

فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها

د. نهى محمد ياسين محمد*

إشراف :أ.د. علي عجوة**

إشراف مشارك : أ.م.د محمد عتران***

الملخص:

سعت المؤسسات الحكومية الأردنية إلى مواجهة الأزمات بطرق شتى، فسعت إلى التخطيط الوقائي، مع التخطيط العلاجي، وقامت بتشكيل لجان وفرق عمل لإدارة الأزمات، مع تعيين متحدث رسمي لها، والاهتمام بوسائل الإعلام المختلفة، والاتصال بالجمهور المعني بالأزمة وغيرها، ويقع هذا كله في نطاق عمل العلاقات العامة بشكل عام، والعلاقات العامة الرقمية (الإلكترونية) بشكل خاص، حيث تحرص العلاقات العامة الرقمية على التفاعل والتواصل الجيد مع مختلف أطراف الأزمة، مثل العاملين والجمهور الخارجي والمجتمع ووسائل الإعلام المختلفة، وذلك من خلال مواقع المؤسسات على شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الاتصال الإلكترونية المختلفة. وبناءً عليه، يمكن بلورة المشكلة البحثية تحديداً في التساؤل الآتي: "ما فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها بالمؤسسات الحكومية الأردنية؟". وتسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة والتعامل مع الأزمات والحد من تأثيراتها بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

الدراسة وصفية بالاعتماد على المنهج المسحي، وتشمل عينة من المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية على (الفيسبوك) لوزارة الصحة ومركز الأمن السيبراني في الأردن. باستخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل البيانات.

ولم ترصد الباحثة أية أنواع لأزمات واجهتها وزارة الصحة على الموقع الإلكتروني أو صفحتها على الفيسبوك، أما بالنسبة لمركز الأمن السيبراني؛ تصفحت الباحثة الصفحة الرسمية على الفيسبوك ووجدت أن المركز الوطني للأمن السيبراني اعتمد على استراتيجية الإعلام في تناوله لأزمة الهجمة السيبرانية، وقام المركز بإطلاق حملة إعلامية للحث على التحصين ضد الهجمات الإلكترونية باستخدام برامج مكافحة الفيروسات، والتدريب على التعامل مع المعلومات الزائفة والبرامج الضارة.

الكلمات المفتاحية: الفعالية، برامج العلاقات العامة الرقمية، مواجهة الأزمات.

* باحثة دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلام بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

*** الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

The Effectiveness of Digital Public Relations Programs in Addressing Crises and Mitigating Their Impact.

Ms. NUHA MOHAMMAD YASEEN MOHAMMD*

Abstract:

Jordanian government institutions have sought to address crises in various ways. They have pursued preventive and remedial planning, formed crisis management committees and task forces, appointed official spokespersons, engaged in various media outlets, and communicated with the public concerned with the crisis. All of this falls within the scope of public relations work in general, and digital (electronic) public relations in particular. Digital public relations strives to interact and communicate effectively with various stakeholders in a crisis, such as employees, external audiences, society, and various media outlets. This is achieved through the institutions' websites, social media, and various electronic communication platforms.

Accordingly, the research problem can be specifically formulated in the following question: "What is the effectiveness of digital public relations programs in addressing crises and mitigating their impact on Jordanian government institutions?" The current study seeks to achieve the primary objective of identifying the effectiveness of digital public relations programs in addressing and dealing with crises and mitigating their impact on Jordanian government institutions. The study is descriptive, using a survey approach, and includes a sample of the websites and official Facebook pages of the Ministry of Health and the Cybersecurity Center in Jordan. A content analysis form was used to analyze the data.

The researcher did not identify any types of crises faced by the Ministry of Health on its website or Facebook page. As for the Cybersecurity Center, the researcher browsed the official Facebook page and found that the National Cybersecurity Center relied on a media strategy in its handling of the cyberattack crisis. The center launched a media campaign to encourage immunization against cyberattacks using antivirus software and training on dealing with false information and malware.

Keywords: effectiveness, digital public relations programs, crisis management.

* Phd Researcher at Public Relations & Advertising Department, Faculty of Mass Communication. Cairo University.

مقدمة:

تمثل العلاقات العامة أحد الوظائف الرئيسية داخل المؤسسة بشكل عام، والعلاقات العامة الرقمية بشكل خاص، وذلك لانتشار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر بشكل واسع، فضلاً عن انتشار المؤسسات عبر شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مما ساهم في إيجاد بيئة مناسبة للتواصل مع جماهير المؤسسة بمختلف أنواعهم، حيث أصبح الاتصال ذا اتجاهين، ويتسم بالتفاعلية والحوارية والثنائية.

بكلمات أخرى، فرض التقدم العلمي والتطور التكنولوجي - في عالم الاتصال - نفسه على خريطة مجال العلاقات العامة بشكل كبير، وأثر فيه تأثيراً كبيراً، لتخرج لنا، نتيجة لذلك، العلاقات العامة الرقمية أو الإلكترونية، وبعدما كان الاتصال في المؤسسات أحادي الاتجاه؛ من المؤسسة إلى الجمهور، أصبح هذا الاتصال ثنائي الاتجاه، من المؤسسة إلى الجمهور، وكذلك من الجمهور إلى المؤسسة، وأصبح في استطاعة جمهور المؤسسة المشاركة في العملية الاتصالية، التي تباشرها وتساهم فيها العلاقات العامة، أو ما يُطلق عليها العلاقات العامة الرقمية، التي تقوم بتوظيف وتسخير تقنيات ووسائل الاتصال الجديد، وقنوات ووسائل الإعلام الرقمي؛ لتنفيذ برامجها وأنشطتها، للمساهمة في إنجاز أهداف المؤسسة وخططها مع الجمهور.

كما تقوم العلاقات العامة الرقمية بصنع ومشاركة الأخبار والمحتوى عن المؤسسة، والوصول إلى الجمهور المستهدف والتواصل معه، والتعرف على آراء الجمهور واتجاهاتهم نحو المؤسسة وانطباعاتهم عن المنتجات التي تقدمها تلك المؤسسة، سواء كانت سلعة أو خدمة أو فكرة، وكذلك تنبيه الجمهور بوجود المؤسسة في سوق الأعمال؛ وبالتالي فهي تعمل على أن تكون المعلومات حول المؤسسة ومنتجاتها متاحة وميسرة، يسهل الوصول إليها، مع خلق وعي عام عن المؤسسة وما تقدمه، وتصدير صورة إيجابية نحوها، وبناء مصداقية للمؤسسة لدى جمهورها، ومراقبة سمعة المؤسسة وإدارتها وحمايتها عبر وسائل الاتصال الرقمي المختلفة.

كما أنها تحاول اكتشاف الأزمة مبكراً قبل وقوعها، لتجنب المنظمة عواقبها، وتُمكن المؤسسة من التعاطي والتوافق مع الأزمة، وتحديد المخاطر المحتملة، والعمل على تخطي تداعياتها وآثارها، مع إجراء عمليات المتابعة والتقييم، التي من شأنها الكشف عن مواطن الضعف والقصور في أداء المؤسسة أثناء مواجهتها للأزمة، والعمل على تقويم هذه المواطن وإصلاحها.

وقد تعددت الأزمات في المؤسسات الحكومية الأردنية وتنوعت، ومن بين هذه الأزمات في السنوات الأخيرة حادث سيول البحر الميت، والذي أدى إلى وقوع 21 حالة وفاة و43 إصابة، معظمهم طلاب كانوا في رحلة مدرسية للمنطقة، مما تسبب في حدوث أزمة في وزارات التربية والتعليم والسياحة والأشغال والصحة، ونجم عن هذه الأزمة استقالة وزير التعليم والسياحة.

كما أنه من بين الأزمات التي واجهت المؤسسات الحكومية الأردنية أيضًا أزمة إضراب المعلمين، والتي أدت إلى حدوث شلل تام في المدارس الحكومية، وسط محاولات سياسية من مجلس النواب، وقيادات حكومية لرأب الصدع والوصول إلى تفاهات ترضي الحكومة ونقابة المعلمين، بيد أن تعنت الطرفين حال دون ذلك.

وفي المجال الصحي هناك أزمات أيضًا، مثل أزمة جائحة كورونا، والأزمات المرتبطة بها، مثل وفاة مصابين بكورونا إثر انقطاع الأكسجين بمستشفى السلط الحكومي، وقد تدخلت الشرطة لاحتواء الغاضبين من أهالي الضحايا الذين تجمعوا أمام المستشفى؛ ومن ثم طلب رئيس الحكومة من وزير الصحة تقديم استقالته بسبب الحادث. وأيضًا أزمة طعوم مرض الحصبة الألماني؛ حيث انتشرت الشائعات بشأنها بين الرأي العام أنها منتهية الصلاحية؛ مما استدعى إلى تدخل الجهات المعنية.

ومن بين تلك الأزمات التي واجهتها المؤسسات الحكومية الأردنية في الفترة الأخيرة كذلك أزمة اللاجئين السوريين، وتأثيرها السلبي على البنية التحتية الاقتصادية والموارد في الأردن، والتي كانت تعاني أصلاً من مشاكل هيكلية كثيرة قبل اندلاع أزمة اللاجئين، والنقص المزمن في إسكان ذوي الدخل المنخفض، وارتفاع أسعار الإيجارات، ومشكلة النفايات الصلبة، واستفادة اللاجئين من الدعم الحكومي غير الموجّه للمياه والخبز والغاز وغيرها.

وتعرضت الأردن كذلك لأزمة انقطاع الإنترنت نتيجة الهجمة السيبرانية التي تعرض لها قطاع الاتصالات، وتدخل جهاز الأمن السيبراني للتعامل مع الأزمة.

وبناءً على ما سبق، وبالنظر إلى الأزمات التي تواجهها المؤسسات الحكومية الأردنية في عصر العولمة الحالي، تتضح أهمية دور العلاقات العامة الرقمية (الإلكترونية) وأنشطتها في الأزمات، ومن هنا جاء اهتمام الباحثة بإجراء الدراسة الحالية، وذلك للوقوف تحديداً على دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة في بادئ الأمر بعمل مسح للبحوث والدراسات السابقة التي تناولت أو اقتربت من تناول موضوع "فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها"؛ ومن ثم كشف هذا المسح أنه لا توجد دراسات تناولته بشكل مباشر، مما شجع الباحثة على الخوض في هذا المجال البحثي؛ وعليه فقد قسّمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين؛ هما:

المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة وإدارة الأزمات.

المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة الرقمية والأزمات.

ويمكن عرض الدراسات السابقة على الوجه الآتي:

المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة وإدارة الأزمات

تعددت الدراسات والبحوث العلمية السابقة التي تناولت الارتباط بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات، مع اختلاف هذا تناول فيما بين هذه الدراسات بشكل أو بآخر، بالتبسيط مقابل التعمق، والتشتيت مقابل التركيز والاهتمام، كما تنوعت وجهات نظر الباحثين فيها، ويمكن عرض عدد من هذه الدراسات، على سبيل المثال وليس الحصر، على الوجه الآتي:

فقد استهدفت دراسات وبحوث سابقة رصد دور العلاقات العامة في الأزمات في عدد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، في مجال التعليم والصحة والأندية الرياضية والبنوك وغيرها، ومن بين هذه الدراسات دراسات: (1) Masngut N., Mohamad E. 2021، وأحمد أمين، 2010⁽²⁾، وماجدة عبد المنعم، 2014⁽³⁾، ونورة بعلول وآمال عشي، 2015⁽⁴⁾، وUmm al-Rutm, 2017⁽⁵⁾، وهالة الإمام، 2019⁽⁶⁾، وسلطان العتيبي، 2019⁽⁷⁾، وآرام أبو عبادة، 2020⁽⁸⁾، وجوهر قشوط، 2020⁽⁹⁾، و Rumman and Alzeyadat، وMaamari, 2021⁽¹⁰⁾، وMaamari, 2021⁽¹¹⁾.

فقد تناولت دراسة Masngut N., Mohamad E. 2021 تحديد أنواع استراتيجيات إصلاح الصور التي تستخدمها الحكومة الماليزية في اتصالاتها حول COVID-19 في وسائل الإعلام وتحليل ردود الفعل العامة على هذه الرسائل على وسائل التواصل الاجتماعي. الأساليب: تم استخدام تحليل المحتوى لتحليل 120 بياناً إعلامياً و382 تعليقاً تم استردادها من صفحات Facebook الخاصة بصحيفتين رئيسيتين - Berita Harian و The Star. تم جمع هذه البيانات والتعليقات الإعلامية في غضون فترة 6 أسابيع قبل وأثناء التنفيذ الأول لأمر مراقبة الحركة من قبل الحكومة الماليزية. تم تحليل البيانات الإعلامية وفقاً لـ Image Repair Theory "نظرية إصلاح الصورة" لتصنيف الاستراتيجيات المستخدمة في الاتصالات الحكومية المتعلقة بأزمة COVID-19. تم قياس استجابات الرأي العام باستخدام تحليل المشاعر المعتمد على المعجم المعدل لتصنيف العبارات الإيجابية والسلبية والحيادية. ودلت النتائج على أن الحكومة الماليزية استخدمت جميع الاستراتيجيات الخمس لنظرية إصلاح الصور في اتصالاتهم في كلتا الصحيفتين. كانت الاستراتيجية الأكثر استخداماً هي تقليل الهجوم (120/75 ، 62.5٪) ، يليه الإجراء التصحيحي (120/30) ، 25.0٪) ، التهرب من المسؤوليات (120/10 ، 8.3٪) ، الإنكار (120/4 ، 3.3٪) ، والإماتة (120/1 ، 0.8٪). ووجدت هذه الدراسة أيضاً العديد من الفئات الفرعية في البيانات الإعلامية الحكومية بما في ذلك الإنكار، وتحويل اللوم، والاستفزاز، والدفاعية، والحادث، وحسن النية، والتعزيز، والتقليل، والتمايز، والتعالي، ومهاجمة المتهم، وحل المشكلة، ومنع تكرارها، والاعتراف بالخطأ، والاعتذار. وجدت هذه الدراسة أيضاً أن 64.7٪ من الرأي العام كان إيجابياً رداً على التصريحات الإعلامية الصادرة عن الحكومة الماليزية.

أما دراسة أحمد أمين، 2010 تناولت أهمية الاتصال في عمل العلاقات العامة، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إدارات

العلاقات العامة في الوزارات تخفي وتقلل من عيوب الوزارات وتضخم إيجابياتها، ولا يوجد في الوزارات وإدارة العلاقات العامة فريق متخصص في إدارة الأزمات، وأن الوزارات تستعين بجهات خارجية للقيام بإجراء البحوث والدراسات.

في حين حاولت دراسة ماجدة عبدالمنعم، 2014م رصد دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية في الوزارات المصرية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى زيادة الاعتماد على استخدام تقنيات الاتصال الحديثة، فقد أصبحت أحد المتطلبات المهنية لدى أجهزة العلاقات في الوزارات، وأن طبيعة الأدوار التي يقوم بها العاملون بإدارات العلاقات العامة بالوزارات المصرية قد ارتبطت بالأدوار الكلاسيكية التقليدية، والتي لا تخرج عن إطار الالتزام بالبيئة الإدارية والتنظيمية في المؤسسة أو الوزارة، وأن إجراءات إدارة الأزمات تبدأ بالاتصال بالإدارة العليا، وتحديد القرارات والبحث في أسباب الأزمة، وتوفير المعلومات والاستعانة بالخبراء، وتقديم المعلومات لوسائل الإعلام.

وقد سعت دراسة نورة بعلول وآمال عشيّش، 2015م إلى التعرف على دور العلاقات العامة في مديرية التربية والتعليم أثناء الأزمات، ومعرفة أهمية العلاقات العامة في مديرية التربية والتعليم، وكيف يتم اللجوء إلى جهاز العلاقات العامة في الأزمات، وقد طبقت هذه الدراسة على مفردات المجتمع في مديرية التربية والتعليم لولاية أم البواقي، حيث تم اختيار جزء من الجمهور الداخلي للمديرية، والمقدر عددها بـ(50) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة لها دور في تحقيق الاتصال التفاعلي مع الهيئات والأشخاص الذين تتعامل معهم مديرية التربية والتعليم، وأن متغير الجنس لا يؤثر في وجهة نظر المبحوثين نحو أهمية العلاقات العامة في تحقيق الاتصال التفاعلي مع جمهورها الخارجي، الذي تتعامل معه المؤسسة، بل أكد أغلبية المبحوثين من الجنسين أهمية العلاقات العامة في تحقيق الاتصال التفاعلي، وأن المديرية العامة تمثل الطرف الفاعل مع الأزمة بالمؤسسة، وأن متغير سنوات الخبرة لا يؤثر في وجهة نظر الموظفين، وأن مساهمة العلاقات العامة في تسيير الأزمة تتم من خلال تكوين فريق لمواجهة تلك الأزمة.

وفي المقابل، هدفت دراسة Umm al-Rutm, 2017 إلى معرفة وعي المؤسسات والأندية الرياضية الجزائرية بأهمية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات مع الجهات ذات العلاقة بالمؤسسة الرياضية، والحفاظ على صورة إيجابية في أذهان الجماهير وتحقيقها، وقد أجريت الدراسة بشكل ميداني على نادي وفاق سطيف، من خلال مقابلات مع مديري الاتصال والعلاقات العامة بالنادي، وتوصلت النتائج إلى أن العلاقات العامة لوفاف سطيف لم تصل إلى الحد الذي يمكننا القول بأنها تعمل بوتيرة فعالة، أو المساهمة في الأهداف العامة للمؤسسة، خاصة فيما يتعلق بالاحتكاك والتفاعل والعلاقات الجيدة التي تخلق صورة جيدة بين الجماهير على الصعيدين الداخلي والخارجي، مما يسمح بتكيف وانسجام المؤسسة مع بيئتها الرياضية وخلق نوع من الثقة، وكسب احترام الجماهير والأطراف المشاركة في المؤسسة الرياضية، على الرغم من أن إدارة العلاقات العامة بالنادي تلعب دوراً مهماً في إدارة الأزمات التي يواجهها النادي، في مراحل مختلفة قبل الأزمة وأثناءها، وذلك للمحافظة على صورة ذهنية جيدة عن النادي في أذهان الأطراف المعنية.

ومن جانبها، جاءت دراسة هالة الإمام، 2019م للتعرف على العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجهها البنوك في مراحلها المختلفة، بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني، وتعدّ هذه الدراسة من ضمن البحوث الوصفية، وحاولت الدراسة الإجابة على العديد من التساؤلات أهمها: ما مدى توظيف العلاقات العامة في الحد من الأزمات في المجال المالي، ومن أهم نتائج الدراسة أن العلاقات العامة ببنك فيصل الإسلامي تتعامل مع الأزمات وفقاً لتخطيط مدروس، وأن العلاقات العامة تقوم باتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمة.

في حين بحثت دراسة سلطان العتيبي، 2019م طبيعة المعلومات التي اعتمد عليها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات الصحية في إدارة أزمة الحرم المكي عام 1436 هـ، والتعرف على العوامل المؤثرة في هذه الأزمة، وكذلك التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في إدارة هذه الأزمة، وأساليب إدارتها، وطُبقت الدراسة على جميع المستشفيات الحكومية بمدينة مكة المكرمة والطائف، وتم اختيار عينة عمدية من المستشفيات الصحية السعودية لقربها الجغرافي من الحرم المكي، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي ومنهج المسح، الذي يستهدف تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز أوجه النشاط الذي تمارسه عينة الدراسة خلال عملها في إدارة العلاقات العامة هي متابعة الصحف ووسائل الإعلام، ثم تزويد وسائل الإعلام بالأخبار والتقارير الصحفية، ثم الإشراف الفني على قسم العلاقات العامة، فيما كانت أقل أوجه النشاط هي مراقبة الوفود، ثم الأعمال السكرتارية، وأخيراً الرد على الاستفسارات، وقد تمثلت أدوار العلاقات العامة خلال أزمة الحج من وجهة نظر عينة الدراسة فيما يلي: تغطية الأزمة، ثم التواصل مع وسائل الإعلام، ثم الرد على الاستفسارات، ثم استقبال زوار المستشفى من الجهات الحكومية والأهلية، فإصدار منشورات تثقيفية وتوعوية عن أمراض الحج، ثم إنتاج برامج تليفزيونية عن أمراض الحج.

وعلى النهج ذاته، استهدفت دراسة آرام أبو عبادة، 2020م التعرف على إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كوفيد 19 من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، والتعرف على مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية وفقاً لأسلوب العينة العشوائية البسيطة، حيث بلغت (422) طالبة من طالبات قسم العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا كوفيد 19 من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وأن للعلاقات العامة في وزارة الصحة السعودية دوراً في إدارة الجائحة الصحية، رغم طابعها المفاجئ؛ إذ إن إدارة العلاقات العامة بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور.

من جهة أخرى، حاولت دراسة جواهر قشوط، 2020م قياس ما تقوم به مكاتب العلاقات العامة والاتصال في إدارة الأزمات التي تتعرض لها الهيئة الوطنية للتعليم التقني والفني، والتعرف على عوامل النجاح والإخفاق التي رافقت نشاط مكاتب العلاقات العامة بالهيئة

الوطنية للتعليم التقني والفني في إدارة الأزمات، وكذلك التعرف على دور البيئة المحلية الداخلية وتفاعلها مع مكاتب العلاقات العامة بالهيئة الوطنية للتعليم التقني والفني، والتعرف على الأساليب المتبعة في نشاطات مكاتب العلاقات العامة بالهيئة الوطنية للتعليم التقني والفني، ويُعدّ المسح الاجتماعي من أكثر الطرق تماشيًا وملائمة واستخدامًا لهذا النوع من الدراسات الوصفية، أما عينة الدراسة فكانت (78) موظفًا وموظفة بنسبة (27%) من المجتمع الكلي، وخرجت الدراسة بنتائج عدة، منها أن عوامل النجاح التي رافقت مكاتب العلاقات العامة عند حدوث الأزمات تنص على إطلاق روح المبادرة الفردية المبدعة في العمل الاقتصادي والتجاري والاجتماعي والثقافي، كما أن للبيئة المحلية الداخلية دورًا إيجابيًا، من خلال تفاعلها مع مكاتب العلاقات العامة، كما بينت أن الأساليب المتبعة في نشاطات مكاتب العلاقات العامة عند حدوث الأزمات تسهم بالاتصال مع الموظفين من خلال النشرات والكتيبات ولوحة الإعلانات وصفحات التواصل الاجتماعي.

وفي المقابل، سعت دراسة Rumman and Alzeyadat, 2021 إلى توضيح تأثير إدارة العلاقات العامة والإعلام على إدارة الأزمات في بلدية السلط الكبرى؛ إذ صمم الباحثون استبيانًا لجمع البيانات من مجموعات الدراسة المختارة، ووزعت أداة الدراسة على عينة عشوائية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أن عينة الدراسة تدرك أهمية العلاقات العامة في بلدية السلط الكبرى، إضافة إلى أن المهام التي تضطلع بها العلاقات العامة في هذه البلدية هي وضع البرامج التدريبية اللازمة، وإجراء البحوث للكشف عن الأزمات، ووضع السيناريوهات المحتملة للأزمة قبل حدوثها، وتقوم أيضًا بدور مهم في إعطاء صورة إيجابية للمواطنين عنها من خلال الخدمات التي تقدمها.

وعلى المنوال نفسه، حاولت دراسة Maamari, 2021 معرفة ما تقوم به العلاقات العامة في أوقات الأزمات، من وجهة نظر العاملين في أمانة منطقة الرياض، والتعرف على دور العلاقات العامة في الكشف المبكر عن الأزمة؛ إذ يُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية، وكانت الاستبانة هي أداة الدراسة، وتكونت عينة البحث من (160) فردًا، يعملون في بلدية الرياض اختيروا عشوائيًا، وأكدت النتائج على أن دور العلاقات العامة في الأزمات تراوح بين (2.58 - 3.95)، وهي درجة متوسطة، ويرجع ذلك إلى أن دور العلاقات العامة في المؤسسات لا يزال غائبًا في ثقافة بعض المؤسسات، خصوصًا في أوقات الأزمات، وبيّنت النتائج أنه لا يوجد تعاون مشترك بين الإدارات ووضع الخطط التي تكشف عن الأزمات قبل وقوعها بدرجة متوسطة.

من جهة ثانية، هناك دراسات تناولت العلاقات العامة ومفهومها ودورها في الأزمات، بشكل عام، ومن هذه الدراسات دراسات: وماجد بن عبدالله، (1) 2011، والمنصف العياري، (2) 2013، وإلياس الخضر، (3) 2015، ومراد كموش، (4) 2015، وريم عادل، (5) 2017، ومحمد الأمين، (6) 2017، وعمر بوسعدة، (7) 2018، ومعصم بلال، (8) 2019، وإبراهيم أبو عرقوب، (9) 2020، إيمان حمادة (10) 2021.

استهدفت دراسة ماجد بن عبدالله، 2011م رصد جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، باعتبارها أحد العناصر الإدارية المشاركة في إدارة الأزمات، وقد هدفت الدراسة - في إطارها النظري - إلى سبر أغوار الأزمة، ودور العلاقات العامة في الأزمات، وقد توصلت الدراسة إلى انخفاض نسبة الاعتماد على العلاقات العامة، ومحدودية مشاركتها في إدارة الأزمات؛ حيث بينت نتائج الدراسة وجود مركزية تمثلت في استحواد الإدارة العليا على النسبة الأكبر من المشاركة في إدارة الأزمة، مع ندرة البحوث والدراسات التي تجريها العلاقات العامة في مرحلة ما قبل الأزمة، وتدني نسبة ممارسة العلاقات العامة لأنشطتها ومهامها أثناء الأزمة وبعدها، ويظهر دور العلاقات العامة في الأخذ بيد الإدارة العليا في المنظمة ومساعدتها لتخطي الأزمات التي قد تتعرض لها، من خلال القيام بعمل أجندة معلوماتية تحمل في طياتها كافة التفاصيل المهمة التي تساعد الإدارة على معرفة ماهية أزمته؛ ومن ثم كشف غموضها حتى يمكن مواجهتها.

وقد تناولت دراسة المنصف العياري، 2013م إدارة العلاقات العامة واستراتيجية مواجهة الأزمات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلام يؤدي دور وساطة يكسب أهمية وخطورة كبيرة عند إدارة الأزمات، وأنه لا يمكن أداء هذا الدور على أكمل وجه إلا عبر العبور من بوابة إدارة العلاقات العامة، ويمثل دور الإعلام في تقديم المعلومات، بعد التثبيت من صدقيتها والتمكن من آليات شرح الأحداث وتأويلها التأويل الصحيح.

وبالمثل، سعت دراسة إلياس الخضر، 2015م إلى تسليط الضوء على مفهوم العلاقات العامة ومبادئها وأهدافها ووظائفها، وتوضيح مفهوم إدارة الأزمة ومراحل إدارتها ومتطلباتها وعوامل النجاح في إدارة الأزمة، وإبراز أحد الأدوار الأساسية التي تؤديها العلاقات العامة في إدارة الأزمة وهو إدارة اتصالات الأزمة، وقد طبقت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن مفهوم العلاقات العامة يركز على ثلاثة أبعاد أساسية هي البعد العلمي والإداري والاتصالي، وأن الأزمة موقف يهدد مصالح المنشأة وصورتها أمام الجماهير، مما يستدعي اتخاذ قرارات سريعة لتصويب الأوضاع حتى تعود إلى مسارها الطبيعي.

وقد تناولت دراسة مراد كموش، 2015م الدور الذي تلعبه العلاقات العامة أثناء الأزمات، خاصة الأزمات في المنظمات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن استشعار الأزمة باعتماد المعلومة الدقيقة ووسائل التكنولوجيا الحديثة والنظريات العلمية من تحليل البيانات وتقنيات المعلومات، من شأنه احتواء الأزمة، وأن التخطيط وأخذ العبر، واعتماد التجارب السابقة، وتبادل الخبرات والمعلومات، وتوظيف الكفاءات والمعدات، وتوعية المتعرضين للأزمة، سيعطي نتائج أكثر إيجابية في التعامل مع الأزمة، وفي المقابل فإن اعتماد العشوائية في التعامل مع الأزمات، وغياب التخطيط المسبق، والارتجال في اتخاذ القرارات أثناء المواجهة، وانعدام الموارد لتخفيض حدة المأزق، من شأنه أن يجعل أثر الأزمات حاداً ومدمراً، ومن الأنشطة الأساسية في إدارة الأزمة بفاعلية، استشعار المشكلة وتشخيصها بدقة.

وسعت دراسة ريم عادل، 2017م إلى التعرف على بحوث العلاقات العامة والإعلان في مصر، ومنها اتصالات إدارة القضايا والأزمات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه بالنسبة إلى برامج إدارة الأزمات فهناك ندرة في الدراسات التي تتناول عملية إدارة القضايا باعتبارها البعد الوقائي في برامج إدارة الأزمات، وبدأت هذه الدراسات (2009-2013م)، في حين بدأت الدراسات التي تتناول إدارة الأزمات بشكل عام في عام (1999-2013م)، أما الدراسات التي تتناول اتصالات إدارة الأزمات في قطاعات فبدأت في (2004-2014م)، وتلك التي تتناول دور وسائل الإعلام في عملية إدارة الأزمات من (2000-2012م)، ويربط الاتجاه الحديث في دراسات اتصالات إدارة الأزمات بين هذه العملية وأحد المتغيرات الاتصالية أو التنظيمية أو التسويقية، وبدأت في عام 2012م ومستمرة.

بينما استهدفت دراسة محمد الأمين، 2017م التعرف على الدور الحقيقي لإسهامات إدارات العلاقات العامة في أوقات الأزمات، إضافة إلى أن الدراسة سعت إلى معرفة القواعد والمعايير التي تنتهجها العلاقات العامة في إدارتها للأزمة، وطبقت الدراسة المنهج التاريخي، والوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: معظم الأزمات تكون وليدة التخطيط غير العلمي والتنسيق غير الفعال، وأن التخطيط السليم يساعد على حسن اختيار وسائل الاتصال المناسبة لمواجهة الأزمات.

في حين حاولت دراسة عمر بوسعدة، 2018م استكشاف كيفية توظيف المعلومات من قبل أجهزة العلاقات العامة لمواجهة الأزمات المختلفة التي تتعرض لها، وتبسيط الضوء على علم إدارة المعلومات لأجهزة العلاقات العامة في المؤسسات، وتبيان دور المعلومات في مساعدة ودعم مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات لاتخاذ القرار المناسب أثناء الأزمات، وتحديد الآليات التي تسمح بتجاوز الأزمات التي تتعرض لها المؤسسات أثناء تأدية أنشطتها باستخدام المعلومات، ومختلف نظمها التطبيقية، وتبيان أساليب التعامل معها بشكل علمي، وقد طبقت الدراسة منهج الاستقراء والاستنباط التحليلي، وتوصلت إلى أن القدرة على إنتاج المعلومات خلال الأزمات والتحكم في إدارتها بصفة علمية ملائمة قوة ناعمة تمتلكها أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات والدول، نظرًا لدورها المحوري في أخذ زمام المبادرة في التعامل مع وسائل الإعلام والجمهور الداخلي والخارجي، وتوجيه حركة الأنشطة والتغيير في الأسواق المرتبطة بمختلف المجالات الحيوية، وأن استراتيجيات المواجهة للأزمات كأساليب إدارتها لها أسس عامة يجب أن تُترجم إلى خطة جاهزة للتطبيق، تعتمد في تنفيذها السرعة والعمل الجماعي والطرق المنهجية العلمية والهدوء وعدم الانفعال طيلة فترة معالجة الأزمة، ويأتي دور إدارة المعلومات في أوقات الأزمات مهما كان نوعها، ليجعل من هذه المعلومات المرتبطة بالأزمة متوفرة لدى الجمهور ووسائل الإعلام المختلفة، باستخدام الكلمات والرموز الصور وغيرها، بما يحقق الفهم الصحيح للمعلومات.

أما دراسة معصم بلال، 2019م فقد هدفت إلى توصيف ودراسة العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المؤسسات، ومعرفة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، استنادًا إلى الأدبيات العلمية المعنية بهذا الشأن، وطبقت الدراسة المنهج المسحي (الوثائقي)، وتوصلت إلى أن للعلاقات العامة دورًا جوهريًا في حياة المؤسسات، لا سيما عند مواجهتها للأزمات،

وأن الأزمات ظاهرة شائعة، ومن الممكن أن تؤثر أيضاً حتى في المنظمات الناجحة، وأن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مهمة وضرورية جداً في إدارة الأزمات.

وقد سعت دراسة إبراهيم أبو عرقوب، 2020 إلى معرفة الدور الحيوي للعلاقات العامة في إدارة الأزمة في مراحل ما قبل الأزمة وأثناءها وبعدها، وقد توصلت الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة قبل الأزمة هو البحث عن مشكلات الجمهور الداخلي والخارجي وحلها، وبناء صورة وسمعة إيجابيتين للمنظمة، ودورها في أثناء الأزمة هو الإعلان عن وقوع الأزمة، وتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والدقيقة لتحذيره وتوجيهه وتعليمه كيفية التعامل مع الأحداث لكسب ثقته، وبعد التعافي من الأزمة إعادة الثقة في إدارة المنظمة ومنتجاتها وخدماتها، وتصحيح ما صدر من خطأ أدى إلى تشويه صورة المنظمة وسمعتها.

بينما تناولت دراسة إيمان حمادة 2021م رصد وتحليل وتقييم كفاءة إدارة اتصالات الأزمة في المنظمات عينة الدراسة ذات الثقافات المختلفة العاملة في مصر، وتقييم كل مرحلة من مراحل إدارة الأزمة التي تعرضت لها هذه المنظمات عينة الدراسة، والتوصل إلى أي هذه الثقافات أثبتت كفاءتها في إدارة اتصالات الأزمة، وتوصلت إلى أن نمط الملكية تأثير على كفاءة إدارة اتصالات الأزمات في المنظمات.

من جهة ثالثة، سعت بعض الدراسات والبحوث إلى تناول الأزمات الحكومية والسياسية بشكل خاص، ومن هذه الدراسات دراسات: Souad, 2015⁽¹⁰⁾، و Huang and Cheng, 2016⁽¹¹⁾، و El-Khoreiby, 2016⁽¹²⁾، وسعاد خالدي، 2017⁽¹³⁾، وانتصار داود، 2017⁽¹⁴⁾، و Cheng, 2020⁽¹⁵⁾.

فقد استهدفت دراسة Souad, 2015 استخراج نماذج العلاقات العامة (جيمس جرونيج) التي مارسها الحكومة الجزائرية في دبلوماسية ما بعد الكوارث، فيما يتعلق بزلزال بومردس، الذي وقع في 21 مايو 2003م، ودورها في الاتصال الداخلي/الخارجي، ويستند هذا البحث إلى تفسير ذاتي (مفاهيم جديدة) لهذه المصطلحات: نماذج العلاقات العامة، ومستويات البيئة، والتواصل الداخلي/الخارجي، وقد تم استلهم تفسير هذه المصطلحات من تفاعلها وتداخلها واستخدامها في علاقة محددة، وهي أنشطة دبلوماسية الكوارث، التي تستخدمها الحكومة والدول الأجنبية تجاه الحكومة المتضررة، في محاولة لإنشاء إطار جديد يتعامل مع المصطلحات في سياق العلاقات وفهمها، باستخدام مناهجها وأدواتها، ومن نتائج هذه الدراسة أن الاتصال الداخلي (جميع استراتيجيات الاتصال التي تُمارس داخل الدولة على مستويات بيئة (micro-mezzo)، والاتصال الخارجي (دبلوماسية الاتصال التي تُمارس بين الدول، في دبلوماسية ما بعد الكوارث على مستوى البيئة الكلية)، وكانت البيئة في هذا البحث هي كل الاستراتيجيات الاتصالية التي تتم داخل الدولة وخارجها، والتي تحيط بالدولة ولها تأثير مباشر عليها، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

وقد استخدمت دراسة El-Khoreiby, 2016 طريقة تحليل المحتوى، لتحليل منشورات صفحتي حزب الحرية والعدالة وحزب الدستور على الفيس بوك، من 22 نوفمبر حتى 25 ديسمبر 2012م، والتي بدأت بأزمة إصدار الإعلان الدستوري الأول في 22 نوفمبر حتى

صدور الدستور في ديسمبر 2012م، وأشار البحث إلى أنه من المفترض أن تعكس كل صفحة اتجاهات سياسية مختلفة قد تؤدي إلى بعض الاختلافات في اختياراتهم لنظام الإبلاغ المشترك، لكن التحليل أظهر أن الصفحتين كليهما استخدمتا استراتيجية الهجوم بطرق مختلفة، فقد استخدمه حزب الحرية والعدالة لمهاجمة أحزاب المعارضة في الإعلان، وكذلك بعض وسائل الإعلام الموالية للمعارضة، التي ألقوا باللوم عليها في إصدار أحكام مسبقة حول الرئيس نفسه وقراراته ومحاولة الإطاحة به، واستخدم حزب الدستور هذه الاستراتيجية لمهاجمة النظام الحاكم واتهمه بالسعي للسيطرة على الحكومة. علاوة على ذلك، هاجمت المنشورات الرئيس واتهمته بزيادة عدد الوفيات، بسبب العنف الناتج عن رفض الإعلان الدستوري، بينما كانت استراتيجية الهجوم هي الوحيدة التي استخدمها حزب الدستور، واستخدم حزب الحرية والعدالة ثلاث استراتيجيات أخرى: كبش الفداء، والتبرير، والاستراتيجيات الداعمة. وقد تم استخدام استراتيجية كبش الفداء لإلقاء اللوم على المعارضين، من الإعلاميين والأحزاب، على الأزمة، كما استخدمت استراتيجية التبرير كواحدة من المواقف المخففة لتبرير الإعلان، كأداة للقضاء على نظام مبارك وأنصاره، والتوقف عن العمل بالإعلان مع صدور الدستور، وإعطاء الرئيس صلاحية استخدام صلاحياته، كطريقة لتصحيح مسار حركة الثورة، وإعادة بناء مصر الثورية، مع تحقيق العدالة، وتحقيق الأمن المجتمعي، كما استخدمت استراتيجية التعزيز لتصوير الرئيس على أنه ضحية لوسائل الإعلام والقضاء الذين كانوا يضغطون من أجل الانقلاب، من أجل الإطاحة بالرئيس، من خلال الاعتداء على أدائه وقراراته.

وقد بحثت دراسة سعاد خالدي، 2017م أسباب حدوث الربيع العربي، ومتابعة استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية للدول محل الصراع، ومحاولة وقف انتشار الأزمة عند حدود المحيط الجيوسياسي المحلي، للحيلولة دون الوصول إلى التدخل الأجنبي بحجة شرعية الدبلوماسية، وطُبقت الدراسة على كل الدول التي لمست تغييراً جذرياً في بنيتها السياسية والاجتماعية، جراء ثورات الربيع العربي، منها: تونس، ومصر، وسوريا، وليبيا، واليمن. وكان المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي والمنهج التحليلي ومنهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى أن أزمة الربيع العربي هي بالأساس أزمة انهيار شرعية الأنظمة العربية، وأزمة اغتراب اجتماعي، وهوية افتراضية في ظل الثقافة الجماهيرية المسؤول عن تكوينها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأن المصطلحات المؤسسة للدراسة أخذت مفاهيم جديدة في هذه الدراسة نتيجة للتداخل فيما بينها وطبيعة الدراسة التي تحتم علينا تكييفها مع موقعها الجديد في علوم جديدة كعلوم الإعلام والاتصال، والعلاقات الدولية، والعلاقات العامة، وعلم السياسة وعلم الاجتماع.

في حين سعت دراسة انتصار داود، 2017م إلى تحليل استراتيجية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود دور لاستراتيجية العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وأن استراتيجية الاتصال من أهم استراتيجيات العلاقات العامة ودورها المهم في إدارة الأزمة، وقد اقترحت الدراسة التركيز على دراسات الإعلام والعلاقات العامة بشكل خاص، لما لها من تأثير حيوي في إدارة الأزمة، وتهيئة خطة

استراتيجية بعيدة المدى وخطط متوسطة وقصيرة، وذلك لمعالجة نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة ومواجهة المخاطر والتهديدات البيئية، وتشكيل فريق عمل لغرض مواجهة الأزمة وإدارتها بمراحلها، قبل الأزمة وأثنائها وبعدها.

ومن جانبها، حللت دراسة Huang and Cheng, 2016 مقالات المجالات الأكاديمية، من أجل تصوير ميزات التواصل الصيني خلال الأزمات، في البر الرئيس للصين وهونغ كونج وتايوان، وكشفت النتائج عن السمات التالية للتواصل في الأزمات في المجتمعات الصينية: الثقافة الجماعية، والقومية، والعقلانية، وتقديم الادخار، والسعي من أجل "الوسط الذهبي"، وتفضيل استراتيجيات التواصل السلبي، وتجنب الاستراتيجيات المتطرفة. ومع ذلك، فإن الاختلافات في الأنظمة السياسية - التدخل الشامل من قبل الحكومة الاستبدادية في البر الرئيس، وعدم الثقة بالحكومة في هونغ كونغ بعد تسليم للصين، والنظام الديمقراطي الناضج نسبياً في تايوان - كلها تؤدي إلى ممارسات اتصال فريدة في الأزمات.

وبالمثل، وعلى النهج الصيني، أجرت دراسة Cheng, 2020 تحليلاً لمحتوى 61 مقالة صحفية نُشرت في الفترة الزمنية من عام 2006م إلى عام 2018م، ذات صلة بالأزمات التي تقع في الصين، وقدمت نتائج الدراسة لمحة عامة حول الأطر النظرية والتفضيلات المنهجية لدراسة الأزمات، وقد استكشفت الدراسة كيفية تأثير الخصائص الفريدة لوسائل التواصل الاجتماعي الصينية على الحوار والتواصل بين المنظمات وجمهورها، كما تم رصد العوامل السياقية التي قد تسهل/ تمنع الحوار والتواصل في أزمات الصين، مثل المحاباة والمشاعر والنظام السياسي المركزي، وقد اقترحت الدراسة اتجاهات جديدة لدراسة الأزمات، مثل أداة التقييم العلمي لبحوث التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في الصين.

المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة الرقمية والأزمات:

اتسمت الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة الرقمية والأزمات بقلتها نسبياً، مقارنةً بالدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة والأزمات، ومع هذا تنوعت هذه الدراسات وتنوعت أفكارها وموضوعاتها، ويمكن عرض عدد من هذه الدراسات على النحو الآتي:

وفي المقابل، اهتمت بعض الدراسات بتناول استخدام العلاقات العامة لشبكة الإنترنت في إدارة الأزمات، ومن بين هذه الدراسات دراسات: أحمد رضوان، 2012⁽¹⁶⁾، وداليا عبد الله، 2017⁽¹⁷⁾، ويحيى بن العربي، 2018⁽¹⁸⁾، وCheng and Lee, 2019⁽¹⁹⁾، ونهلة العنزي، 2020⁽²⁰⁾، وMirbabaie, Bunker, Stieglitz, Marx & Ehnis, 2020⁽²¹⁾، وAyman, Kaya & Kuruc, 2020⁽²²⁾، وPark, 2021⁽²³⁾، وWang, Cheng & Sun, 2021⁽²⁴⁾.

فقد استهدفت دراسة أحمد رضوان، 2012م التعرف على الكيفية التي يتم من خلالها توظيف الموقع الإلكتروني للمنظمة والوسائل الاتصالية المتاحة على شبكة الإنترنت في إدارة المنظمة للاتصال أثناء الأزمات التي تواجهها، وذلك بالتطبيق على شركة "تويوتا"، وخلصت الدراسة إلى أن شركة "تويوتا" استخدمت عدة استراتيجيات اتصالية لمواجهة الأزمة، فقد اعتمدت على تقديم الاعتذار لعملائها على وجود عيوب في بعض سياراتها، وقد

وظفت الشركة موقعها الإلكتروني لنشر جهودها وأنشطتها الاتصالية المختلفة، حيث قامت الشركة بإصدار العديد من البيانات الصحفية وعقد المؤتمرات، كما نفذت حملة إعلانية لاستعادة صورتها الجيدة مرة أخرى لدى العملاء.

واستهدفت دراسة داليا عبد الله، 2017م فهم دور وسائل التواصل الاجتماعية في واحدة من أهم ممارسات العلاقات العامة وهي اتصالات الأزمة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إدارة اتصالات الأزمة عبر الوسائط الرقمية، ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي، ليست سهلة كتصميم غرفة إخبارية عبر الإنترنت أو إدارة مدونة أو صفحة عبر الفيسبوك؛ فالأمر معقد ويتضمن تغييرات في عقلية ممارسي العلاقات العامة، وقبلهم الإدارة العليا، واقترحت الدراسة ضرورة توافر فريق متخصص لإدارة الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ضمن فريق إدارة الأزمات المحتملة، يتولى مهام التخطيط والوقاية من الأزمات، عن طريق الرصد المبكر لأية أزمات محتملة، وكذلك تحليل آراء جماعات المصالح أثناء الأزمات، وتدريب الموظفين على الاستخدام الصحيح لوسائل التواصل الاجتماعي حال وقوع الأزمات، وتصميم وبناء موقع مخصص للتعامل مع الأزمة، والحرص باستمرار على تطوير صفحات المنظمة، عبر وسائل التواصل الاجتماعي لبناء علاقات قوية مع العملاء.

بينما حاولت دراسة يحيى بن العربي، 2018م التعرف على الفرص والمخاطر التي ينتجها الويب التفاعلي في اتصال الأزمات، وتحديد الأدوار الجديدة للمكلف بالاتصال في إدارة الأزمات على الواب التفاعلي، والاستفادة من التجارب العملية في إدارة اتصال الأزمات على الواب التفاعلي لبعض المؤسسات العالمية، وطبقت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى تحول الويب من وسيلة اتصال حول الأزمة إلى مصدر ممكن لإنتاج الأزمة، وهو ما عجل بظهور مفهوم الأزمات بخصائص جديدة، وظهور بيئة اتصال اجتماعية جديدة تتسم بالاتصال غير المتوازن وخدمات غير محدودة، فأوقفت دور الفاعلين التقليديين في تسيير الأزمات، في حين تنامي دور المنصات الاجتماعية في صناعة الإعلام والإشهار والدعاية أثناء الأزمات، والتوقع أو التنبؤ والاحترام والوضوح تشكل أسسًا وركائز ثابتة في تطور إدارة اتصال الأزمات في زمن الرقمنة، حيث يُلقب التنبؤ بسيد أو ملك اتصال الأزمات.

أما دراسة نهلة العنزي، 2020م فقد سعت إلى معرفة إدارة العلاقات العامة للأزمة الصحية في وزارة الصحة والبيئة عبر موقع (الفيس بوك) للأزمة الصحية في أثناء انتشار فايروس (كوفيد19)، حيث قامت العلاقات العامة بتوظيف أساليب اتصالية متنوعة، بغية إدارة الأزمة، من خلال صفحة (الفيس بوك) التابعة للوزارة، للحد من تفشي الوباء وإقامة اتصالات مستمرة بين الوزارة وجمهورها المستهدف، ووظفت الدراسة المنهج المسحي وأداتي الملاحظة العلمية وتحليل المضمون، وتوصلت إلى نتائج، من أبرزها أن للعلاقات العامة دورًا في إدارة الأزمة الصحية، وقد بذلت جهودًا اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وقد وظفت العلاقات أساليب متعددة لإدارة الأزمة منها: أسلوب احتواء الأزمة لمنع تفشي الوباء عبر اهتمامها بالجمهور؛ إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصداقية مع الجمهور، وتزويده

بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية، وإعلامه بمستجدات الأزمة، ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة، وضمان عدم التناقض، وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

التعقيب على الدراسات السابقة:

1- القضايا التي تناولتها الدراسات السابقة:

وجدت الباحثة، خلال تناولها للدراسات السابقة، أن هناك تنوعاً في القضايا المدروسة، وكلها يُصب في موضوع: "العلاقات العامة وإدارة الأزمات" في المؤسسات المختلفة، سواء كانت هذه المؤسسات وزارات أو منظمات أو هيئات، حكومية أو غير حكومية.

إضافة إلى ذلك، فقد رصدت الباحثة مجموعة من الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة العلاقات العامة الرقمية والتكنولوجية وإدارة الأزمات، أو العلاقات العامة وكيفية توظيفها للتكنولوجيا الرقمية في تحقيق أهدافها، وأبرز الإشكاليات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية.

2- المنهج المستخدم:

استخدمت غالبية الدراسات السابقة المنهج المسحي، وأسلوب تحليل المضمون، باستثناء دراسة "أبو عرقوب، 2020م"، التي استخدمت المنهج النوعي، ودراسة "بوسعدة، 2018م"، التي استخدمت المنهج الاستقرائي والتحليلي، ودراسة "بن العربي، 2018م"، التي استخدمت المنهج الوصفي، ودراسة "محمد الأمين، 2017م) طبقت المنهج التاريخي.

3- مجتمع الدراسة وعينته:

تنوعت مجتمعات الدراسة المتناولة في الدراسات السابقة، ما بين مؤسسات حكومية مختلفة مثل: الوزارات، والبلديات، والأمانات، والهيئات، والأندية، إضافة إلى ما تناولتها بعض الدراسات من بنوك، وطلاب العلاقات العامة، والمستشفيات، ووزارات الصحة، ومديرية التربية والتعليم، أما الدراسات التي غُيّت بتحليل المضمون فمجتمعها وعينتها من صحف، ومواقع تواصل اجتماعي، ومواقع إلكترونية.

4- جوانب الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة:

تشابهت دراسات: أحمد أمين، 2010م، وماجدة عبدالمنعم، 2014م، ونورة بعلول وآمال عشيّش، 2015م، وUmm al-Rutm، 2017، وهالة الإمام، 2019م، و"سلطان العتيبي، 2019م، وأرام أبو عبادة، 2020م، وجوهر قشوط، 2020م، وRumman and Alzeyadat، 2021، وMaamari، 2021، من حيث الموضوع المتناول وهو العلاقات العامة وإدارة الأزمات، أي رصدت دور العلاقات العامة في الأزمات في عدد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، واختلفت بذلك مع دراسات: ماجد بن عبدالله، 2011م، والمنصف العياري، 2013م، وإلياس الخضر، 2015م، ومراد كموش، 2015م، وريم عادل، 2017م، ومحمد الأمين، 2017م، وعمر بوسعدة، 2018م، ومعصم بلال، 2019م، وإبراهيم أبو عرقوب، 2020م، التي تناولت العلاقات العامة ومفهومها

ودورها في الأزمات، بشكل عام؛ وبالتالي اختلفت مع دراسات: Souad, 2015، وHuang and Cheng, 2016، وEl-Khoreiby, 2016، وسعاد خالدي، 2017م، وانتصار داود، 2017م، وCheng, 2020، التي تناول الأزمات الحكومية والسياسية بشكل خاص.

5- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- فهم وبلورة المشكلة البحثية وتحديد جوانبها الموضوعية.
- الاستفادة من المناهج العلمية المستخدمة في هذه الدراسات.
- الاستفادة من نتائج هذه الدراسات وتوصياتها.
- العمل على تجنب التداخل بين الدراسة الحالية وبين الدراسات السابقة.
- تطوير الأدوات البحثية للدراسة.

المشكلة البحثية:

تواجه المؤسسات الحكومية الأردنية العديد من الأزمات في قطاعات الدولة المختلفة، فهناك أزمات في القطاع التعليمي؛ منها على سبيل المثال أزمة إضراب المعلمين، وهناك أزمات أخرى في القطاع الصحي؛ تتمثل في أزمة جائحة كورونا، والأزمات المصاحبة لها، كما أن هناك أزمة اللاجئين السوريين، وما يتعلق بها من أزمات في كافة المجالات، فضلاً عن الأزمات الناجمة عن سياسة رفع الدعم وزيادة الضرائب والرسوم الحكومية... إلخ.

وعليه، سعت المؤسسات الحكومية الأردنية إلى مواجهة هذه الأزمات بطرق شتى، فسعت إلى التخطيط الوقائي، مع التخطيط العلاجي، وقامت بتشكيل لجان وفرق عمل لإدارة الأزمات، مع تعيين متحدث رسمي لها، والاهتمام بوسائل الإعلام المختلفة، والاتصال بالجمهور المعني بالأزمة وغيرها، ويقع هذا كله في نطاق عمل العلاقات العامة بشكل عام، والعلاقات العامة الرقمية (الإلكترونية) بشكل خاص، والتي تقوم بدور مهم في مواجهة هذه الأزمات، حيث تحتاج إدارة الأزمات إلى كم كافٍ من المعلومات، مع تدفق هذه المعلومات والآراء بشكل سريع داخل المنظمة، وبين المنظمة والعالم الخارجي، وإلى متابعة فورية لتداعيات أحداث الأزمة، وفتح قنوات الاتصال مع الأطراف المختلفة، حيث تحرص العلاقات العامة الرقمية على التفاعل والتواصل الجيد مع مختلف أطراف الأزمة، مثل العاملين والجمهور الخارجي والمجتمع ووسائل الإعلام المختلفة، وذلك من خلال مواقع المؤسسات على شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الاتصال الإلكترونية المختلفة.

وبناءً عليه، يمكن بلورة المشكلة البحثية تحديداً في التساؤل الآتي: "ما فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها بالمؤسسات الحكومية الأردنية؟".

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة والتعامل مع الأزمات والحد من تأثيراتها بالمؤسسات الحكومية الأردنية، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية، التي يمكن عرضها على الوجه الآتي:

- 1- رصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة التي تتبعها إدارة العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- 2- الوقوف على الاستمالات المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بالأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيسبوك.
- 3- فهم أسلوب عرض مضامين الأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيسبوك.
- 4- رصد مبادئ الاتصال الحوارية المستخدمة في عرض مضامين الأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيسبوك.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات ومبررات من أهمها:

- 1- أهمية موضوع الدراسة بوصفه من الموضوعات ذات الطبيعة الحيوية، والتي تُعتبر من أبرز الموضوعات المطروحة إعلامياً وبشكل دائم في الوقت الحالي.
- 2- أهمية توقيت إجراء الدراسة، حيث يتم إجراؤها تزامناً مع الأحداث السياسية الجارية في المنطقة العربية والأردن على وجه الخصوص.
- 3- تأتي أهمية هذه الدراسة انطلاقاً من مبدأ "العلم في خدمة المجتمع"؛ حيث إن هذه الدراسة تُفَعِّل هذا المبدأ؛ نظراً لأهمية قضية الأزمات في المجتمع، فقد أصبحت الأزمات من القضايا المجتمعية الحيوية، على المستوى الفردي والمؤسسي والدولي؛ ومن ثم وَجِبَ على الدراسات الأكاديمية الإسهام في تناولها ومعالجتها.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة الحالية إلى الإطار النظري الآتي:

- نظرية إصلاح (استعادة) الصورة ويليام بنوا. William L. Benoit.

برز الاتصال في الأزمات كمجال مهم للنظرية والبحث في مجال الاتصال. ويعد إصلاح الصور، جنباً إلى جنب مع الاتصال حول الكوارث والإرهاب، أحد مكونات الاتصال في الأزمات. تشير "الصورة" إلى السمعة أو الوجه. وتتكون الصورة من تصورات عنا يحتفظ بها الآخرون (الجمهور ذات الصلة). تتأثر صورتنا بالأشياء التي نقولها ونفعلها، وما يقوله الآخرون عنا، وكيف يتصرف الآخرون تجاهنا. بالطبع، الصورة قائمة على المعتقدات والقيم (المواقف) وكذلك الأقوال والأفعال الحالية. الصورة مهمة للناس لأن التهديدات التي تتعرض لها الصورة غالباً ما تسبب الإحراج، وهو أمر غير سار. تعد الصورة أيضاً مهمة جداً لكل من الأشخاص والمنظمات (بما في ذلك الشركات والجامعات والحكومات) لأن السمعة تؤثر على كيفية معاملة الآخرين لهم. عندما نعتقد (لدينا تصورات) أن الآخرين يتهموننا أو يشبهون فينا بارتكاب خطأ، ينشأ تهديد لصورتنا. لاحظ أن هذه المعتقدات (حول ما يعتقد الآخرون عنا) هي طبقة ثانية من التصورات. يمكن أن يلعب إصلاح الصورة دوراً عندما يكون لدينا تصور بأن الآخرين لديهم تصورات سلبية عنا. تُعد مصداقية (الصورة) المصدر عاملاً مهماً في الإقناع: فمن المرجح أن يتم إقناعنا من قبل أولئك الذين يتمتعون بمصداقية عالية ويقل احتمال إقناعنا من قبل أولئك ذوي المصداقية المنخفضة. هذا يعني أنه في الأوقات التي يكون فيها من المهم بشكل خاص أن تكون مقتنعاً - كما هو الحال عندما نتعامل مع تهديدات للصورة - فإن الاتهامات أو الشكوك التي تؤدي إلى الإصلاح الفوري للصور يمكن أن تقلل من فعالية رسائلنا الدفاعية.⁽¹⁾

نظرية أو (نموذج) إصلاح واستعادة الصورة ل (ويليام بنوا 1997م) تستخدم كإطار لفحص اتصالات الأزمة، وهي تتعلق بالاستراتيجيات المستخدمة للتواصل أثناء الأزمة، والاعتماد بشكل مفرط على الإنكار والتهرب من المسؤولية وتقليل العدوانية، وشرح المحاولات لاتخاذ إجراءات تصحيحية وقبول المسؤولية - أي الاعتذار - على مضض متأخر. وتعرف نظرية إصلاح الصورة على أنها "النموذج السائد" لتقييم التواصل في الأزمات.

ونقطة البداية لنظرية إصلاح الصورة هي عندما يكون الفرد أو المنظمة المتهم بارتكاب مخالفات من شأنها الإضرار بسمعتهم. مستوى السمعة سيتم تشكيل الضرر أولاً: إلى أي مدى يكون الفرد أو المنظمة يعتبر مسؤولاً؟، وثانياً: مدى اعتبار التهمة مسيئة. ثالثاً: الاستراتيجية التي يتبناها المتهم أو المنظمة للحد من الضرر الذي يلحق بصورته وهي سلوك موجه نحو الهدف مصمم لتغيير التصورات - سواء كان ذلك المستهلكين في الأعمال التجارية أو المشجعين في حالة المشاهير أو النخبين للأحزاب السياسية والسياسيين، كذلك الحاجة للرد فور اندلاع الأزمة لطمأنة الجمهور المستهدف بدون مبالغة وإظهار الحقائق منذ

بداية الأزمة لتشكيل رأي عام مؤيد، وحتى لا تحركها وسائل الإعلام نتيجة الفراغ المعلوماتي نتيجة الصمت من المسؤولين.⁽²⁵⁾

تركز نظرية خطاب استعادة الصورة على خيارات الرسالة. بمعنى آخر، ماذا يمكن أن تقول الشركة عندما تواجه أزمة؟ هذه النظرية أكثر شمولاً من النظريات السابقة.⁽²⁾

تم تصنيف تكتيكات إصلاح الصورة، المتضمنة في نظرية استعادة الصورة لـ (W. L. Benoit 1997)، ضمن خمس استراتيجيات عامة، وهي الإنكار والتهرب من المسؤولية وتقليل العدوانية والإجراءات التصحيحية والإماتة. تهدف هذه الاستراتيجيات والتكتيكات الأساسية إلى تزويد الجهات الفاعلة بالإرشاد التواصلي في تطبيق الخطاب الصحيح للدفاع عن أنفسهم بكفاءة. أول استراتيجية لإصلاح الصورة قدمها W.L. Benoit 1997 هي الإنكار، حيث نجد تكتيكين مختلفين لهما قيمة تواصلية مماثلة. التكتيك الأول هو الإنكار البسيط، حيث تنكر منظمة ما حقيقة واقعة أو ميزة أي اتهامات ناشئة عنها. والثاني هو تحويل اللوم، حيث يتم إلقاء اللوم على ممثل خارجي لأفعال خاطئة، وذلك لإزالة المشاعر السلبية عن المنظمة نفسها.

الاستراتيجية الثانية المصنفة هي التهرب من المسؤولية، وهي استراتيجية يتم التركيز فيها بشكل رئيسي على إبطال درجة المسؤولية المنسوبة في أعقاب فعل / حادثة هجومية. تتراوح المقاربات التكتيكية التي قدمها "بينوا" بين الاستفزاز وقابلية التنفيذ والصدفة والنوايا الحسنة. ينطوي تكتيك الحادث وتكتيك النوايا الحسنة إما على التصريح بأن الفعل غير المشروع كان غير مقصود أو أنه تم بأحسن النوايا - مما يقلل من درجة مساءلة المنظمة.

إن الحد من العدوانية هو نوع من الاستراتيجيات التي تركز على مفهوم التبرير، والتي تهدف إلى تقليل المشاعر السيئة المرتبطة بالحادثة.

لا تحتوي استراتيجية الإجراءات التصحيحية على أي تكتيكات أساسية وتعتبر استراتيجية أساسية في إصلاح صورة الفرد. عندما تستخدم منظمة ما هذه الاستراتيجية، فإنها تشير إلى أن لديها الرغبة في استعادة الحالة الطبيعية للأمور التي كانت سائدة قبل الفعل العدواني أو منع تكرار الفعل.

الاستراتيجية الأخيرة، التي يشار إليها بالإماتة، هي فعل الاعتذار والتوسل للمغفرة وتحمل المسؤولية كاملة. في أداء هذه الاستراتيجية، من الأهمية بمكان أن يُنظر إلى الوعود والاعتذارات على أنها صادقة - وإلا فقد يؤدي ذلك إلى مزيد من الإضرار بصورة المنظمة.⁽¹⁾

تعريف العلاقات العامة الرقمية:

تعرف "العلاقات العامة الرقمية" بأنها: إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الإنترنت التي تقدم المعلومات عبر الإنترنت ودمج النصوص الإلكترونية والجغرافيك والصور ومقاطع الفيديو. وتعرف أيضاً بأنها: إدارة التفاعل والعلاقات مع الجمهور عبر نوافذ الحوار الإلكتروني.⁵

وتشكل البرامج والتطبيقات التفاعلية المختلفة مثل: يوتيوب، فيسبوك، تويتر وغيرها من الإلكترونية التي سمحت بعقد الأحداث والفعاليات المختلفة كالمؤتمرات والمعارض متعددة على أرض الواقع عبر الفضاء الإلكتروني وهو ما يعرف بالأحداث الافتراضية أي أن الوسائط ليست فقط إنشاء حلقة حوارية تنسم بالمناقشات الحية بين المنظمة وجمهورها عبر موقعها الإلكتروني، عبر تطبيقات إلكترونية متعددة سمحت أيضًا بإدارة الفعاليات بشكل مباشر عبر الإنترنت يتم ذلك والأقمار الصناعية.²⁶

تعرف بأنها إدارة الاتصال بين المؤسسة والجمهور من خلال تطبيقات الإنترنت.²⁷

وترى الباحثة بأن "العلاقات العامة الرقمية" Digital of Public Relations بالإضافة لكونها عملية اتصال إدارية ووظيفة استراتيجية؛ تعمل أيضًا على توظيف تقنيات الاتصال واستخدام أدوات الإعلام الحديث لتنفيذ أنشطة العلاقات العامة الحكومية بما يسمح بتبادل البيانات والصور والمعلومات.

مع ظهور موجة الواب ثم الواب 2.0 وتزايد رقمنة الأنشطة الاتصالية. تأثرت أنشطة العلاقات العامة وتعززت جهود رجال العلاقات العامة بمجموعة من الأدوات التفاعلية والتي تسمح بتعزيز الحوار وإنشاء العلاقات مع العملاء. لعل من أبرز التحولات التي عرفتها العلاقات العامة هي سيطرتها على استراتيجية الاتصال، حيث أزاحت الإعلان عن المكانة التي كان يحتلها ضمن الاستراتيجيات الاتصالية للعلامات التجارية إلى غاية نهاية التسعينات وبداية الألفية الثالثة.²⁸

الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة 3.0:

أدت التطورات في التقنيات الرقمية إلى تغيير طريقة وصول الأشخاص إلى الوسائط واستهلاك المحتوى؛ مما أدى إلى ظهور ثقافة اتصال جديدة نتيجة لظهور مشهد إعلامي معقد ومتعدد الطبقات في ثقافة الاتصالات الجديدة، التي تتلشى فيها الخطوط الفاصلة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، والاجتماعية والرقمية، والرسمية والتي ينشئها العملاء/المستخدمين. ومع انتشار تقنية الذكاء الاصطناعي؛ ازداد تدريجيًا استخدام الروبوتات والأتمتة في الإنتاج بصفة عامة وإنتاج ومشاركة المحتوى في وسائل الإعلام، والعلاقات العامة والإعلان، وإدارة المنصات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، من خلال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته مما يعزز جودة وفعالية وظائف العلاقات العامة بشكل مختلف.²

ظهرت التطبيقات والأنظمة المعتمدة على تقنية الذكاء الاصطناعي مثل تطبيق (Chat GPT) الذي ازداد تطوره وكفاءته مع مرور الوقت وأصبح من التطبيقات التي ذاع صيتها على جميع المواقع ومواقع السوشيال ميديا في الأونة الأخيرة، حيث أنه أبهر العديد من الأفراد على مستوى العالم لما له من قدرة كبيرة جعلت العديد من الأشخاص يتفاعلون معه ويلجأون إلى استخدامه في إنجاز دراساتهم وبحوثهم العلمية، حيث إنه من التطبيقات الذكية التي تعتمد على الروبوت وله العديد من الإيجابيات التي تسهل الوظائف الكثيرة على الباحثين في مختلف التخصصات.¹

يوفر الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة قيمة إيجابية، كما يعتقد الخبراء أن صناعة العلاقات العامة لم تعيد اكتشاف نفسها بعد في عصر الذكاء الاصطناعي، حيث خلقت وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الهواتف الذكية العديد من الفرص والتحديات في سياق إدارة البيانات واستخدامها، ويوفر الذكاء الاصطناعي بقدراته على التعميم الذاتي لمتخصصي العلاقات العامة أداة ليس فقط لتسخير الأفكار من هذه البيانات الضخمة ولكن أيضًا نظامًا للرد بشكل مستقل على التغريدات والاستفسارات والشكاوى والمنشورات والرسائل الأخرى على وسائل التواصل الاجتماعي، ثم إرسال تنبيهات عند ظهور أخبار سلبية، بحيث يمكن لمختص العلاقات العامة الاستجابة بسرعة أكبر، كما تساعد في كتابة القصص المبنية على البيانات، وتنظيم وتحديث قوائم وسائل الإعلام، والمساعدة في إدارة الأزمات، وتحويل الصوت إلى نص².

كما جعلت التغيرات التكنولوجية السريعة مجموعة متنوعة من التطبيقات والمنصات والأدوات الجديدة المتاحة اليوم لدعم العلاقات العامة وأهمها الذكاء الاصطناعي والتي ساعدت في:

- أنه يمكن لهذه التقنية أتمتة المهام الروتينية أي تبسيط المهام الروتينية وتشغيلها تلقائيًا، إلى جانب ذلك فإن الأدوات الجديدة قادرة أيضًا على تحليل البيانات المعقدة، لتوفير وقت محترفي العلاقات العامة لمزيد من المشاركات الإبداعية. - يمكن للعلاقات العامة تضخيم العديد من أشكال المحتوى والعروض الترويجية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما يسمح أيضًا بتحسين المشاركة بين العلامات التجارية والجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي³.

الميتافيرس، والشات جي بي تي والعلاقات العامة 4.0:

ظهر مصطلح metaverse لأول مرة في عام 1992م ، في رواية The Virtual Samurai Snow Crash التي كتبها نيل ستيفنسون . Neal Stephenson للدلالة على الجيل التالي من الإنترنت حيث يكون المستخدمون، كأفاتار، مايمكنهم من التفاعل مع بعضهم البعض عبر تطبيقات البرامج في مساحة افتراضية ثلاثية الأبعاد، والذي يمكن أن يكون أقرب إلى واقعنا في المستقبل، وكلمة ميتافيرس Metaverse تتكون من شقين الأولى Meta ويعني ما وراء، أما الشق الثاني verse ويعني الكون، حيث يستخدم المصطلح عادة لوصف مفهوم الإصدارات المستقبلية للإنترنت، المكون من مساحة ثلاثية الأبعاد ثابتة ومشتركة ومرتبطة بكون افتراضي مدرك، كما يعرف على أنه التقارب السلس لحياتنا المادية والرقمية، عبر إنشاء مجتمع افتراضي موحد لتمكين الناس من تعميق وتوسيع التفاعلات الاجتماعية رقميًا. ويتم ذلك عن طريق إضافة طبقة ثلاثية الأبعاد غامرة للويب، مما يخلق أصالة أكثر لتجارب طبيعية، إلا أن الميتافيرس ليست مقتصرة للترفيه والاتصال فقط وإنما سيجعلها تقنية مفتوحة لكافة المتعاملين والمؤسسات والشركات في مختلف المجالات لاعتماد نهج جديد للعلاقات العامة، عبر محاكاة الواقع الافتراضي بمختلف ثنائيات

والسعي للترويج لمختلف أنشطة المؤسسة وخدماتها، وهو ما يساعد ممتثلي العلاقات العامة في المؤسسات للاستعداد والجاهزية للانطلاق لهذه الثورة والبقاء في صدارة المنافسة.¹

تطبيق (Chat GPT) كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

هو عبارة عن تطبيق ذكاء اصطناعي يستخدم في الإجابة على جميع الأسئلة التي يتم طرحها لهم، ونجد أن شركة أوبن إي الأمريكية تطرح Chat GPT بالعربي، حيث إنه يستخدم تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، والتطبيق يحتوي على قواعد بيانات ضخمة تتوفر من خلال الإنترنت تساعد في تعلم وفهم أي شيء من خلال الكلام ورد على جميع الأسئلة، فهو لديه القدرة الهائلة على الفهم العميق لجميع الكلمات والعبارات والجمل بأكثر من لغة.²

ومع تزايد اهتمام الباحثين بالتسويق الرقمي كأداة فعالة في مجال التسويق، وذلك في ظل تزايد أعداد مستخدمي الإنترنت، وأعداد المنتجات التي يتم تسويقها إلكترونياً على صفحات الإنترنت؛ فظهرت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي كأحد أهم التقنيات التكنولوجية للثورة الصناعية الرابعة، والتي تم استخدامها بشكل كبير في مجال التسويق الإلكتروني، من قبل الشركات والمؤسسات لزيادة فعالية ونجاح العملية التسويقية لها، وأضافت دراسة Sadchenko, Olena and Davydova 2020 أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لعبت دوراً بارزاً في تحقيق التوسع وزيادة حجم المبيعات والعملاء المرتقبين. 3 تعتبر روبوتات الدردشة chatbots أحد التطبيقات الهامة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق وهي برامج حاسوبية تم تطويرها للتفاعل مع العملاء عبر الإنترنت، ويعمل (Chatbot) روبوت الدردشة) عبر برنامج كمبيوتر بمساعدة أنظمة الذكاء الاصطناعي لتحقيق التواصل مع العملاء وتعزيز العلاقة بين منظمات الأعمال والمستهلكين أو المستخدمين.³

ومن المتوقع في المستقبل القريب أيضاً أن ينمو مصطلح العلاقات العامة الذكية Smart

(Public Relations (SPR)، كامتداد لمصطلح العلاقات العامة الرقمية وتماشياً مع تقنيات الذكاء الاصطناعي واندماجها في أتمته مهام العلاقات العامة، ويستمر في العقد الثالث من الألفية الثانية، نظراً لارتباطه بعلم لازل في بداية عهده في تطبيقات العلاقات العامة، إضافة إلى الاندماج الذكي للعلاقات العامة بالرقمنة لعرض رسائل المنظمة مما يمكن أن نشير معه إلى مصطلح آخر وهو العلاقات العامة المتكاملة، (IPR) Integrated Public Relations وتبرز بوضوح العلاقات العامة الإبداعية Creative Public Relation (CPR) التي لم تحصل على الاهتمام الكاف في السنوات الماضية، ونظراً لزيادة أهمية العلاقات العامة في مجال الاستثمار والأعمال وارتباط التقنيات الذكية بعوائد الاستثمار للحملات الإعلانية، تبرز أيضاً الوظيفة التسويقية للعلاقات العامة وينمو معها مصطلح العلاقات العامة التسويقية¹ (Marketing Public Relations (MPR).

العلاقات العامة ومعالجة الأزمات:

إن الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة تقع على عاتقها مسؤولية التخطيط للاتصال في حالة الأزمة (Crisis communication)، إذ يسهم في فاعلية إدارة الأزمة عند حصول كوارث أو أزمات غير متوقعة كما يساعد التخطيط للاتصال بمعالجة الأزمة وفقاً لمراحلها.

إن الاتصالات الناجحة تعتمد إلى حد كبير على التحضيرات الطويلة قبل ظهور حالة طارئة وعند حصول الأزمة وبعدها، فنظام الاتصالات يجب أن يؤمن سرعة الاتصال وكفايته في نقل المعلومات بين الإدارة والعاملين والإدارة والمجتمع وكذلك بين العاملين أنفسهم.¹

الأزمات التي واجهت المؤسسات الحكومية الأردنية:

توصلت الباحثة إلى أهم الأزمات التي تعرضت لها واجهتها مؤسسات الحكومة الأردنية خلال عام وهي:

(أزمة كورونا مرحلة التعافي)، (أزمة الهجمة السيبرانية بمركز الأمن السيبراني)، (أزمة الطعوم لمرض الحصبة الألمانية)، (أزمة مستشفى السلط)، (أزمة تسرب التلاميذ بالتربية والتعليم). (الاكتظاظ الطلابي بالمدارس)، (الجدل حول توحيد اشتراطات القبول للوافدين بالتعليم العالي على منصات التواصل الاجتماعي)، (أزمة إضافة مواد دراسية أربك طلاب التوجيهي)، (أزمة عدم تأهيل المعلمين والمعلمات في الميدان التربوي).

نماذج من الأزمات التي واجهت المؤسسات الحكومية الأردنية:

1- أزمة طعوم الحصبة الألمانية:

القضية ظهرت إلى العلن قبل أيام مع انتشار تسريب صوتي يحذر من لقاحات مشكوك في مأمونيتها تنوي وزارة الصحة تقديمها خلال حملة وطنية للتطعيم في المدارس ضد الإصابة بالحصبة والحصبة الألمانية. فالجدل اشتعل بعد أن انتشرت تسجيلات صوتية وأخبار زعم أصحابها بأن هذا المطعم غير مجاز من منظمة الصحة العالمية.

أولياء أمور أظهروا قلقاً متزايداً من الحملة، مع الشكوك المتداولة عن المطعم ذي المنشأ الهندي، والشائعات حول تسجيل وفيات جراء المطعم في بعض الدول، متسائلين أيضاً عن قانونية إجبار أبنائهم على تلقي المطعم.

وفي محاولة لحسم الجدل، خرج وزير الصحة الأردني في مؤتمر صحفي ليؤكد أن الوزارة لا يمكن أن تعرض أبناء الأردنيين للخطر، وأن إعطاء المطاعيم لا يتم بشكل إجباري.

الوزير ردَّ على ما نشر حول وفيات جراء المطعم في إحدى الدول العربية، مؤكداً أن الواقعة نتجت عن وليس بسبب اللقاح، عازياً الشائعات إلى ما وصفها بـ "جهات غير مسؤولة".

المطعم لم يصل بعد، وفق تأكيد الوزير، الذي أشار إلى ترقب وصوله بنهاية الشهر الجاري، ما يُبقي باب الجدل في الأردن حول لقاح الحصبة مفتوحاً حتى لحظة إطلاق حملة التطعيم.

وأثار إعلان وزارة الصحة الأردنية عن البدء بحملة تطعيم لطلاب المدارس ورياض الأطفال والحضانات، لتلقيحهم بمطعم MR ضد الحصبة والحصبة الألمانية، جدلاً واسعاً في الشارع الأردني، بين مؤيد ومعارض.

2- أزمة الهجمات السيبرانية بالأردن:

قال رئيس المركز الوطني للأمن السيبراني المهندس بسام المحارمة²⁹، إن حوادث الأمن السيبراني العام الماضي 2023م ارتفعت بنسبة 80 بالمئة، مقارنة بالعام 2022م.

وأضاف أن الأردن تعرض عام 2023م لنحو 2455 حادثاً سيبرانياً، مقارنة بـ1362 حادثاً في عام 2022م، وذلك بسبب قدرة المركز في كشف عن التهديدات، وزيادة التحول الرقمي، والهجمات التي تستهدف العالم نتيجة الأحداث السياسية.

وبين خلال لقاء نظمته وزارة الاتصال الحكومي، مع ممثلي وسائل الإعلام بعنوان "واقع الأمن السيبراني في الأردن 2023م"، أن الأردن يتعرض لنوعين من التهديدات: جريمة منظمة من عصابات تستهدف المؤسسات لأسباب مالية، وآخر مرتبط بالدول وهي جماعات تستهدف المؤسسات لأهداف جمع المعلومات والتجسس.

وأوضح أن 1 بالمئة من الحوادث صُنفت شديدة الخطورة، و15 بالمئة خطيرة، و70 بالمئة متوسط الخطورة، و14 بالمئة منخفض الخطورة، مشيراً إلى أن الأردن تعرضت فيها 119 مؤسسة لحادث أمني أو أكثر، 18 بالمئة منها قطاع خاص، و82 بالمئة قطاع حكومي.

وبين أن من هذه الحوادث 136 هجوماً مرتبطاً بجماعات متطورة، و124 هجوم فدية، و113 هجوم جمع معلومات، مشيراً إلى أن أغلب الحوادث كشف عنها المركز بنسبة 94 بالمئة، بينما أبلغ عن 6 بالمئة منها.

وكشف تقرير رسمي أصدره المركز الوطني للأمن السيبراني أن المؤسسات في الأردن تتعرض لأربعة أنواع من المخاطر السيبرانية التي يمكن أن تزيد من فرص حدوث الهجمات الأمنية في عالم رقمي يضم أكثر من 5 مليارات مستخدم منهم 10.3 مليون مستخدم محلي.

وقال تقرير الموقف الأمني عن فترة الربع الرابع من عام 2023م، إن "من أبرز المخاطر الأمنية ونقاط الضعف التي تم رصدها من قبل المركز الوطني للأمن السيبراني تتركز في أربعة أنواع من المخاطر وهي: استخدام البرمجيات غير المرخصة أو غير المحدثة، استخدام بروتوكولات مفتوحة (بدون تشفير للبيانات)، استخدام إعدادات غير آمنة للبروتوكولات المستخدمة في الشبكات، وجود عدد من الخدمات الداخلية للمؤسسات مكشوفة على شبكة الإنترنت".

وأشار التقرير إلى أن هذه المخاطر الأمنية ونقاط الضعف المرتبطة بالخدمات والمواقع الإلكترونية في المؤسسات في الأردن قد تؤدي إلى زيادة في التهديدات السيبرانية وفرص حدوث هجمات سيبرانية وما يلحقها من أضرار وخسائر في عالم رقمي يشهد هجمة سيبرانية في جميع أرجاء العالم كل 11 ثانية.³⁰

وختاماً حاولت الباحثة تناول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وبيان هذا التناول قبل وأثناء وبعد الأزمة، وخصائص وظروف وتصنيفات الأزمات، كذلك قامت الباحثة بتسليط الضوء على التواصل أثناء الأزمات، وفريق إدارة الأزمة وأهم أدوات العلاقات العامة المستخدمة في إدارة الأزمات.

وشرعت الباحثة في سرد لأهم الأزمات التي تعرض لها الأردن خلال عام ميلادي بالتركيز على أزمتي الدراسة الحالية، واللذان سيتم تناولهما بشكل تفصيلي في تحليل المضمون لمنصات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) الخاصة بالوزارات المعنية بتلك الأزمات.

الإطار المنهجي للدراسة:

التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية:

- 1- ما أسلوب عرض مضامين الأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 2- ما الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها إدارة العلاقات العامة لإدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية الأردنية كما تناولتها مواقعها الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 3- ما الاستمالات المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بالأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 4- ما اللغة المستخدمة في عرض مضامين الأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 5 - ما عدد مرات النشر يومياً في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 6 - ما طرق تفاعل الجمهور مع المنشورات المتعلقة بالأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟
- 7- ما عناصر البناء الإعلامي (العناصر الفنية) المستخدمة في المضامين المنشورة في المواقع الإلكترونية وصفحات الوزارات عينة الدراسة؟
- 8- ما مدى توظيف مبادئ الاتصال الحوارية المستخدمة في عرض مضامين الأزمات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية الأردنية وصفحاتها على الفيس بوك؟

متغيرات الدراسة:

(العلاقات العامة الرقمية متغير مستقل، الأزمات بالمؤسسات الحكومية الأردنية متغير تابع، النوع والسن والتعليم والحالة الاقتصادية متغيرات وسيطة).

التعريفات النظرية والإجرائية للمفاهيم:

جدول (1)

التعريفات النظرية والإجرائية للمفاهيم

المصطلح	المفهوم النظري	المفهوم الإجرائي
العلاقات العامة	وظيفة إدارية تُعنى بتقويم اتجاهات الجمهور، عبر ربط أعمال المؤسسة مع الجمهور العام؛ إذ تقوم بتنفيذ برنامج لكسب دعم الجمهور وتأييده، كما تعتبر العلاقات العامة الوظيفة الإدارية المخططة التي من شأنها أن تكسب تأييد الجمهور، وتوجههم نحو أنشطة وأعمال المؤسسة أو المنظمة، إضافة إلى الحفاظ على سبل هذا التقاهم ⁽³¹⁾ .	- البحوث والدراسات التي أجرتها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الخطط والبرامج التي أعدتها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الاتصالات التي قامت بها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - مراحل التقييم التي نفذتها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية.
العلاقات العامة الرقمية	تتمثل في عملية الاتصال والتواصل مع الجماهير عبر توزيع المواد كالمنشورات والمقالات بالشكل الإلكتروني، بالاستفادة من أدوات وقواعد الإنترنت والإنتاج التكنولوجي الحديث. وعليه يمكن القول بأن العلاقات العامة الإلكترونية هي: وظيفة تسيير الاتصال بين المنظمة وجمهورها باستخدام تطبيقات الاتصال الرقمي بغرض التعريف بهويتها، وتحسين صورتها، وتوطيد علاقتها بجمهورها، محققة بذلك الحوار التفاعلي المبني على المصادقية والشفافية وأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية ⁽³²⁾ .	- المواقع الإلكترونية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الوسائل الإلكترونية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية.
الأزمات	هي ذروة التوتر في البنية الاستراتيجية الوطنية أو الإقليمية أو المحلية ⁽³³⁾ .	- الأزمات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الأزمات الصحية التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الأزمات التعليمية التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية. - الأزمات السياسية التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الأردنية.
المؤسسات الحكومية الأردنية	منشآت القطاع العام والخاص من وزارات وهيئات وشركات سواء كانت تابعة للحكومة، أو شركات عامة، أو تابعة لأفراد، أو وحدات مساهمة كالبنوك ⁽³⁴⁾ .	- رئاسة الوزراء الأردنية. - وزارة الصحة الأردنية. - وزارة التربية والتعليم.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي ظل نوعية هذه الدراسة ستقوم الباحثة بتحليل البيانات الخاصة بموضوع الدراسة، ووصف الظاهرة محل الدراسة وصفًا موضوعيًا ودقيقًا، واختيار أساليب جمع المعلومات وأداة الدراسة، وتصنيف البيانات وتنظيمها؛ ومن ثم تحليلها، ووصف النتائج وتحليلها وتفسيرها علميًا وموضوعيًا.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، الذي يُعد المنهج الأنسب للدراسات الإعلامية، ومن خلال هذا المنهج ستقوم الباحثة بتوظيف أسلوب تحليل المحتوى، الذي يقوم بدراسة محتوى الرسالة الإعلامية على مستويين (الشكل والمضمون).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من:

- 1- المواقع الإلكترونية للوزارات الحكومية داخل المملكة الأردنية الهاشمية.
- 2- الصفحات الرسمية للوزارات على الفيس بوك.

عينة الدراسة:

تشمل عينة الدراسة:

- 1- المواقع الإلكترونية لوزارتي الصحة ومركز الأمن السيبراني في الأردن.
- 2- الصفحات الرسمية على (الفيسبوك) لوزارتي الصحة ومركز الأمن السيبراني في الأردن.
- 3- أما العينة الزمنية، فستقوم الباحثة بتحليل منشورات (محتويات) صفحات وزارتي الصحة ومركز الأمن السيبراني في الأردن على (الفيس بوك) خلال عامين من (أول يوليو 2023م وحتى 30 يونيو 2024م)، وقت وقوع أزمتي (طعومات الحصبة، والهجمة السيبرانية).

أدوات جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات المتعلقة بهذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية على الفيسبوك للوزارات عينة الدراسة. حيث قامت الباحثة باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل تناول الأزمات بالمواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عينة الدراسة؛ حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل المضمون، وتم الاعتماد على الصدق الظاهري بعرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة

المتخصصين لتحكيمها^(*). وتمت صياغة فئات التحليل كيف قيل؟ وفئات المضمون (ماذا قيل؟).

الصدق الظاهري أو صدق المحكمين لاستمارة تحليل المحتوى:

تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات⁽¹⁾، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من أداة الدراسة، وقد أقر المحكمون صلاحية الأدوات بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون.

نتائج الدراسة:

نتائج تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية ولصفحات الفيسبوك عينة الدراسة:

1- الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية لوزارة الصحة على الفيسبوك:

قامت الباحثة بالولوج إلى الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الأردنية وتصفح المحتوى خلال الفترة من 2023/07/01م وحتى 2024/06/30م، وتبين للباحثة عدم تناول الوزارة لأزمة طعوم الحصبة الألمانية على الموقع الرسمي للوزارة، حيث لا يوجد أي محتوى إعلامي رقمي على الموقع تناول الأزمة، واكتفى الموقع ببث أخبار الوزير والوزارة فقط على الموقع الإلكتروني.

أما بالنسبة لصفحة الوزارة على الفيسبوك؛ تصفحت الباحثة الصفحة الرسمية على الفيسبوك ووجدت أن وزارة الصحة اعتمدت على استراتيجية الإنكار في تناولها لأزمة طعوم الحصبة الألمانية، وفي المقابل قامت الوزارة بإطلاق حملة إعلامية للحث على التطعيم ضد الحصبة الألمانية اشتملت على (إعلانات إلكترونية – فيديو توعوي لعرض مزايا التطعيم ضد مرض الحصبة الألمانية – انفوجرافيك).

وتبين للباحثة أن لغة التواصل في صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك هي اللغة العربية، وتعددت الأنماط الاتصالية المستخدمة بالحسابات الرسمية الحكومية بين: (الأخبار - بيانات وإحصائيات - إعلانات - حملات توعية - صور) لكنها خاصة بحملة التطعيم ضد الحصبة وليس لها علاقة بأزمة الطعوم التي تعرضت لها الأردن.

(*) أسماء السادة محكمي استماراتي الاستبيان وتحليل المضمون

مسلسل	الاسم	مكان العمل
1	أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور	كلية الإعلام بالجامعة الأردنية
2	أ.د/ محمد هاشم السلغوس	كلية الإعلام بجامعة اليرموك
3	أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده	كلية الإعلام بجامعة القاهرة
4	أ.د/ كامل خورشيد مراد	كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط
5	د. طارق فتح الله	كلية الإعلام بجامعة القاهرة
6	د. فتحية صبري	كلية الإعلام بجامعة القاهرة
7	د. إيمان حمادة	كلية الإعلام بجامعة القاهرة

أما عدد مرات النشر في اليوم على الصفحة الرسمية للوزارة فأكثرها مرة واحدة إلى مرتين، ولم تجد الباحثة أي شكل للمحتوى المقدم لتناول الأزمة على الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية لوزارة الصحة، واقتصر المحتوى المقدم فقط على الحملة الإلكترونية للحث على التطعيم ضد مرض الحصبة تناول: (صور شعار وزارة الصحة أو حملاتها الاتصالية المتعلقة بالتطعيم ضد الحصبة، فيديو تضمن لقاءات مع مسؤولي الوزارة، روابط لحسابات وزارة الصحة لتواصل الجمهور معها، انفوجرافيك تعريفى بجهود الوزارة).

أما عن طبيعة المحتوى المنشور على صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة فتضمن الإنجازات حول التطعيم ضد الحصبة، تصريحات لمسؤولين ومبادرات للتطعيم ضد مرض الحصبة الألمانية.

وجاءت المعلومات المعروضة على الفيسبوك ذات طبيعة إعلامية تضم: (فيديوهات - أخبار صحفية وإعلامية - حملات توعية - انفوجرافيك).

وبالنسبة للمعلومات عن طبيعة أزمة الطعوم على صفحة الوزارة على الفيسبوك؛ فلا توجد أية معلومات مفيدة تخص الأزمة، واقتصر الأمر على نشر انفوجرافيك يوضح ضرورة التوجه لتطعيم الأطفال ضد مرض الحصبة الألمانية.

وعن تحليل محتوى صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة عينة الدراسة من منظور نظرية الاتصال الحواري لم تحتوي الصفحة على أية معلومات أو اتصال يخص الأزمة.

أما عن الوسائط المتعددة والصور والنصوص المستخدمة في موقع الوزارة وصفحة الفيسبوك فأشار التحليل على وجود (صور ورسوم، ملفات صوت، ملفات فيديو، نص عادي).

نوع الصور المستخدمة في عرض المعلومات على الفيسبوك (صور ثابتة - انفوجراف)، والنصوص المستخدمة استخدم فيها أحجام مناسبة من الخطوط، إبراز العناوين بأحجام مختلفة وأكبر من النص والمسافة بين السطور مناسبة).

لم ترصد الباحثة أية أنواع لأزمات واجهتها وزارة الصحة على الموقع الإلكتروني أو صفحتها على الفيسبوك.

كذلك لم ترصد الباحثة أية استمالات مستخدمة في تقديم المضمون لمواجهة الأزمة على موقع الوزارة الإلكتروني وصفحاتها على الفيسبوك، بينما جاءت أهداف المنشورات على الموقع الإلكتروني وصفحة الوزارة لتوعية وتقديم الدعم والمساعدة للجمهور للحث على تناول لقاح مرض الحصبة والدفاع عن إنجازات الوزارة لتجنب حدوث أزمة، وتحسين صورة الجهاز الحكومي لدى الجمهور المستهدف.

وجاء محور الارتكاز في المنشور الدولة والوزارة والملك ورئيس الوزراء.

وتبين للباحثة أن الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة داخليًا وخارجيًا أثناء مواجهة الأزمة على الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي

(الفيسبوك) هو استراتيجية الإنكار والتهرب من المسؤولية كذلك الاعتماد على استراتيجيتي التوعية والإقناع واستراتيجية تحسين الصورة الذهنية.

ولم ترصد الباحثة أية أساليب للعلاقات العامة في إدارة أزمة الطعوم ضد الحصبة عبر الموقع الإلكتروني والفيسبوك، الأساليب الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة عبر الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي اعتمدت على الحملات والفيديوهات وانفوجرافيك وصور توعوية لتشثيت الأزمة.

أما بالنسبة لأشكال تفاعل الجمهور مع المحتوى فجاء في المتوسط أقل من 100 إعجاب (منخفضة)، والتعليقات أقل من 50 تعليقاً (منخفضة)، والمشاركات أكثر من 20 مشاركة (عالية)، تعليقات طويلة (أكثر من خمس جمل)، واتجاه التعليقات يتفق مع اتجاه المادة المنشورة.

وفيما يتعلق بقيام الوزارة بالرد على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات؛ تقوم الوزارة بالرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل أو الشكوى، ولا توجد تجاوزات في التعليقات.

2- الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للمركز الوطني للأمن السيبراني على الفيسبوك:

قامت الباحثة بالولوج إلى الموقع الإلكتروني للمركز الوطني للأمن السيبراني وتصفح المحتوى خلال الفترة من 2023/07/01م وحتى 2024/06/30م، وتبين للباحثة أن الموقع تناول في التقرير عن الربع الأول من العام 2023م (أن أهم التهديدات التي رصدها المركز خلال الربع الثالث من العام 2023م هو الازدياد الملحوظ لنشاط مجموعات الجريمة المرتبطة ببرمجيات الفدية محلياً، كما أشارت بعض التقارير لزيادة نشاط تلك المجموعات بشكل عام. وتم الكشف عن عدد من الهجمات المرتبطة بمجموعات برمجيات الفدية والتي استهدفت عدداً من المؤسسات المحلية في عدد من القطاعات.

وتم الكشف أيضاً عن تسريب لبيانات مستخدمين على الشبكات والمواقع التي تستخدم بشكل رئيسي من قبل القراصنة لبيع وتداول تلك البيانات.

وأشار التقرير إلى أن أبرز الحوادث التي تعرضت لها الأردن في الربعين الثالث والرابع من العام 2023م استهداف عدد من المؤسسات الحكومية من قبل مجموعات تهديد متطورة، وهجوم الفدية الذي استهدف مؤسسة أردنية، وإصابة بعض المؤسسات ببرمجيات تعديل العملات الرقمية، بالإضافة إلى هجوم تعديل وتغيير المحتوى لمؤسستين أردنيتين، وتسريب بيانات تعود لموظفين حكوميين، بالإضافة إلى رصد عدد من الهجمات السيبرانية الأخرى الأقل تأثيراً مثل حجب الخدمة، والهجمات التي تستهدف أنظمة التحكم عن بُعد، واستغلال لبعض الثغرات القديمة والمعروفة مثل ثغرة (Log4j). وبلغ عدد الحوادث السيبرانية التي تعامل معها المركز خلال الربع الثالث من عام 2023م (453) حادثة وفي الربع الرابع من عام 2023م (915) حادثة استهدفت الشبكة الأمانة للحكومة وعدد من الوزارات والمؤسسات الحكومية بالإضافة لعدد من المؤسسات الحيوية. كما بلغ عدد حملات الاستجابة التي قام بها فريق الاستجابة للحوادث السيبرانية (20) في الربع الثالث، و(30) في الربع الرابع قام

خلالها فريق التحليلات الرقمية بإجراء (22) ، و(31) في الربع الرابع من نفس العام عملية تحليل رقمي للأدلة المرتبطة بهذه الحوادث.

أما في الربع الأول من العام 2024م لوحظ ازدياد كبير في عدد الحوادث السيبرانية التي تعامل معها المركز خلال الربع الأول من هذا العام وبنسبة بلغت 124% مقارنة بالربع الأخير من العام الفائت، كما زادت حوادث "محاولات الاختراق" و"جمع المعلومات" بشكل بارز مقارنة بأنواع الحوادث الأخرى. حيث بلغت نسبة الزيادة فيها (810%)، و(430%) على التوالي.

وأشار تقرير المركز الوطني للأمن السيبراني بالأردن للربع الثاني من العام 2024م إلى زيادة الحسابات المسروقة بنسبة 39% مقارنة بالربع الثاني من العام 2023م، وبلغ عدد الحوادث التي تعامل معها المركز خلال الربع الثاني من العام 2024م (1582) حادثة استهدفت عددًا من المؤسسات والوزارات الحكومية الأردنية.

فساهمت العلاقات العامة الرقمية لمركز الأمن السيبراني بتوضيح حوادث الهجمات السيبرانية من خلال نشر التقارير الربع السنوية التي توضح ذلك والمنشورة على الموقع الرسمي للمركز، وذلك على عكس الموقع الرسمي لوزارة الصحة الأردنية.

أما بالنسبة لصفحة المركز على الفيسبوك؛ تصفحت الباحثة الصفحة الرسمية على الفيسبوك ووجدت أن المركز الوطني للأمن السيبراني اعتمد على استراتيجية الإعلام في تناوله لأزمة الهجمة السيبرانية، وقام المركز بإطلاق حملة إعلامية للحث على التحصين ضد الهجمات الإلكترونية باستخدام برامج مكافحة الفيروسات، والتدريب على التعامل مع المعلومات الزائفة والبرامج الضارة، والتسلل الخفي لسرقة المعلومات وغيرها. اشتملت على (إعلانات إلكترونية - فيديو توعوي - انفوجرافيك - ورش تدريب متخصصة - مؤتمرات صحفية - أخبار - معلومات).

وتبين للباحثة أن لغة التواصل في صفحة مركز الأمن السيبراني على الفيسبوك هي اللغة العربية، وتعددت الأنماط الاتصالية المستخدمة للعلاقات العامة الرقمية بالحسابات الرسمية الحكومية بين: (الأخبار - بيانات وإحصائيات - إعلانات - حملات توعية - صور - تقارير - الأحاديث الصحفية - ورش عمل - لقاءات ومؤتمرات صحفية) للتوعية بالأمن السيبراني.

أما عدد مرات النشر في اليوم على الصفحة الرسمية للمركز فأكثرها مرة واحدة إلى مرتين، ولم تجد الباحثة أي شكل للمحتوى المقدم لتناول أزمة الهجمات السيبرانية بشكل مباشر على الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للمركز الوطني للأمن السيبراني، واقتصر المحتوى المقدم على عرض التقارير السنوية والربع سنوية التي توضح عدد الحوادث الإلكترونية وخسائرها على مستوى المؤسسات الحكومية الأردنية والخاصة مدعمة بالبيانات الإحصائية والصور والأشكال البيانية المعبرة عن هذه الهجمات السيبرانية، لقاءات مع مسؤولي المؤسسة أو المتحدث الرسمي باسم فريق الأزمة، واشتملت المادة الإعلامية كذلك على الحملة الإلكترونية للحث على التحصين ضد البرامج والتطبيقات الضارة، تناولت: (صور شعار وزارة الأمن السيبراني أو حملاتها الاتصالية المتعلقة بكيفية التعامل مع وسائل

التواصل الاجتماعي والتحذير من البرامج والتطبيقات الضارة، فيديوهات تضمن لقاءات مع مسؤولي الوزارة، وأخرى توعوية للتعامل مع المكالمات المجهولة المصدر.. وغيرها من روابط لحسابات مركز الأمن السيبراني لتواصل الجمهور معها، انفوجرافيك تعريفى بجهود الوزارة).

أما عن طبيعة المحتوى المنشور على صفحة الفيسبوك للمركز الوطني للأمن السيبراني فتضمن الإنجازات حول مواجهة الحوادث السيبرانية والتغلب عليها، تصريحات لمسؤولين ومبادرات وورش عمل للتحصين ضد البرامج والتطبيقات الضارة.

وجاءت المعلومات المعروضة على الفيسبوك ذات طبيعة إعلامية تضم: (فيديوهات - أخبار صحفية وإعلامية - حملات توعية - انفوجرافيك - مؤتمرات إعلامية). "وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "Ayman, Kaya and Kuruc, 2020" أن الاستخدام الفعال للاتصالات الرقمية أسهم في استدامة الجامعات خلال هذه الأزمة، وأن المنشورات (نص / صورة / ملصق) ومقاطع الفيديو، التي تشاركها هذه الجامعات، تركز بشكل أكبر على الوكيل الصحفي أو ما يُعرف بنموذج المعلومات العامة".

وبالنسبة للمعلومات عن طبيعة الهجمات السيبرانية على صفحة مركز الأمن السيبراني على الفيسبوك؛ وجدت الباحثة معلومات مفيدة تخص الأزمة من خلال استعراض التقارير الربع سنوية والسنوية المنشورة من خلال روابط على صفحة المركز بالفيسبوك وموقعها الإلكتروني الرسمي.

وعن تحليل محتوى صفحة الفيسبوك للمركز الوطني للأمن السيبراني عينة الدراسة من منظور نظرية الاتصال الحواري؛ تم عرض المعلومات التي تخص الهجمات السيبرانية بشفافية مدعمة بالأرقام والنسب المئوية، ونشر تقارير ربع سنوية توضح الخسائر المالية أو البشرية نتيجة الأزمة.

وللحفاظ على زوار الصفحة يتم نشر روابط للموقع الإلكتروني مع كل منشور واشتملت الحوارات التفاعلية على التنوع في المحتوى المنشور (نص/ فيديو/ صورة). وجاء الحث على زيارة صفحة مركز الأمن السيبراني بوجود معلومات محدثة باستمرار عن طبيعة الحوادث السيبرانية وكيفية مواجهتها.

أما عن الوسائط المتعددة والصور والنصوص المستخدمة في موقع المركز الوطني للأمن السيبراني وصفحة الفيسبوك فأشار التحليل على وجود (صور ورسوم، ملفات صوت، ملفات فيديو، نص عادي).

نوع الصور المستخدمة في عرض المعلومات على الفيسبوك (صور ثابتة - انفوجراف - أشكال بيانية - ملفات PDF)، والنصوص المستخدمة فيها أحجام مناسبة من الخطوط، إبراز العناوين بأحجام مختلفة وأكبر من النص والمسافة بين السطور مناسبة).

ونوع الأزمات التي رصدتها الباحثة (أمنية) تتعلق بالحوادث المتكررة والهجمات السيبرانية التي تهاجم المؤسسات الحكومية والخاصة الأردنية وواجهها مركز الأمن السيبراني على الموقع الإلكتروني أو صفحته على الفيسبوك، ومصدر المنشورات دائماً رسمي المصدر.

كذلك رصدت الباحثة الاستمالات المنطقية التي تعتمد على الاستشهاد بتقارير وإحصائيات رسمية وعلمية في تقارير المركز المنشورة على موقعه الرسمي وصفحاته على الفيسبوك، بينما جاءت أهداف المنشورات على الموقع الإلكتروني وصفحة المركز الوطني للأمن السيبراني لتوعية وتقديم الدعم والمساعدة للجمهور للبحث على التحصين ضد التطبيقات والبرامج الضارة، والدفاع عن إنجازات المركز لتجنب حدوث أزمة، وتحسين صورة الجهاز الحكومي لدى الجمهور المستهدف، وإعلام الجمهور بما يتم تنفيذه من خطوات لمواجهة الأزمة.

وجاء محور الارتكاز في المنشور الحدث أو الموضوع المتعلق بالأزمة.

وتبين للباحثة أن الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها إدارة العلاقات العامة بمركز الأمن السيبراني داخلياً وخارجياً أثناء مواجهة الأزمة على الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) هي استراتيجيات: الإعلام، والتوعية، والإقناع، كذلك استراتيجية شرح المحاولات لاتخاذ إجراءات تصحيحية.

" وتتفق هذه النتائج مع دراسة "المنصف العياري، 2013م" في أن إدارة العلاقات العامة واستراتيجية مواجهة الأزمات والإعلام يؤدون دور وساطة يكسب أهمية وخطورة كبيرة عند إدارة الأزمات".

ورصدت الباحثة أساليب العلاقات العامة في إدارة أزمة الهجمات السيبرانية عبر الموقع الإلكتروني والفيسبوك، حيث اعتمدت الأساليب الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة عبر الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي على الحملات والفديوهات والانفوجرافيك وصور توعوية والتقارير ومؤتمرات وورش عمل لاحتواء الأزمة.

أما بالنسبة لأشكال تفاعل الجمهور مع المحتوى فجاء في المتوسط أقل من 100 إعجاب (منخفضة)، والتعليقات أقل من 50 تعليقاً (منخفضة)، والمشاركات أكثر من 20 مشاركة (عالية)، تعليقات طويلة (أكثر من خمس جمل)، واتجاه التعليقات يتفق مع اتجاه المادة المنشورة.

وفيما يتعلق بقيام الوزارة بالرد على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات؛ تقوم الوزارة بالرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل أو الشكوى، ولا توجد تجاوزات في التعليقات.

التوصيات:

من خلال قيام الباحثة بإجراء تحليل المضمون، وفي ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج توصي الباحثة بالآتي:

- 1- استخدام ChatGPT على جميع مواقع الوزارات على الإنترنت يتم الرد من خلالها على أي معلومة أو تعليق أو انتقاد أو استفسار والرد مباشر من قبل موظف العلاقات العامة.
- 2- إنشاء أقسام علاقات عامة رقمية، وفريق دعم كامل لكل وزارة لتسهيل التواصل مع الجمهور وتحسين الصورة الذهنية للوزارة خصوصاً بوقت حدوث الأزمة.
- 3- تدريب القائمين بالاتصال في الوزارات والمؤسسات الحكومية الأردنية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الإعلام والعلاقات العامة.
- 4- تفعيل آلية الرد الآلي على استفسارات الجمهور بالمواقع الإلكترونية للوزارات الحكومية الأردنية.
- 5- ضرورة اعتماد استراتيجيات الإعلام والمواجهة عند التعامل مع الأزمات من قبل الوزارات الأردنية ونشر ما يخص الأزمة على منصات التواصل الاجتماعي وموقع الوزارة على الإنترنت.

البحوث المقترحة:

في إطار ما قامت به الباحثة بمسح التراث النظري في الدراسة الحالية – ترى الباحثة أهمية الاهتمام بموضوع العلاقات العامة الرقمية وإدارة الأزمات، لذا تقترح الباحثة إجراء دراسات جديدة من أهمها:

- 1- إجراء دراسة للتعرف على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- 2- إجراء دراسة للتعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة المؤسسات الحكومية والخاصة بالملكة الأردنية.

هوامش الدراسة:

1. Masngut N., Mohamad E.(2021), "Association between public opinion and Malaysian government communication strategies about the COVID-19 crisis: Content analysis of image repair strategies in social media", *Journal of Medical Internet Research, Open Access* Volume 23, Issue 8 August 2021 Article number e28074, DOI 10.2196/28074
2. أحمد أمين محمد، (2010م)، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بعمان: كلية الإعلام).
3. ماجدة عبد المنعم مخلوف، (2014)، دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد الرابع.
4. نورة بعلول وآمال عشيش، (2015م)، دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات: دراسة ميدانية بمديرية التربية والتعليم، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي).
5. Umm al-Rutm, (2017), The Role of Public Relations in Crisis Management with Relevant Parties Sports Foundation-field Study Club Ess, *Sports creativity magazine*, No. 22.
6. هالة شرف الدين إسحق الإمام، (2019م)، توظيف العلاقات العامة في إدارة الأزمات: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني في الفترة 2015-2018م، *مجلة العلوم الإنسانية*، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 20، العدد الثالث.
7. سلطان عبد الله العتيبي، (2019م)، دور العلاقات العامة في المستشفيات السعودية في إدارة أزمة حج عام (1436هـ): دراسة ميدانية، *المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية*، عدد 10.
8. آرام إبراهيم أبو عبادة، (2020م)، دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا "كوفيد 19" من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*، عدد 60.
9. جواهر الهاملي قشوط، (2020م)، دور مكاتب العلاقات العامة والاتصال في إدارة الأزمات: دراسة ميدانية لعينة من الموظفين بالهيئة الوطنية للتعليم التقني والفني، *مجلة بحوث الاتصال*، كلية الفنون والإعلام، جامعة الزيتونة، عدد 8.
10. M. A. A. Rumman and A. A. Alzeyadat, (2021), The Impact of the Department of Public Relations and Media on Crisis Management: Case Study of the Greater Salt Municipality, Jordan. *SDMIMD Journal of Management*, Vol. 12, No. 1.
11. J. A. Maamari, (2021), The Role of Public Relations in Managing Crises in Institutions from the Point of View of Workers in the Municipality of Riyadh. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 6, No. 5.
12. ماجد بن عبد الله الجار الله، (2011م)، جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، *مجلة العلاقات العامة والإعلان*، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، العدد الأول.
13. المنصف العياري، (2013م)، إدارة العلاقات العامة واستراتيجية مواجهة الأزمات، *مجلة العلاقات العامة والإعلان*، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، العدد الثاني.

14. أحمد إلياس الخضر محمد، (2015م)، العلاقات العامة وإدارة اتصالات الأزمة: دراسة وصفية تحليلية، **مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، العدد الثاني.**
15. مراد كموش، (2015م)، العلاقات العامة وإدارة أزمات المنظمة: التصورات والنماذج، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد (28).**
16. ريم أحمد عادل، بحوث العلاقات العامة والإعلان في مصر.. الواقع واتجاهات المستقبل: رؤية تحليلية نقدية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، العدد العاشر، يونيو 2017.**
17. محمد شادن الأمين، (2017م)، إسهامات العلاقات العامة في إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية على سلطة الطيران المدني السوداني في الفترة 2012- 2015م (كلية الدراسات العليا: جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية بالسودان).
18. عمر إبراهيم بوسعدة، (2018م)، دور إدارة المعلومات لأجهزة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات المؤسسية: دراسة نظرية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 18.**
19. معصم بلال جمعة المعصم، (2019م)، العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المؤسسات، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 24.**
20. إبراهيم أحمد أبو عرقوب، (2020م)، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، **مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد 47، العدد الثاني.**
21. إيمان محمد حمادة، (2021)، "تأثير الثقافة المجتمعية والعوامل التنظيمية على كفاءة إدارة اتصالات الأزمات: دراسة حالة على عينة من المنظمات العاملة في مصر"، **رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).**
22. K. Souad, (2015), Crisis: A rethinking about the Relationship between Public Relations, Communication, and Environment, **Al-Saoura for Human and Social Studies**, Vol.1, No. 1.
23. Y. H. C. Huang and Y. Cheng, (2016), Crisis Communication in Context: Cultural and Political Influences Underpinning Chinese Public Relations Practice, **Public Relations Review**, Vol. 42, No. 1.
24. A. Hamid El-Khoreiby, (2016), Crisis Response Strategies of Political Parties in the Egyptian Social Media-the Constitutional Declaration as a Case Study, **Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research**, Vol. 8.
25. سعاد خالدي، (2017م)، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي أزمة الربيع العربي أنموذجاً، **رسالة دكتوراة، غير منشورة (كلية العلوم الإسلامية: جامعة وهران).**
26. انتصار داود العبيدي، (2017م)، إستراتيجية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد الرابع عشر.**
27. Y. Cheng, (2020), The Social-Mediated Crisis Communication Research: Revisiting Dialogue between Organizations and Publics in Crises of China, **Public relations review**, Vol. 46, No. 1.
28. أحمد فاروق رضوان، (2012م)، استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة: دراسة حالة على شركة "تويوتا"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد الثامن.**

29. داليا محمد عبد الله، (2017م)، استخدام المنظمات العاملة في مصر لوسائل التواصل الاجتماعي في اتصالات الأزمات واتجاهاتهم نحوها: دراسة مسحية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، العدد التاسع.
30. يحيى بن العربي، (2018م)، إدارة اتصال الأزمات في زمن الشبكات الاجتماعية الرقمية: تحولات نظرية ونماذج عملية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، العدد (20).
31. Y. Cheng and C. J. Lee, (2019), Online Crisis Communication in a Post-Truth Chinese Society: Evidence from Interdisciplinary literature, **Public Relations Review**, Vol. 45, No. 4.
32. نهلة عبد الله العنزي، (2020م)، العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية: دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020 /3 /21 حتى 2020/ 4 /21، **كلية الآداب**، جامعة واسط، المجلد الثالث، العدد (38).
33. M. Mirbabaie, D. Bunker, S. Stieglitz, J. Marx & C. Ehnis, (2020), Social Media in Times of Crisis: Learning from Hurricane Harvey for the Coronavirus Disease 2019 Pandemic Response. **Journal of Information Technology**, Vol. 35, No. 3.
34. U. Ayman, A. K. Kaya, and Ü. K. Kuruc, (2020), The Impact of Digital Communication and PR Models on the Sustainability of Higher Education during Crises, **Sustainability**, Vol. 12, No. 20.
35. Y. E. Park, (2021), Developing a COVID-19 Crisis Management Strategy Using News Media and Social Media in Big Data Analytics. **Social Science Computer Review**.
36. Y. Wang, Y. Cheng & J. Sun, (2021), When Public Relations Meets Social Media: A Systematic Review of Social Media Related Public Relations Research from 2006 to 2020. **Public Relations Review**, Vol. 47, No. 4.
37. William L. Benoit. (2019), "Image Repair Theory", 15 JANUARY 2019
DOI: 10.1093/OBO/9780199756841-0103
<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0103.xml>
38. Heppell T. (2021), "The British Labour Party and the antisemitism crisis: Jeremy Corbyn and image repair theory", *British Journal of Politics and International Relations* Open Access Volume 23, Issue 4, Pages 645 - 662 November 2021, DOI 10.1177/13691481211015920 <https://081133pbfh-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/13691481211015920>
39. William L. Benoit, (1997), "Image repair discourse and crisis communication", **Public Relations Review**, Summer 1997 v23 n2 p177(10)
<https://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/98A1/Benoit.htm>
40. Jens Mathias Kjær Jensen, (2015), English and International Business Communication, **Master's Thesis**, Aalborg University, June 2015, pp23:26.
<http://ir.uiowa.edu/etd/5512>.
41. إيمان محمد حمادة. (2021م)، رسالة دكتوراة غير منشورة، مرجع سابق، ص91.

42. خيرت معوض عياد (2019م). "الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية دراسة تحليلية"، *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 16، العدد 2، 2019م، ص 249.
43. مبارك ريان. (2018م). "ممارسة العلاقات العامة عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيلين عبر موقع فيسبوك"، *المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 3، 2018، ص 57.
44. حسن نيازي الصيفي. (2020م). الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية الأجنبية والعربية في الفترة من 2008 - 2019، *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، العدد 24، ص 146.
45. عمار رايح. (2024م). " العلاقات العامة 2.0 في عصر التسويق 4.0 دراسة في التغيرات والأدوات"، *مجلة الحوار الثقافي*، (المجلد 13 - العدد 1، 2024م)، ص 85.
46. غادة سيف ثابت. (2022م). مستقبل صناعة العلاقات العامة في ظل علوم "الذكاء الاصطناعي - الإعلام الإبداعي - الاندماج الإعلامي". *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع 24، 236. مسترجع <http://1335927/Record/com.mandumah.search/>.
47. سليمان عبد الواحد يوسف. أمل محمد غنايم. "اتجاهات الباحثين العرب نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البحث النفسي والتربوي (Chat GPT) أنموذجاً"، *مجلة التراث*، (المجلد 13 / العدد 04 - ديسمبر 2023م)، ص 63.
48. شيماء عبد العاطي سعيد صابر. (2022م). "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية: دراسة تطبيقية"، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، (العدد الثاني عشر، يوليو/ديسمبر 2022م)، ص 324.
49. شيماء عبد العاطي سعيد صابر. نفس المرجع السابق، ص 325.
50. يوسف مقعاش. (2022م). "الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة الرقمية وتفاعلها مع المحيط الخارجي قراءة وظيفية في آليات التطبيق"، *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات*، (المجلد 05 - العدد 04، أكتوبر 2022)، ص 79.
51. سليمان عبد الواحد يوسف. أمل محمد غنايم. (2023م). "اتجاهات الباحثين العرب نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البحث النفسي والتربوي (Chat GPT) أنموذجاً"، *مجلة التراث*، (المجلد 13 / العدد 04 - ديسمبر 2023م)، ص 66.
52. سمر عبد الحليم. (2023م). "إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء التسويق الرقمي، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد الخامس والعشرون - يناير/يونيو 2023م، ص 245. مسترجع من: <http://search.mandumah.com/Record/1416451>
53. غادة سيف ثابت. (2022م). مستقبل صناعة العلاقات العامة في ظل علوم "الذكاء الاصطناعي - الإعلام الإبداعي - الاندماج الإعلامي". *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع 24، 254. مسترجع <http://1335927/Record/com.mandumah.search/>.
54. Edwards, R, "Planning for Corporate Communications", (western college publishing, 2003), P. 70.
55. واقع الأمن السيبراني في الأردن 2023 مرابط مركز الأمن السيبراني: <https://www.ncsc.jo/AR/NewsDetails/%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%AF%D9%86%2023>

56. مخاطر سيبرانية على المؤسسات في المملكة، صحيفة الغد الإلكترونية - السبت 20 أبريل 2024م.
<https://alghad.com/Section-181/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF/4-%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%B1-%D8%B3%D9%8A%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%85%D9%84%D9%83%D8%A9-1684958>
57. صفاء محمد صلاح الدين، (2018م)، تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية بجمهورية مصر العربية. مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد (45)، ص 664.
58. ريان مبارك، (2018م)، ممارسة العلاقات العامة عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس على موقع فيسبوك، المجلة الجزائرية للعلم الإنسانية والاجتماعية، كلية علوم الإعلام والاتصال السمعي، ص 57.
59. شريفة رزيوق، (2017م)، التفاوض كآلية اتصال في مواجهة الأزمات بالمؤسسة: دراسة وصفية تحليلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد (11)، ص 24.
60. شاذلي أحمد، (2015م)، فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الدراسات العليا: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا)، ص 16.