication. Routledge.
- Austin, L., Brooke, L., & Yan, J. (2012). *How Audiences Seek Out Crisis Information: Exploring the Social-Mediated Crisis Communication Model* (Vols. 188-207). Journal of Applied Communication Research.
- Avery, E., Lariscy, w., Kim, S., & Hocke, T. (2010). The Social-Mediated Crisis Communication Model: Guidelines for Effective Crisis Management through Social Media. *Public relation Review*, 36(3), 185-196.
- Barkley, K. (2020, 9 3). *Public Relations Review*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811120300382>: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811120300382>
- Bartimoro, M., & Dilenschneider, R. (2010). *The ama Ama Handbook of public Relations*. AMACOM Division of American Management Association International.
- Basha, L. M. (2023, 4). The Effectiveness of Situational Crisis Communication Theory in Assessing Personal Political Apologies: A Case Study Approach.
- Claeys, A.-S., & Cauberghe, V. (2012). Crisis response and crisis timing strategies, two sides of the same coin. *Public Relations Review*, 38(1), 83-88.
- Claeys, A.-S., & Cauberghe, V. (2014). What makes crisis response strategies work? The impact of crisis involvement and message framing. *Journal of Business Research*, 67(2), 182-189.

- Coombs, T. W. (2007, 9 14). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. <https://link.springer.com/>, pp. 163–176.
- Coombs, W. T. (2023). *Ongoing Crisis Communication*. London: SAGE Publications.
- Dennis, W., Philip, A., & Warren, A. (1986). *Public relations, strategies and tactics*. New York: Harper & Row publisher.
- Deran, N., & Naidu, P. (2016). The Impact of utilizing social media as a communication platform during a crisis within the oil industry. *Procedia Economics and Finance*, 35(2), 650-658.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. (2003). *How to design and evaluate research in education*. San Francisco: McGraw-Hill.
- Garcia, E. (2011, 1 8). *A Tutorial on Correlation Coefficients*. Retrieved from <https://rb.gy/zolrks>: <https://rb.gy/zolrks>
- Hermiyetti, H., & Ari, S. (2020). MODEL OF CRISIS COMMUNICATION MANAGEMENT IN THE PERSPECTIVE OF SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY AT THE TRANSPORTATION MINISTRY. <https://jurnal-iski.or.id/>.
- Huang, Y., & Lin, Y. (2004). Construction of Internet crisis management model: Analysis of relations between situation, Internet communications, and responses from organizations. *Construction of Internet crisis management model: Analysis of relations between situation, Internet communications, and responses from organizations*.
- Jin, Y., & Austin, L. L. (2017). *Social Media and Crisis Communication*. New York: Routledge.
- Kyhn, H. (2008). *SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY: IT IS USE IN A COMPLEX CRISIS WITH SCANDINAVIAN AIRLINES' GROUNDING OF DASH 8-Q400 AIRPLANES*. Aarhus, Denmark: Aarhus School of Business.

- Mitroff, I., & Anagnos, G. (2001). *Managing Crisis Before They Happen: What Every Executive and Manager Needs to Know About Crisis Management*.
- Nazri, N., Hamzeh, M., & Rezal, A. (2020). *Adaptation of Social Mediated Crisis Communication Model: A Systematic Review*. *School of Human Development and Techno communication (iKOM), University Malaysia Perlis* (Vol. 9). *Journal of Human Development and Communcation*.
- Regester, M., & Larkin, J. (2005). *Risk issues and crisis management: A casebook of best practice*. London (3rd ed.). Kogan Page publisher.
- Rongting , N. a., & Ma, X. (2023, 12). *Warranted inferences of mediation and possibility of a threshold effect: Verifying the mediating effects of anger in situational crisis communication theory*. Retrieved from *Public Relations Review*:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811123000875>
- Seeger, M. (2006). *Best Practices in Crisis Communication: An Expert Panel Process*. *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), 232-244.
- Zhang, N., Wang, X., Guo, X., Cheng, X., & Pang, Z. (2024, 3). *How organization response influences public sentiment and behavior in online crises: The role of response strategies, tenor of discourse and executives*. *Public Relations Review*.

الملاحق

ملحق أ

الاستبانة

مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024)

عزيزي/ عزيزتي المشاركة/ة

أود دعوتكم للمشاركة في استبانة تهدف الى جمع بيانات مهمة ستستخدم لأغراض لبحث العلمي، والذي أقوم بالعمل عليه كجزء من متطلبات لحصول على درجة الماجستير، مشاركتكم القيمة ستسهم في نجاح هذا البحث وتقديم رؤى جديدة في هذا المجال.

تم تصميم الاستبانة لتكون سهلة وسريعة، ولن تستغرق من وقتكم الثمين سوى بضعة دقائق كما أود التأكيد على أنّ، جميع المعلومات سيتم التعامل معها بسرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

الباحثة: لينا يحيى باكير

أولاً: البيانات الأولية:

من فضلك ضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة لك:

النوع الاجتماعي: ذكر () أنثى ()

مكان السكن: مدينة () قرية () مخيم ()

التخصص :

كلية علمية () كلية إنسانية ()

المستوى العلمي:

بكالوريوس سنة أولى () بكالوريوس سنة ثانية () بكالوريوس سنة ثالثة ()

بكالوريوس سنة رابعة فأكثر () ماجستير () دكتوراه ()

يرجى الإجابة على الأسئلة المطروحة بكل موضوعية:

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض بشدة
المحور الأول: تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني						
1	كانت دائرة العلاقات العامة سريعة في تقديم المعلومات الواضحة وسهلة الفهم للطلبة خلال أزمة التعليم الإلكتروني.					
2	كانت دائرة العلاقات العامة سريعة في تقديم المعلومات الصادقة للطلبة خلال الأزمة التعليمية.					
3	قامت دائرة العلاقات العامة بإعلام الطلبة حول قرارات أزمة التعليم الإلكتروني بشكل مستمر.					
4	قامت دائرة العلاقات العامة بمعالجة أزمة التعليم بسرعة عن طريق اتخاذ التدابير الناجعة لمنع تكرار الأزمة التعليمية مستقبلاً.					
5	كانت هناك جهود واضحة في مواجهة الشائعات من قبل العلاقات العامة خلال أزمة التعليم الإلكتروني.					
6	بدأت دائرة العلاقات العامة باتخاذ قرارات واضحة للعمل على معالجة أزمة التعليم الإلكتروني.					
7	استجابت دائرة العلاقات العامة لتطورات أزمة التعليم بشكل كبير، حيث أن الحرب استمرت لفترة طويلة.					
8	نظمت دائرة العلاقات العامة ورش وجلسات تدريبية للطلبة للتعليم الإلكتروني وكيفية تحقيق أقصى استفادة في ظل تراجع التعليم وجاهياً.					
9	استخدمت دائرة العلاقات العامة أساليب جديدة من ناحية تكنولوجية وبرمجية كوجود بدائل في حالة تعطل الزوم، أو تسجيل المحاضرات في حال عدم تمكن الطالب من حضورها.					

					10	كانت دائرة العلاقات العامة على تواصل مستمر مع الطلبة عبر موقع زاجل الإلكتروني لإعلامهم بالمستجدات والخُطط قصيرة المدى حول آلية التعليم وطريقة تقديم الامتحانات.
					11	أسهمت المعلومات التي قدمتها دائرة العلاقات العامة حول التعليم الإلكتروني في زيادة وعي الطلبة بكيفية التعامل خلال الأزمات المشابهة.
المحور الثاني: الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها						
					1	تواصلت دائرة العلاقات العامة مع الطلبة عن طريق ناطق رسمي للأداء بالتصريحات والبيانات الصحيحة.
					2	استخدمت دائرة العلاقات العامة صفحة الجامعة الرسمية لإعلام الطلبة بالتطورات والمستجدات حول الأزمة التعليمية.
					3	استجابت دائرة العلاقات العامة لاستفسارات الطلبة حول أزمة التعليم بشكل فعال عبر وسائل الاتصال المختلفة.
					4	كانت رسائل العلاقات العامة تكتفها الغموض في المعلومات المختلفة حول أزمة التعليم.
					5	استخدمت العلاقات العامة أسلوب نشر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي.
					6	استخدمت العلاقات العامة أساليب اتصالية متنوعة حيث نشرت المعلومات على وسائل الإعلام المختلفة
					7	عملت دائرة العلاقات العامة على التعرف إلى اتجاهات الطلبة حول أزمة التعليم.
					8	قامت دائرة العلاقات العامة بالإعلان عن الخلل أو استخدام أساليب جديدة استخدمت في التعليم الإلكتروني وقامت

					بإعلان ذلك عبر الصفحات الخاصة بالجامعة
المحور الثالث: أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها					
					1 كان أثر المعلومات المتداولة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة التعليمية سلبية.
					2 استطاعت دائرة العلاقات العامة بث روح التفاؤل لدى الطلبة من خلال توضيحها للمعلومات حول الأزمة التعليمية
					3 كانت المعلومات الرسمية من الجامعة التي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في فهم أزمة التعليم بشكل أفضل.
					4 كان للتعليقات السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور أثر في تفاقم الأزمة التعليمية
					5 ركزت دائرة العلاقات العامة اهتمامها على المحافظة على سمعة الجامعة خلال الأزمة والحرص على بقاء صورتها مشرقة لدى الجماهير المختلفة.
					6 كان للتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي أثر في جذب عدد أكبر من الطلبة لمتابعة الاحداث حول أزمة التعليم
					7 كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في انتشار المعلومات بسرعة كبيرة.
					8 كانت المعلومات متضاربة على مواقع التواصل الاجتماعي مما عرقل من فهمي للأحداث.
					9 كان هناك صفحات مخصصة ورسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على شكاوى ومقترحات الطلبة.
					10 عزز التواصل المستمر لدائرة العلاقات العامة مع الطلبة من زيادة الشعور

					بالانتماء للجامعة.
					11 قامت العلاقات العامة بفتح المجال أمام الطلبة للتعليق وتقديم الشكاوى عبر صفحات الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي
المحور الرابع: استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفحة)، والتقليل، والإنكار)					
					1 قامت دائرة العلاقات العامة بإبراز صورة مشرقة لجامعة النجاح خلال الأزمة التعليمية.
					2 أدت جهود العلاقات العامة في مواجهة أزمة التعليم الى زيادة الثقة بين الطلبة والجامعة بشكل أكبر مما كانت عليه في السابق.
					3 بادرت دائرة العلاقات العامة بتقديم حلول للطلبة المتضررين من أزمة التعليم بشكل كبير حيث أعلنت عن تسهيلات لآلية دفع الأقساط.
					4 استجابت دائرة العلاقات العامة لاحتياجات الطلبة النفسية من خلال طمأنتهم بحتمية حل الأزمة التعليمية وانتظام التعليم لاحقاً وعدم احتساب الفصول كدراسة الكترونية خلال الأزمة.
					5 استجابت دائرة العلاقات العامة لاحتياجات الطلبة الأكاديمية من خلال وضع نظام يجمع بين التعليم الإلكتروني والوجهي لاستمرارية التعليم دون وجود عوائق خلال أزمة التعليم الإلكتروني.
					6 كانت هناك جهود كبيرة من قبل دائرة العلاقات العامة لتحسين الخدمات المقدمة من قبلها في الأزمة (مثل تقديم الخدمات الإلكترونية في التعليم، والتواصل المستمر مع الطلبة).
					7 تستخدم دائرة العلاقات العامة لغة تقلل من حدة الأزمة التعليمية عن طريق وضع حلول بديلة.

					8	حاولت دائرة العلاقات العامّة من خلال منشوراتها الإيحاء بأنه لا يوجد أزمة، بل يوجد إشكالات بسيطة سيتم حلها، وأن الأمور تسير بشكل طبيعي.
					9	اعتبرت دائرة العلاقات العامّة أنه لا يوجد تأثير سلبي للحلول التي وضعتها للأزمة على المسيرة التعليميّة، وبالتالي لن يتضرر الطلبة نتيجة لذلك.

كيف يمكن لدائرة العلاقات العامّة في جامعة النجاح تعزيز تواصلها مع الطلبة بشكل أفضل خلال

الأزمات؟ يرجى تقديم اقتراحاتك

.....

.....

شكرا لحسن تعاونكم

ملحق ب

أسئلة المقابلة الشخصية للإدارة

- بماذا تميزت هذه الأزمة عن الأزمات السابقة؟
- كيف يمكن الاستفادة من هذه الأزمة لتحويلها إلى فرصة؟
- هل كانت الأساليب الاتصالية فعالة واستطاعت التغلب على الخوف المنتشر لدى الطلبة حول آليّة التعليم؟ وما الدليل على أنها كانت فعالة إذا كان الجواب نعم؟
- كيف تم الحصول على آراء الطلبة وتوجهاتهم؟
- كيف قامت دائرة العلاقات العامّة بتشكيل فريق إدارة الأزمة وما هي المهام المنوطة إليهم أثناء الأزمة؟
- ما الاستراتيجيات التي اتبعتها دائرة العلاقات العامّة في جامعة النجاح الوطنيّة لإدارة أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح (2023-2024)؟ (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)؟
- ما الأهداف الأساسية التي عملت العلاقات العامّة على تحقيقها خلال الأزمة؟
- هل قامت دائرة العلاقات العامّة بالاستعانة بجهات خارجية للمساعدة في إدارة الأزمة؟ وكيف تم ذلك؟
- ما أنواع الوسائل الاتصالية التي استخدمتها دائرة العلاقات العامّة للتواصل مع الطلبة وإعلامهم بمستجدات الأزمة؟
- كيف تم تقييم أداء دائرة العلاقات العامّة والخُطط المتبعة في تلك الأزمة؟
- ما التحديات التي شكلت معيقاً لعمل العلاقات العامّة؟ وكيف قامت العلاقات العامّة بالتعامل معها؟
- ما الذي استفادته العلاقات العامّة من هذه الأزمة، بحيث تستطيع مواجهة أزمات مستقبلية لو حدثت؟
- ما ردود أفعال الطلبة حول الوسائل الاتصالية التي اتبعتها دائرة العلاقات العامّة في حل أزمة التعليم الإلكتروني؟

- ما الأسس التي جعلت دائرة العلاقات العامّة تختار وسيلة ما دون غيرها؟
- ما الدليل على أنها كانت فعّالة إذا كان الجواب نعم؟
- هل كانت دائرة العلاقات العامّة على اتصال دائم مع الطلبة وسمحت لهم بإعطاء آرائهم حول الأزمة؟ وكيف تم ذلك؟
- كيف قيم الطلبة جودة المعلومات التي تم تقديمها لهم خلال الأزمة من قبل دائرة العلاقات العامّة؟ وكيف علمت دائرة العلاقات العامّة بتلك الآراء (حول جودة المعلومات)؟ ما هو الدليل على ذلك؟

ملحق ج

أسئلة مقابلة مجلس اتحاد الطلبة في جامعة النجاح الوطنية خلال أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة

النجاح (2023-2024)

- 1- ما الوسائل الاتصالية التي تم استخدامها من قبل إدارة الجامعة ودائرة العلاقات العامة مع الطلبة وممثليهم خلال فترة الأزمة؟
- 2- كيف استجاب الطلبة لأساليب التواصل (الوسائل الاتصالية) التي استخدمتها دائرة العلاقات العامة في أزمة التعليم الإلكتروني في جامعة النجاح؟
- 3- هل تعتقد كممثل عن الطلبة أن هناك رضا في آلية التواصل بين العلاقات العامة في جامعة النجاح وممثلي الطلبة في الوصول الى حلول ترضي الطرفين؟
إذا كانت الإجابة (لا) يرجى توضيح الأسباب التي أدت الى التقييم السلبي؟
- 4- كيف يقيم الطلبة أداء دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية خلال أزمة التعليم الإلكتروني؟
- 5- ما المقترحات التي تلقاها مجلس للطلبة من إدارة الجامعة والعلاقات العامة لحل الأزمة؟ وما المقترحات التي قدمها مجلس الطلبة للجامعة للعمل على تحقيقها خلال فترة الحرب على غزة؟
- 6- هل عبر المجلس عن مجموع الطلبة تجاه حل الأزمة وما هي الآلية التي استخدمها المجلس للتعرف على اتجاهات الطلبة نحو الأزمة؟
- 7- كيف اثرت المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي في تقاوم الأزمة او العمل على تخفيف حدتها؟
- 8- هل كانت الإدارة ودائرة العلاقات العامة واضحة في تقديم المعلومات التي تخص التطورات والمستجدات التي تحدث في الأزمة؟ هل كانت تقدم المعلومات الكافية؟ وهل كان هناك صراحة

ووضوح من قبل الجامعة، وكذلك من قبل الطلبة في الحوارات والاتصال بين الطرفين حول الأزمة وكيفية حلها؟

9- هل كانت المعلومات التي تنشرها العلاقات العامة وإدارة الجامعة واضحة وصريحة وتتعترف بوجود الأزمة، وبمطالب الطلبة؟

10- هل كان لدى إدارة الجامعة والعلاقات العامة مرونة في التعاطي مع مطالب الطلبة؟ وهل كان هناك استجابة لحاجات الطلبة حول المعلومات الصحيحة والدقيقة لآخر تطورات الأزمة؟

11- كممثل عن الطلبة، ما هي مقترحاتك لدائرة العلاقات العامة للعمل على تحسين استراتيجيات الاتصال مثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة او الايميلات او غيرها من الطرق للتواصل مع الطلبة في المستقبل (كون نتائج استبيانات الطلبة تشير الى عدم رضا عن استراتيجيات العلاقات العامة في الاتصال)؟

ملحق د

قائمة المحكمين

نموذج طلب تحكيم

جامعة النجاح الوطنية - نابلس - فلسطين

كلية الدراسات العليا

الدكتور المحكم حفظه الله.

تقوم الباحثة بدراسة لاستكمال متطلبات رسالة الماجستير في العلاقات العامة بعنوان " مدى فعالية

العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في إدارة الأزمات خلال الحرب على غزة (2023-2024)"

ومن أجل ذلك تم تطوير استبانة ويطلب من الشخص الذي تنطبق عليه هذه المقاييس أن يضع علامة

(x) داخل المربع الذي يناسبه، بحيث يبين مدى موافقته على العبارة التي تصفه كما يرى.

ولما كنتم من أهل العلم والدراية والاهتمام بهذا الموضوع، فأني أتوجه إليكم بإبداء آرائكم من خلال قراءة

كل فقرة من فقرات الاستبانة المرفقة، وبيان ما إذا كانت الفقرة مناسبة أم غير مناسبة للقياس، وإذا كانت

ملائمة أم غير ملائمة من حيث انتمائها للمجال الذي وضعت فيه، وإن كانت سليمة لغوياً أم غير سليمة،

وإبداء اقتراحاتكم فيما إذا كانت الفقرة بحاجة إلى تعديل أم لا، وإن كان هناك فقرات يمكن إضافتها.

وشكراً جزيلاً لحسن تعاونكم

الباحثة: لينا يحيى باكير

إشراف: د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

بيانات المحكم

اسم المحكم	الجامعة	الرتبة	التخصص
د. محمود محمد خلوف	العربية الأمريكية	أستاذ الإعلام الرقمي وعلون الاتصال (AAUP)	الإعلام الرقمي وعلوم الاتصال
د. هنادي دويكات	العربية الأمريكية	عميد كلية الاعلام الحديث	صحافة واعلام
د. إبراهيم العكة	النجاح الوطنيّة		الاتصال والإعلام الرقمي
د. حافظ أبو عياش	النجاح الوطنيّة	[استاذ مساعد	اعلام الكتروني
د. مروان زهد	مدير مركز الزيتونة للبحوث والاستشارات الإحصائية	أستاذ الإعلام الرقمي وعلوم الاتصال (AAUP)	إحصاء

ملحق هـ
تسهيل مهمة

التاريخ: 7 / 8 / 2024م

حضرة الدكتورة كفاح برهم المحترمة

عميدة كلية الدراسات العليا

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع: تسهيل مهمة

اسم الطالبة لنا يحيى عبد الرحم باكير رقم التسجيل 12154776 .

التخصص: علاقات عامة واتصال

عنوان الاطروحة:	مدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الوساطة الاجتماعية في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال الحرب على غزة (2023-2024)
فصل الاعتماد:	<u>الصفحي</u>
اسم المشرف:	<u>د. فريد أبو ضهير</u>
الجهة المخاطبة:	<u>مركز الحاسوب</u>
العينة المستهدفة:	<u>طالبة جامعة النجاح الوطنية</u>
المعلومات المراد جمعها:	<u>التوزيع للطلاب في مختلف المراحل الأكاديمية (الكالوريوس، الماجستير، والدكتوراه) في الكلية. في سنة (2023-2024) - عدد الطلاب المسجلين في كلية الدراسات الإنسانية بجامعة النجاح الوطنية في سنة (2023-2024)، وذلك لتحديد حجم العينة المناسبة للدراسة</u>
أداة البحث:	<u>استبانة</u>

ملحق و

الجدول

جدول 11

المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكُلتية ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.62	3.47	189	مدينة	تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات
0.68	3.27	141	قرية	العامّة في الجامعة خلال أزمة
0.74	3.13	48	مخيم	التعليم الإلكتروني
0.63	3.41	189	مدينة	الأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها
0.62	3.26	141	قرية	العلاقات العامّة مع الطلبة لحل
0.69	3.01	48	مخيم	أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات
0.58	3.43	189	مدينة	الطلبة نحوها
0.63	3.35	141	قرية	أثر المعلومات التي تم تداولها على
0.57	3.06	48	مخيم	مواقع التواصل الاجتماعي في
0.71	3.42	189	مدينة	تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها
0.75	3.28	141	قرية	استخدام العلاقات العامّة في جامعة
0.69	3.15	48	مخيم	النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة
				(التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)،
				والتقليل، والإنكار)

0.55	3.43	189	مدينة	
0.58	3.29	141	قرية	الدرجة الكلية
0.56	3.09	48	مخيم	

جدول 12

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير مكان السكن

مستوى الدلالة *	ف	مُتوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.00**	6.88	2.96	2	5.92	بين المجموعات	تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني
		0.43	375	161.31	داخل المجموعات	المجموع
0.00**	7.90	3.17	2	6.34	بين المجموعات	الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها
		0.40	375	150.64	داخل المجموعات	المجموع
0.00**	7.23	2.62	2	5.25	بين المجموعات	أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها
		0.36	375	135.98	داخل المجموعات	المجموع

	1.62	2	3.24	بين المجموعات	استخدام العلاقات العامة في
0.05*	3.10				جامعة النجاح للاستراتيجيات
	0.52	375	195.62	داخل المجموعات	الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء
		377	198.85	المجموع	(الصفقة)، والتقليل، والإنكار)
	2.45	2	4.91	بين المجموعات	
0.00**	7.85				
	0.31	375	117.31	داخل المجموعات	الدرجة الكلية
		377	122.22	المجموع	

*دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، **دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.01)$

جدول 13

نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات توظيف العلاقات العامة نظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير مكان السكن

مخيم	قرية	المستوى	المجال
.33736*	.20108*	مدينة	تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني
.39430*	.14654*	مدينة	الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها
.36992*	.28566*	مدينة	أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها
.26459*		مدينة	استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)
.34088*	.14122*	مدينة	الدرجة الكلية

*دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول 14

نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكُليّة ومجالات مدى توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الوساطة الاجتماعيّة في معالجة الأزمة التعليمية في جامعة النجاح الوطنيّة خلال الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير التخصص

المجالات	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامّة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني	كلية علمية	172	3.36	0.69	0.34	0.74
	كلية إنسانية	206	3.34	0.65		
الأشكال الاتصاليّة التي استخدمتها العلاقات العامّة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها	كلية علمية	172	3.33	0.65	0.66	0.51
	كلية إنسانية	206	3.28	0.65		
أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة أو التقليل منها	كلية علمية	172	3.38	0.62	0.82	0.42
	كلية إنسانية	206	3.33	0.61		
استخدام العلاقات العامّة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)	كلية علمية	172	3.30	0.73	0.83-	0.41
	كلية إنسانية	206	3.36	0.72		
الدرجة الكُليّة	كلية علمية	172	3.35	0.57	0.27	0.79
	كلية إنسانية	206	3.33	0.57		

جدول 15

المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكُليّة ومجالات توظيف العلاقات العامّة لنظرية الاتصال الموقفيّة ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعيّة في معالجة أزمة العمليّة التعليميّة في جامعة النجاح الوطنيّة خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير المستوى العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.60	3.25	35	بكالوريوس سنة أولى	تقييم الطلبة لأداء دائرة
0.65	3.41	55	بكالوريوس سنة ثانية	العلاقات العامّة في
0.70	3.19	83	بكالوريوس سنة ثالثة	الجامعة خلال أزمة
0.59	3.31	103	بكالوريوس سنة رابعة	التعليم الإلكتروني
			فأكثر	
0.65	3.58	89	ماجستير	
1.01	3.22	13	دكتوراة	
0.67	3.03	35	بكالوريوس سنة أولى	الأشكال الاتصاليّة التي
0.66	3.33	55	بكالوريوس سنة ثانية	استخدمتها العلاقات
0.61	3.20	83	بكالوريوس سنة ثالثة	العامّة مع الطلبة لحل
0.60	3.29	103	بكالوريوس سنة رابعة	أزمة التعليم الإلكتروني
			فأكثر	واتجاهات الطلبة نحوها
0.60	3.52	89	ماجستير	
0.94	3.24	13	دكتوراة	
0.72	3.24	35	بكالوريوس سنة أولى	أثر المعلومات التي تم
0.60	3.30	55	بكالوريوس سنة ثانية	تداولها على مواقع
0.65	3.20	83	بكالوريوس سنة ثالثة	التواصل الاجتماعي في
0.56	3.41	103	بكالوريوس سنة رابعة	تفعيل حدة الأزمة او
			فأكثر	التقليل منها
0.54	3.53	89	ماجستير	

0.67	3.23	13	دكتوراة	
0.76	3.25	35	بكالوريوس سنة أولى	استخدام العلاقات
0.70	3.30	55	بكالوريوس سنة ثانية	العامّة في جامعة
0.79	3.12	83	بكالوريوس سنة ثالثة	النجاح للاستراتيجيات
0.64	3.29	103	بكالوريوس سنة رابعة	الاتصاليّة (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)
0.68	3.63	89	ماجستير	
0.79	3.39	13	دكتوراة	
0.59	3.20	35	بكالوريوس سنة أولى	الدرجة الكليّة
0.58	3.34	55	بكالوريوس سنة ثانية	
0.58	3.18	83	بكالوريوس سنة ثالثة	
0.50	3.33	103	بكالوريوس سنة رابعة	
			فأكثر	
0.54	3.56	89	ماجستير	
0.76	3.27	13	دكتوراة	

جدول 16

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق لتوظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بواسطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير المستوى العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة *
تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني	بين المجموعات	7.79	5	1.56	3.64	**0.00
	داخل المجموعات	159.43	372	0.43		
	المجموع	167.22	377			
الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها	بين المجموعات	7.76	5	1.55	3.87	**0.00
	داخل المجموعات	149.23	372	0.40		
	المجموع	156.99	377			
أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها	بين المجموعات	5.81	5	1.16	3.19	**0.00
	داخل المجموعات	135.41	372	0.36		
	المجموع	141.22	377			
استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)	بين المجموعات	12.04	5	2.41	4.80	**0.00
	داخل المجموعات	186.81	372	0.50		
	المجموع	198.85	377			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	7.36	5	1.47	4.77	**0.00
	داخل المجموعات	114.86	372	0.31		
	المجموع	122.22	377			

**دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$)

جدول 17

نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لمدى توظيف العلاقات العامة لنظرية الاتصال الموقفية ونموذج الاتصال بوساطة اجتماعية في معالجة أزمة العملية التعليمية في جامعة النجاح الوطنية خلال فترة الحرب على غزة (2023-2024) تبعاً لمتغير مكان المستوى العلمي

المجال	المستوى العلمي	بكالوريوس سنة أولى	بكالوريوس سنة ثانية	بكالوريوس سنة ثالثة	بكالوريوس سنة رابعة فأكثر
تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة خلال أزمة التعليم الإلكتروني	ماجستير	.32564*	.39289*	.27039*	
الأشكال الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة مع الطلبة لحل أزمة التعليم الإلكتروني واتجاهات الطلبة نحوها	ماجستير	.48752*	.32087*	.23326*	
أثر المعلومات التي تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل حدة الأزمة او التقليل منها	ماجستير	.28606*	.22089*	.32787*	
استخدام العلاقات العامة في جامعة النجاح للاستراتيجيات الاتصالية (التعزيز، وإعادة البناء (الصفقة)، والتقليل، والإنكار)	ماجستير	.37150*	.32850*	.50900*	.33636*
الدرجة الكلية	ماجستير	.35827*	.22653*	.38657*	.23306*

*دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**THE EXTENT OF UTILIZING SITUATIONAL
COMMUNICATION THEORY AND THE SOCIAL
MEDIATION MODEL IN ADDRESSING
EDUCATIONAL CRISIS AT AN-NAJAH
NATIONAL UNIVERSITY DURING THE WAR ON
GAZA (2024-2023)**

By

Lina Yahya Bakir

Supervisor

Dr. Farid Abdul Fattah Abu Dhair

**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

**THE EXTENT OF UTILIZING SITUATIONAL
COMMUNICATION THEORY AND THE SOCIAL MEDIATION
MODEL IN ADDRESSING EDUCATIONAL CRISIS AT AN-
NAJAH NATIONAL UNIVERSITY DURING THE
WAR ON GAZA (2024–2023)**

By

Lina Yahya Bakir

Supervisor

Dr. Farid Abdul Fattah Abu Dhair

Abstract

This study aimed to identify the extent to which public relations at An-Najah National University employed the Situational Communication Theory (SCCT) and The Social - Mediated Crisis Communication Model (SMCC), during the war on Gaza (2023-2024), in relation to the crisis of the educational process.

The study used the descriptive analytical method, where the questionnaire and in-depth interview tools were used to find out the students' attitudes, as well as the assessment of university officials, in addition to the student union council, towards the performance of public relations in that crisis. The study community was represented by university students for the questionnaire tool, officials in the senior management of the university, as well as the student union council for the in-depth interview tool.

The sample size of the students was (378) individuals, while the sample size for interviews was (3) officials, in addition to a fourth interview was with a representative of the student union council. The results showed that there was a high degree of satisfaction with the role of Public Relations at the University in disseminating information quickly and accurately. As well as a high level of satisfaction about the University bearing the burden of the crisis and effectively managing it.

On the other hand, the results showed a lower level of satisfaction about responding to students' demands and complaints, and the results indicated that there were no statistically significant differences in students' assessment of Public Relations performance in crisis management due to gender and specialization variables, while there were differences due to place of residence and Specialization, where the level of satisfaction was for city residents more than residents of villages and camps, and for Masters more than bachelor students.

Keywords: Utilizing Situational Communication Theory (SCCT), Social Mediation Model (SMCC), Educational Crises, An-Najah National University, The War on Gaza (2023-2024).