

**أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة
استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية**

د. أسماء أحمد جودة الإبراهيمي

**مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد
العالي للإعلام وفنون الاتصال ب 6 أكتوبر**



ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على أخلاقيات العلاقات العامة كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية، من خلال التحليل الشبكي لمنشورات الأونروا وأطباء بلا حدود المرتبطة بالأزمة في غزة. وأيضاً تقييم مدى التزام المنظمين بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في ظل الأزمة. يعتمد هذا البحث على منهج التحليل الشبكي لتحليل التفاعلات الرقمية على صفحات عينة الدراسة على فيسبوك، بهدف الكشف عن أنماط العلاقات الرقمية. والمنهج المقارن وذلك للوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين صفحتي المنظمين من حيث المحتوى الرقمي والوسوم ودرجة المركزية والانتشار. ويعتمد البحث على أداة Gephi للكشف عن طبيعة العلاقات بين المنشورات والوسوم المستخدمة، ومدى الترابط والتقاطع في الرسائل الإنسانية، والمجموعات النقاشية.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

أظهرت نتائج التحليل أن الأونروا تتبع نمطاً مركزياً في النشر، بينما تعتمد أطباء بلا حدود على شبكة أكثر مرونة. وهذا يعكس اختلافاً في الاستراتيجية الاتصالية، حيث تميل الأونروا إلى التحكم في الرسائل، فيما تفضل أطباء بلا حدود نشر أكثر لامركزية، مما يعزز التفاعل. يُظهر التحليل النوعي التزاماً متبايناً بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية بين المنظمين، حيث تفوقت الأونروا في التغطية المستمرة والتواصل الإنساني المباشر، بينما تميزت أطباء بلا حدود في الدقة والاحترافية والخصوصية. كلا المنظمين افتقرا إلى ممارسات الحوار التفاعلي مع الجمهور، مما يقلل من فعالية الاتصال الرقمي بوصفه أداة لإدارة الأزمة..

الكلمات المفتاحية

أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية، التحليل الشبكي، الأزمات الإنسانية.

مقدمة:

تزايدت أهمية أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية مع توسع استخدام البيانات والتقنيات الرقمية في العمل الإنساني . لذا تبرز الحاجة إلى ممارسات أخلاقية واضحة لضمان حماية المتضررين وتعزيز فعالية الاستجابة للأزمات. وتشمل أبرز القضايا الأخلاقية في إدارة البيانات خلال الأزمات الإنسانية :حماية الخصوصية، تجنب الأضرار الإضافية، ضمان العدالة في توزيع الموارد، واحترام استقلالية الأفراد .وتزداد هذه التحديات مع استخدام الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث قد يؤدي سوء إدارة البيانات إلى مشاركة معلومات حساسة مع أطراف ثالثة أو اتخاذ قرارات غير عادلة بحق المتضررين. لذا تعتمد المنظمات الإنسانية على استراتيجيات تواصل رقمية مثل الدبلوماسية الإنسانية الرقمية، واستخدام المنصات الرقمية للتواصل السريع والمباشر مع الجمهور المتضرر .تختلف الاستراتيجيات باختلاف نوع الأزمة والسياق الثقافي، لكن هناك اتفاق على أهمية الشفافية، التفاعل السريع، وتقديم المعلومات الدقيقة لتعزيز الثقة والفعالية.

وتشير الدراسات إلى أن العديد من المنظمات تركز على العدالة في استجابتها للأزمات، لكن غالبًا ما تهمل الجوانب الأخلاقية المتعلقة بالرعاية والاعتبارات الشخصية للمتضررين .تعزيز هذه الجوانب يمكن أن يساعد في إعادة بناء السمعة والحفاظ على علاقات إيجابية مع الجمهور بعد الأزمة.

ومع تزايد أهمية أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية، خاصة في ظل الأزمات المعقدة مثل أزمة غزة .فإن المنظمات الإنسانية مثل الأونروا وأطباء بلا حدود تعتمد بشكل متزايد على التواصل الرقمي لنقل رسائلها، بناء الثقة، وحشد الدعم الدولي، مما يفرض تحديات أخلاقية جديدة تتعلق بالمصداقية، الشفافية، واحترام الضحايا.لذا تصبح هذه الدراسة ضرورية في هذا التوقيت، لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية.

أولاً: الدراسات السابقة:

تساهم الدراسات السابقة في توفير قاعدة معلوماتية للباحث ورؤية علمية يمكن الاعتماد عليها في بلورة فكرة الدراسة وتحديد أبعادها وصياغة المشكلة وصولاً إلى تفسير النتائج، وقد قامت الباحثة بمسح التراث العلمي التي تناولت أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية وإدارة الأزمات تحديداً، وتم عرضها على محورين من الأحدث للأقدم على النحو التالي:

المحور الأول: أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية:

دراسة (Mohammed Alshammari, et. Al, 2025)

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير العوامل الثقافية والسياقية في كيفية النظر إلى السلوك الأخلاقي في ممارسات العلاقات العامة الرقمية في الكويت. تم جمع البيانات من 267 ممارساً في مجال العلاقات العامة من خلال موقع Qualitrics.com، وتم تحليلها باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM).

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن العوامل الثقافية تؤثر بشكل كبير على الإشارات الرقمية في ممارسات العلاقات العامة، مما يشير إلى أن المشاركين يمارسون التواصل اعتماداً على تصوراتهم الخاصة حول ممارسات العلاقات العامة، والإفصاح عن الخصوصية، والإرشادات التي تقدمها مؤسساتهم. وبرزت الأساليب الأخلاقية المتعلقة بالسلوك الاجتماعي المسؤول، والمقاربات المرتكزة على العميل، ورقابة المؤسسة على ممارسات العلاقات العامة كعناصر بارزة.

دراسة (Angin, T., G., & Mukhlisiana. L. 2024)

استهدفت هذه الدراسة تحليل الجوانب الأخلاقية والاستراتيجيات المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة. استخدمت الدراسة منهج نوعي يعتمد على مراجعة الأدبيات، حيث تم جمع البيانات من قواعد بيانات مجلة Sinta، Scopus، وGaruda Ristek Dikti، وتركزت عمليات البحث بشكل محدد على موضوع الأخلاقيات والاستراتيجيات القائمة على الذكاء الاصطناعي، باستخدام

استعلامات بحث عبر محرك Google Scholar. كما تم الاستعانة بكتب ومصادر مرجعية أخرى داعمة وذات صلة بالموضوع.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أهمية الحفاظ على توازن وتنوع البيانات، وضمان سرّيتها وفقاً للوائح الخصوصية المعمول بها. ومن الناحية الاستراتيجية، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحليل النصوص بدقة للتعرف على مشاعر الجمهور، وتحسين التفاعل من خلال الدردشات الآلية والمساعدات الافتراضيين، واستخدام أنظمة التوصية بناءً على تاريخ التصفح أو تفاعلات المستخدم. وتؤكد الآثار العملية لهذا البحث على ضرورة أن يطور ممارسو العلاقات العامة سياسات شفافة ومسؤولة لإدارة البيانات التي تتم معالجتها عبر الذكاء الاصطناعي، مع التأكد من أن استخدام هذه التقنية يتماشى مع أهداف الاتصال المؤسسي ويسهم في تعزيز العلاقات مع الجمهور.

دراسة (Wachid, I.B., et al. 2024)

استهدفت الدراسة تحليل الأبعاد الأخلاقية لإدارة العلاقات العامة الرقمية في إندونيسيا، مع تركيز خاص على التحديات التي تواجه الممارسين والأساليب المتبعة للتعامل معها. وتعتمد هذه الدراسة النوعية على أسلوب المقابلات المتعمقة كأداة لجمع البيانات، حيث تم إجراء مقابلات مع اثنين من ممارسي العلاقات العامة ذوي الخبرة في إندونيسيا، بهدف الوصول إلى ملاحظات شاملة ومفصلة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: كشفت الدراسة عن تحديات بارزة في إدارة العلاقات العامة الرقمية، من أبرزها ضرورة الحفاظ على الشفافية في الاتصال، وضمان المسؤولية الاجتماعية في كل استراتيجية علاقات عامة. وتقترح الدراسة نموذجاً لأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية يتضمن ثلاث قيم أخلاقية أساسية: الشفافية، وإدارة الخصوصية، والمسؤولية الاجتماعية.

دراسة (N. Melkonyan, et. Al, 2024)

استهدفت الدراسة تحليل التطور الديناميكي للأخلاقيات المهنية في العلاقات العامة، وتؤكد على الحاجة الملحة لتطبيقها في بيئات الاتصال المعاصرة. وتستعرض الدراسة القيم والمبادئ الأساسية التي تشكل جوهر الممارسات الأخلاقية، وتربط هذه المبادئ بالحقوق الإنسانية الأساسية. كما تركز على عرض نتائج دراسة أجريت بين ممارسي

العلاقات العامة في أرمينيا، ما يوفر رؤى قيمة حول التحديات التي يفرضها العصر الرقمي.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن القواعد الأخلاقية التقليدية التي كانت تحكم مجال العلاقات العامة تواجه تحديات غير مسبقة. فالمعايير الأخلاقية الكلاسيكية، رغم كونها تشكل أساساً مهماً، أصبحت اليوم أمام واقع جديد يُعيد تشكيله انتشار الشبكات الاجتماعية ومنصات الاتصال الرقمية. وأن التحديات التي يفرضها التحول الرقمي تستدعي مراجعة شاملة للمدونة الأخلاقية التقليدية في العلاقات العامة. فمع أن الأسس القديمة ما زالت صالحة، إلا أن هناك حاجة ملحة إلى إطار أخلاقي محدث يمكنه التعامل بفعالية مع التعقيدات الأخلاقية الناتجة عن الشبكات الاجتماعية وقنوات الاتصال الرقمية.

دراسة (Meng et al., 2022)

استهدفت الدراسة استكشاف التحديات الأخلاقية التي تواجه محترفي العلاقات العامة في بيئة الاتصال الرقمي الحالية. وقد ركز الباحثون بشكل خاص على التحديات الأخلاقية الجديدة في الممارسات الرقمية، والموارد التي يعتمد عليها المهنيون عند مواجهة هذه التحديات، وجهودهم في السعي للحصول على تدريبات في أخلاقيات الاتصال. تم تصميم استبيان إلكتروني دولي وتنفيذه في كل من كندا والولايات المتحدة الأمريكية. شملت العينة النهائية 1,046 مشاركاً يعملون بدوام كامل في مجال العلاقات العامة والاتصال. بالإضافة إلى ذلك، حدد الباحثون مسبقاً حصصاً ديموغرافية ضمن تصميم العينة لضمان تمثيل أكثر دقة للمجتمع المستهدف.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن نحو 60% من المهنيين المشاركين أفادوا بأنهم يواجهون تحديات أخلاقية في عملهم اليومي، مع تنوع واسع في هذه التحديات ضمن الممارسات الرقمية. كما كشفت النتائج أن المهنيين يلجؤون إلى موارد متنوعة لمواجهة القضايا الأخلاقية، مثل: مدونات السلوك الأخلاقي الصادرة عن الجمعيات المهنية، الإرشادات الأخلاقية الخاصة بمؤسساتهم، القيم والمعتقدات الشخصية. وعلى الرغم من شيوع التحديات الأخلاقية، أفاد أكثر من 85% من المشاركين بأنهم تلقوا تدريباً في أخلاقيات الاتصال. إلا أن 30% فقط أشاروا إلى أن هذا التدريب قد تم خلال العام الماضي.

دراسة (Hagelstein, et. Al, 2021)

استهدفت الدراسة التعرف على مدى تكرار مواجهة ممارسي العلاقات العامة لقضايا أخلاقية في عملهم اليومي، وكيفية تقييمهم للأدوات والممارسات الرقمية من منظور أخلاقي، والموارد التي يعتمدون عليها لمواجهة هذه التحديات الأخلاقية. تمت الإجابة على أربعة أسئلة بحثية من خلال استبيان إلكتروني شمل 2,324 ممارسًا يعملون في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات أو في وكالات العلاقات العامة في أنحاء أوروبا. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن ممارسي العلاقات العامة يواجهون تحديات أخلاقية في عملهم اليومي أكثر من ذي قبل. وبالنسبة للأدوات والممارسات الرقمية، فقد أبدوا مخاوف أخلاقية خاصة فيما يتعلق باستخدام الروبوتات (bots)، واستغلال البيانات الشخصية في تحليلات البيانات الضخمة، ودفع الأموال للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام المحتوى الممول. تُعد القيم والمعتقدات الشخصية المصدر الأهم للتعامل مع القضايا الأخلاقية، سواء بسبب أن قلة فقط من الممارسين شاركوا في تدريبات رسمية على الأخلاقيات خلال السنوات الثلاث الماضية، أو بسبب قدم الأدلة الإرشادية الأخلاقية المتاحة.

دراسة (White, c., & Boatwright, B. 2020)

استهدفت الدراسة تناول الآثار الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة، بما يتجاوز التركيز السائد في أدبيات التخصص على أخلاقيات الرسائل التنظيمية فقط. وتدعو الدراسة إلى تأمل نقدي من جانب ممارسي العلاقات العامة والباحثين، في ظل النتائج غير المقصودة الناشئة عن استخدام وسيلة إعلامية تتم فيها جميع عمليات الرقابة والتحكم عبر الخوارزميات فقط. كما تدعو الدراسة إلى توسيع أجندة البحث العلمي لتشمل قضايا المسؤولية الاجتماعية، استجابةً لدعوة "كينت" (2014) لطرح أسئلة نظرية تتجاوز اعتبار وسائل التواصل الآثار من تبعات على المنظمات التي تستخدم هذه المنصات في التواصل مع جمهورها.

المحور الثاني: العلاقات العامة وإدارة الأزمات الإنسانية:

دراسة (Alsaadi., A, 2025)

استهدفت الدراسة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، من خلال دراسة حالة لشركة أرامكو أثناء حادثة تسرب النفط. وتسعى الدراسة إلى فحص دور العلاقات العامة في تحسين الاستجابة للأزمات والحفاظ على السمعة داخل قطاع النفط، مع الأخذ في الاعتبار الطبيعة الحرجة لإدارة الأزمات وتأثيراتها الكبيرة على البيئة والاقتصاد. وقد استخدم البحث منهجية كمية، حيث تم توزيع استبيان على عينة مكونة من 140 موظفًا في أرامكو وأصحاب مصلحة ذوي صلة، بهدف جمع بيانات أولية لتقييم تأثير العلاقات العامة على إدارة الأزمات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن العلاقات العامة تعزز بشكل كبير استجابة أرامكو للأزمات من خلال توجيه أساليب الاتصال وإدارة المعلومات التي يتم نشرها، مما يقلل من انتشار الشائعات ويساهم في احتواء الأزمة. كما أشارت إلى أن العلاقات العامة تعزز سمعة الشركة من خلال زيادة الانفتاح والثقة، إلى جانب نشر رسائل إيجابية حول إجراءات إدارة الأزمات في أرامكو. وأكدت الدراسة على أهمية العلاقات العامة في تقوية العلاقات بين المنظمة وأصحاب المصلحة، مما يعزز الثقة ويقلل من حدة التوترات أثناء الأزمات.

دراسة (Albert, A., et. Al, 2024)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الأدوار الاستراتيجية للعلاقات العامة في سيناريوهات الأزمات من خلال دراسة حالات ذات صلة، وأطر نظرية، وبيانات تجريبية. استخدمت الدراسة منهجية المراجعة المنهجية، حيث تم فحص المنشورات التي أُجريت باستخدام بحوث كمية ونوعية والتي نُشرت في قاعدة بيانات Google Scholar في الفترة من 2021 إلى 2024. وركزت الدراسة على الكلمات المفتاحية التالية: إدارة الأزمات، العلاقات العامة، استراتيجية الاتصال، وسمعة المنظمة. وبعد عملية الفرز، تم اختيار أربع عشرة دراسة استوفت المعايير المحددة لهذا البحث.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن استراتيجيات العلاقات العامة الناجحة أثناء الأزمات تتطلب تواصلًا سريعاً، وشفافية، وانخراطاً استباقياً مع الأفراد أو المجموعات ذات المصلحة المباشرة في الموقف. وقد ساهمت هذه الدراسة في تعميق

الفهم للدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة في إدارة الأزمات، كما قدمت رؤى عملية لكل من محترفي العلاقات العامة والباحثين الأكاديميين.

دراسة (Obasi, H., U. (2024)

استهدفت الدراسة التعرف على فهم أعمق للتفاعل بين وسائل الإعلام والعلاقات العامة في مواقف الأزمات. استخدمت هذه الدراسة منهجية نوعية من خلال إجراء مقابلات معمقة مع محترفي العلاقات العامة الذين لديهم خبرة مباشرة في إدارة الأزمات. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أداة قوية في الاتصال أثناء الأزمات. فاستخدام الوسائط التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والصحافة المطبوعة يمكن أن يكون فعالاً في الوصول إلى جمهور واسع بسرعة. كما يمكن لوسائل الإعلام الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، أن تكون فعالة أيضاً، خاصة عند توجيهها إلى جماهير محددة والتفاعل معها في الوقت الفعلي. وأكدت الدراسة أيضاً على أهمية تبني نهج استباقي وشفاف في الاتصال بالأزمات، بما في ذلك بناء علاقات مع وسائل الإعلام قبل وقوع الأزمات.

دراسة (Alajlan, A. 2024)

تهدف هذه الدراسة إلى فحص دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات المؤسسية في العصر الرقمي، مع التركيز على الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. تسلط الدراسة الضوء على أهمية الأدوات الرقمية مثل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي كطرق للتفاعل السريع مع الجمهور وتعزيز سمعة المؤسسة خلال الأزمات. نتائج إلى أن الأدوات الرقمية تحسن بشكل كبير استجابة المنظمات، مما يمكنها من التعامل بفعالية مع التحديات المتزايدة. كما تستكشف الدراسة التحديات المرتبطة بتنفيذ العلاقات العامة الرقمية، مع التركيز على ضرورة التخطيط الاستباقي والتدريب الكافي للعاملين في العلاقات العامة الرقمية. في الختام، توصي الدراسة بتطوير استراتيجيات تواصل فعالة تجمع بين الابتكار الرقمي والمعايير الأخلاقية لتحقيق تفاعل مستدام وذو تأثير مع الجمهور.

دراسة (Calilao, A. J., 2024)

استهدفت الدراسة التعرف على فعالية برنامج العلاقات العامة بجامعة نورث ويسترن في إدارة الأزمات، مما يساهم بشكل كبير في كل من الفهم الأكاديمي والتطبيقات العملية.

وبالاستناد إلى نظرية البناء الاجتماعي (Social Constructionism)، تستكشف الدراسة كيف تؤثر التصورات المشتركة على نتائج إدارة الأزمات، بهدف تحديد نقاط القوة والجوانب التي تحتاج إلى تحسين. وباستخدام الأساليب الكمية، شملت الدراسة 405 مشاركين، من بينهم طلاب وأعضاء مكاتب الإعلام العام، مما يعكس تمثيلاً متوازناً عبر الفئات الديموغرافية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توافقاً في الآراء بين الطلاب وأعضاء مكاتب الإعلام العام، حيث أعطوا تقييمات مرتفعة للتخطيط للأزمات، والاتصال، والعلاقات الإعلامية، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي. ويقترح برنامج العلاقات العامة في إدارة الأزمات مبادرات استراتيجية تشمل تدريبات محاكاة للأزمات، وتحسين الاتصال الداخلي، وبناء علاقات إعلامية قوية، وتعزيز التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. دراسة (Samoilenko, L., et. al, 2024)

استهدفت الدراسة التأكيد على أهمية العلاقات العامة كأداة استراتيجية لإدارة الاتصال وصياغة صورة إيجابية للدولة. كما تستعرض التحديات التي تواجهها المنظمات في ظل ظروف الأزمات، وتتناول النظريات المعاصرة للاتصال في الأزمات وتقترح تدابير عملية لتعزيز تفاعل الجمهور. كما تحلل استراتيجيات متنوعة يمكن أن تتبناها المؤسسات الحكومية لضمان الشفافية وسهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت المناسب للمواطنين.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن العلاقات العامة الفعالة يمكن أن تشكل حجر الزاوية في بناء علاقات أكثر ثقة واستقراراً بين الدولة والمواطنين، مما يسهم في تعزيز فعالية الحوكمة والإدارة العامة. كما تشدد على ضرورة وجود اتصال ثنائي الاتجاه بين الحكومة والمجتمع، باعتباره أمراً بالغ الأهمية لاستعادة الثقة في أوقات الأزمات. ويلعب محترفو العلاقات العامة دوراً محورياً في هذه الديناميكية، حيث تقع على عاتقهم مسؤولية صياغة الرسائل التي تتماشى مع احتياجات وتوقعات المواطنين وبثها بشكل فعال.

دراسة (Alharbi, A., A, 2023)

استهدفت الدراسة التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، مع التركيز على مراحل ما قبل الأزمة، وأثناء الأزمة، وما بعد الأزمة. إذ تفتقر العديد من الكيانات

العامة والخاصة، بما في ذلك المطاعم، إلى خطط فعّالة للعلاقات العامة الخاصة بالأزمات. وتتمحور الدراسة حول المطاعم الأمريكية نظراً لمدى تعرضها للأزمات، كما تستكشف دور منصة تويتر في إدارة الأزمات عبر العلاقات العامة. وبالاستناد إلى نظرية الاتصال في الأزمات الموقفية (SCCT)،

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: يكشف تحليل البيانات النوعي عن أهمية الاستراتيجيات الاستباقية لمواجهة الأزمات، وتشكيل فرق متخصصة لإدارتها، إلى جانب امتلاك الخبرة في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي. وتؤكد الدراسة على ضرورة التنبؤ بالأزمات والعمل على تفاديها من خلال التخطيط الفعّال والتفاعل عبر الإنترنت.

دراسة (Zimal, L., A, et. Al, 2023)

استهدفت الدراسة إجراء فحص ميداني لتنفيذ الاستراتيجيات والمتغيرات الداعمة والمعيقة في الاتصال بالأزمات ضمن العلاقات العامة. وتستخدم هذه الدراسة منهجية وصفية وأسلوباً نوعياً في البحث. وتتضمن تقنيات جمع البيانات الملاحظة، والمقابلات، والتوثيق.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن خطة الاتصال في الأزمات يجب أن تكون ملائمة وسريعة من أجل احتواء ردود فعل الجمهور وتجنب استمرار الاتصال بالأزمة لفترة طويلة. ويتم تنفيذ الاتصال في أوقات الأزمات عبر ثلاث مراحل: إدارة ما قبل الأزمة، واستجابة الأزمة، وما بعد الأزمة.

دراسة (Alkopher, T., D., & Barak, N. 2023)

استهدفت الدراسة تعزيز الفهم لظاهرة الدبلوماسية العامة الإنسانية في سياق استراتيجيات الاتصال الرقمي. وتسعى إلى استيعاب طبيعة الممارسات الخطابية والاستراتيجيات الاتصالية العامة التي يستخدمها ممارسو الدبلوماسية الإنسانية. تقوم الدراسة برسم خريطة تحليلية للممارسات الخطابية والاستراتيجيات الاتصالية العامة التي تعتمد عليها المنظمات الإنسانية الدولية عبر حالات الأزمات الإنسانية، وتشرح أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الحالات. وقد تم اختيار ثلاث سياقات للأزمات الإنسانية كدراسات حالة: الأزمة الإنسانية الناتجة عن الحرب في سوريا (2011-2022)؛ والأزمة

الإنسانية المتعلقة باللاجئين في البحر الأبيض المتوسط (2015-2021)؛ والأزمة الإنسانية التي صاحبت زلزال نيبال في عام 2015.

دراسة (Zhiyuan, L., et. Al. (2023)

استهدفت الدراسة تقديم نتائج نوعية جديدة حول أهمية العلاقات العامة في استراتيجيات الاتصال أثناء الأزمات داخل المنظمات. ويساهم البحث بشكل كبير من خلال تقديم مراجعة شاملة لاستخدام استراتيجيات الاتصال الشامل بالأزمات في القطاعات الحكومية والشركات عبر تخصصات محددة. شملت الدراسة إجراء 19 مقابلة إلكترونية شاملة لجمع البيانات من مديري العلاقات العامة الذين يعملون كمستشارين في مجال العلاقات العامة، بالإضافة إلى العاملين في القطاعين الحكومي والخاص. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: التوصل لمجموعة من الفرص والتحديات المرتبطة بتطبيق التخطيط الاستراتيجي للاتصال أثناء الأزمات داخل أقسام العلاقات العامة. وأيضاً أن هناك مجالاً واسعاً لتحسين تطبيق التخطيط الاتصالي للأزمات داخل المنظمات، حيث يؤكد على ضرورة دمج هذا التخطيط مع تقنيات الاتصال الاستباقي في مجال العلاقات العامة بدلاً من الاعتماد فقط على الأساليب التفاعلية.

دراسة (K. Babatunde, 2022)

يستعرض هذا البحث كيفية تحقيق إدارة فعالة للاتصال بالأزمات من خلال أنظمة الشبكات الاجتماعية (SNS). واعتمد البحث على مراجعة الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة باستراتيجيات العلاقات العامة والإدارة الفعالة للأزمات. ويشرح البحث أمثلة حول كيفية إدارة العلاقات بشكل فعال عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات. وقد أسهم هذا البحث في توسيع معرفتنا بإدارة الأزمات من خلال فهم كيفية إدارتها.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الاتصال في الأزمات تمت إدارته من خلال أربع زوايا مفاهيمية تناولها الباحثون، وأن الأزمات يمكن الوقاية منها - جزئياً إن لم يكن كلياً - من خلال خطة اتصال بالأزمات مُحكمة. كما أن مجرد وجود خطة اتصال بالأزمات لا يكفي ما لم يتم تنفيذها بواسطة مديري علاقات محترفين يمتلكون مهارات الاتصال ويفهمون كيفية استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، مع إدراك الدور المؤثر للاتصال التبادلي (المتناظر).

دراسة (N. Akbar, 2020)

استهدفت الدراسة فهم أنشطة العلاقات العامة في إدارة موجة الغضب الشعبي ضد مشروع الردم المعروف باسم "سنتر بوينت أوف إندونيسيا (CPI)"، وإلى تحديد العوامل الداعمة والمعيقة لحملة العلاقات العامة في مدينة ماكاسار فيما يتعلق بإدارة الأزمات الناشئة عن مشروع الردم. تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي النوعي ومنهج دراسة الحالة. وقد تم شرح الظاهرة واستُمدت بيانات البحث من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن إدارة أزمة العلاقات العامة في مدينة ماكاسار بخصوص مشروع الردم تشمل التعرف على الشكاوى، ومعالجة شكاوى الجمهور، والالتزام بإجراءات التشغيل القياسية بهدف تحسين صورة وسمعة الحكومة. كما وجدت الدراسة أن العوامل الداعمة لحملة العلاقات العامة تشمل التشابه الثقافي، والتعليم المتقدم، ووسائل التواصل الاجتماعي، في حين أن العامل المعيق يتمثل في التصور السلبي لدى المجتمع تجاه الحكومة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من المناقشة السابقة فإن الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو معالجة الثغرات البحثية في قضية أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية من خلال اعتماد نظرية الشبكات الاجتماعية كأساس نظري في محاولة لتقديم فهم أكثر شمولاً.
- غالبية البحوث ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي تم الرجوع إليها قد تم تطبيقها على مؤسسات إنتاجية وخدمية من مختلف القطاعات والأنشطة إلى جانب عدد من المؤسسات الإعلامية، لذلك اختارت الدراسة الحالية التطبيق على المنظمات الدولية مثل الأونروا وأطباء بلا حدود حيث تتعبر هذه المنظمات أكثر المنظمات ارتباطاً بقضية غزة.
- على الرغم من الاهتمام الأكاديمي الواسع بإدارة الأزمات، لا تزال هناك فجوات بحثية تتعلق بكيفية دمجها بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية بشكل أفضل لتحقيق نتائج مثالية.

- ورغم وجود العديد من الدراسات التي تجمع بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات، إلا أن هناك نقصاً في الأبحاث التي تتناول الموضوع من منظور أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية.
- اختلفت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة، فمنها ما تناول مواجهة ممارسي العلاقات العامة لقضايا أخلاقية في عملهم اليومي (دراسة (Hagelstein, et. Al, 2021)، تناول الآثار الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة (دراسة (White, c., & Boatwright, B. 2020 (2024 ، تحليل التطور الديناميكي للأخلاقيات المهنية في العلاقات العامة (دراسة (N. Melkonyan, et. Al, 2024)، واستكشاف التحديات الأخلاقية التي تواجه محترفي العلاقات العامة في بيئة الاتصال الرقمي الحالية (دراسة (Meng et al., 2022)، تحليل الجوانب الأخلاقية والاستراتيجيات المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة (دراسة (Angin, T., G., & Mukhlisiana. L. 2024)، أهمية العلاقات العامة في استراتيجيات الاتصال أثناء الأزمات داخل المنظمات (دراسة (Zhiyuan,L., et. al. 2023).
- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج الوصفي دراسة (Zimal, L., A, et. Al, 2023)، ومنها ما اعتمد على المنهج النوعي (دراسة (Angin, T., G., & Mukhlisiana. L. 2024)، ومنها ما اعتمد على منهج دراسة الحالة (دراسة (N. Akbar, 2020). ولاحظت الباحثة اعتماد معظم الدراسات السابقة على العينة العمدية والعينة المتاحة.
- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على أداة المقابلة المتعمقة كأداة رئيسية للحصول على المعلومات عن موضوع الدراسة (دراسة (Wachid, I.B., et al. 2024)، ولا حظت الباحثة اعتماد بعض الباحثين على أداة الاستبيان (دراسة (Hagelstein, et. Al, 2021) ودراسة (Meng et al., 2022)، ومنهم ما اعتمد على الملاحظة دراسة (N. Akbar, 2020).

- اتفقت بعض الدراسات السابقة على فئات الجمهور التي تم إجراء الدراسات السابقة عليه، حيث تم إجرائها على ممارسون يعملون في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات.
- أظهرت نتائج الدراسات السابقة عدداً من التحديات الأخلاقية، مثل: ضرورة الحفاظ على الشفافية في الاتصال، وضمان المسؤولية الاجتماعية في كل استراتيجية علاقات عامة وإدارة الخصوصية. وأيضاً فيما يتعلق باستخدام الروبوتات (bots)، واستغلال البيانات الشخصية في تحليلات البيانات الضخمة، ودفع الأموال للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام المحتوى الممول.

ثانياً؛ مشكلة الدراسة:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة مركزية في عمل المنظمات، لا سيما أثناء الأزمات الإنسانية الكبرى. ومع تصاعد الأزمة في غزة، برز الدور الحيوي للمنظمات الدولية في تشكيل الخطاب الرقمي الإنساني. إلا أن هذا التفاعل الرقمي لا يخلو من تحديات أخلاقية واتصالية تؤثر على فعاليته وتأثيره. ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما مدى التزام منظمي الأونروا وأطباء بلا حدود من خلال صفحة الفيس بوك بالضوابط الأخلاقية للعلاقات العامة الرقمية في ظل أزمة قطاع غزة؟ وما هي دلالات التحليل الشبكي لمحتواها الرقمي على هذا الدور؟

ثالثاً؛ أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية، وخاصة من زاوية توظيفها الأخلاقي في إدارة الأزمات. كما تقدم نموذجاً تطبيقياً لاستخدام التحليل الشبكي (Gephi) في تحليل الممارسات الرقمية. الأهمية التطبيقية: تقيد الدراسة العاملين في المنظمات الإنسانية والجهات الإعلامية في فهم فعالية الرسائل الرقمية وأخلاقياتها، وتزويدهم بألية علمية لتقييم الأداء الاتصالي خلال الأزمات.

رابعاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على أخلاقيات العلاقات العامة كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات الإنسانية، ويتفرع من ذلك الهدف، عدد من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- التحليل الشبكي لمنشورات الأونروا وأطباء بلا حدود المرتبطة بالأزمة في غزة.
- تقييم مدى التزام المنظمين بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في ظل الأزمة.
- الكشف عن درجة مركزية وتأثير كل منشور ضمن الشبكة الرقمية باستخدام Gephi.

- رصد الوسوم الأكثر استخداماً وتأثيراً داخل الشبكة الرقمية لكل منظمة.
- رصد العقد (المنشورات أو الوسوم) الأكثر مركزية في الشبكة.
- إبراز أوجه الشبه والاختلاف في استراتيجيات الاتصال الرقمي بين المنظمين.
- تفسير دلالات المؤشرات الشبكية من خلال نتائج تحليل مضمون نوعي ومجموعات نقاشية مع جمهور عام ومتخصصين، بما يعكس تكامل المنهج الكمي والنوعي في تحليل الاتصال الرقمي الإنساني.
- تقديم تصور علمي لمعايير الأخلاقيات الرقمية الفعالة في إدارة الأزمات الإنسانية عبر منصات التواصل الاجتماعي، في ضوء نتائج التحليل الشبكي والنقاشي.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

تساؤلات التحليل الشبكي (Gephi):

- ما طبيعة البنية الشبكية للصفحات الرسمية لكل من "الأونروا" و"أطباء بلا حدود" على فيسبوك أثناء أزمة غزة؟
- ما الوسوم الأكثر استخداماً وتأثيراً داخل الشبكة الرقمية لكل منظمة؟
- ما العقد (المنشورات أو الوسوم) الأكثر مركزية في الشبكة؟ وما دلالة ذلك في سياق إدارة الأزمة؟
- ما مدى تماسك أو تفكك الشبكة الاتصالية لكل منظمة كما تعكسه مؤشرات التباعد والقرب؟

- كيف تتوزع المجتمعات الفرعية (Modularity Classes) داخل كل شبكة؟ وما الموضوعات أو الجماهير الأكثر تفاعلاً؟
- ما أوجه التشابه والاختلاف بين الشبكتين (الأونروا مقابل أطباء بلا حدود) من حيث مؤشرات المركزية، التوزيع، التأثير، والترابط؟
- ما مدى التزام كل منظمة بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في معالجتها لقضية أزمة غزة؟

تساؤلات الدراسة الميدانية :

- كيف يُقيّم الجمهور والمتخصصون خطاب المنظمين الرقمي خلال أزمة غزة من حيث الشفافية، المصداقية، والتفاعل؟
- ما أوجه القوة والقصور في المحتوى المنشور من حيث القرب الإنساني والبعد الأخلاقي؟
- ما العوامل التي دفعت المتابعين للتفاعل أو الإعراض عن محتوى كل منظمة؟
- ما التوصيات التي يقترحها المشاركون لتعزيز أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في أوقات الأزمات؟

سادساً: المدخل النظري للدراسة:

- نظرية الشبكات الاجتماعية : Social Network Theory

نظرية الشبكات الاجتماعية تدرس العلاقات بين الأفراد أو الكيانات (Nodes) من خلال الروابط (Edges) التي تربطهم، بهدف فهم بنية الشبكة وأنماط التفاعل داخلها. (Wasserman, S., & Faust, K (1994, 10)

تركز النظرية على أن العلاقات بين الأطراف لا تقل أهمية عن خصائص هذه الأطراف نفسها. (Scott, J. 2017, 33)

أهم المفاهيم النظرية: Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. (2018)

1. العقد (Nodes): تمثل الأفراد أو المنظمات أو حتى المنشورات في سياق تحليلك.

2. الروابط (Edges): تمثل التفاعلات أو العلاقات بين العقد، مثل الإعجابات أو المشاركات أو التعليقات في فيسبوك.
3. المؤشرات الرئيسية للشبكة: مركزية الدرجة (Degree Centrality): عدد الروابط المباشرة للعقدة، تعكس مدى أهميتها في الشبكة.
4. المركزية البينية (Betweenness Centrality): قدرة العقدة على الربط بين أجزاء مختلفة من الشبكة.
5. المركزية القريبة (Closeness Centrality): مدى قرب العقدة من باقي العقد في الشبكة.

6. الكثافة (Density): مدى ترابط العقد داخل الشبكة.
7. التباعد (Diameter / Path Length): أطول مسافة بين عقدتين في الشبكة.

تطبيق النموذج على الدراسة الحالية:

يمكنك استخدام النظرية لتفسير النتائج الكمية من برنامج Gephi، مثل فروق المركزية والانتشار بين الأونروا وأطباء بلا حدود. تساعد النظرية على فهم الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية عبر فيسبوك في ظل الأزمة، من خلال قراءة أنماط التفاعل والبنية الاتصالية.

سابعاً: الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، لأنها تستهدف الوصول لمعلومات وبيانات وأوصاف محددة ودقيقة عن القضية موضوع الدراسة، وهو وصف وتحليل طبيعة استخدام العلاقات العامة الرقمية من قبل الأونروا وأطباء بلا حدود عبر الفيس بوك. من خلال توظيف أدوات التحليل الشبكي لمحتوى المنشورات الرقمية للمنظمتين موضوع الدراسة المتعلقة بأزمة غزة باستخدام برنامج Gephi وذلك من خلال استخلاص المؤشرات الشبكية مثل مركزية الدرجة، البينية، القرب، التباعد، التوزيع،.... لفهم بنية التواصل الرقمي لكل منظمة، وتصنيف تلك المعلومات والبيانات وتبويبها، وتفسيرها، وتحليلها، تحليلًا شاملاً .

المنهج:

تعتمد الدراسة على منهج التحليل الشبكي الاجتماعي، الذي يُستخدم لتحليل العلاقات بين الفاعلين الرقميين في البيئات الاجتماعية الرقمية، واكتشاف أنماط التأثير والتفاعل داخل الشبكات.

ويعد تحليل الشبكات الاجتماعية من فروع العلوم الاجتماعية كطريقة مفيدة جدا لدراسة سبب وكيفية عمل المجموعات الاجتماعية وتصرفها وتفاعلها بطرق معينة. وتتكون الشبكة الاجتماعية من أفراد أو منظمات مرتبطة بالقرابة والصداقة والمعتقدات والمصالح المشتركة والتبادل المالي وأشياء أخرى كثيرة، هذه العلاقات الاجتماعية تعتبر رسماً بيانياً حيث تشكل الكيانات العقد والحواف هي الروابط بينها، وتعمل الشبكات الاجتماعية على مستويات عديدة داخل الأسرة إلى المجتمع، وأيضاً عبر الدول وتؤدي دوراً حاسماً في فهم سلوك الكيانات داخل الشبكة (Sridevi, Arum, 2015, p37). ويستخدم هذا المنهج لفهم البنية الاتصالية على صفحة الفيس بوك الخاصة بمنظمتي الأونروا وأطباء بلا حدود خلال أزمة غزة، وذلك من خلال تحليل التفاعلات (الإعجابات، التعليقات، المشاركات، الوسوم، الروابط بين الفاعلين)، بما يسمح بكشف: الفاعلين الأكثر تأثيراً داخل الشبكة، طبيعة التفاعل بين العقد (nodes) والروابط (edge)، والتكتلات المجتمعية (communities) داخل الشبكة.

منهج دراسة الحالة: من خلال اختيار حالتين تمثلان نماذج بارزة في إدارة الأزمات الإنسانية عبر المنصات الرقمية، وهما: منظمة الأونروا وأطباء بلا حدود. ويتيح هذا المنهج تحليلاً عميقاً ومركزاً لاستراتيجيات التواصل وأيضاً لسلوك كل منظمة في استخدام العلاقات العامة الرقمية أثناء أزمة غزة، من خلال تتبع المحتوى المنشور على صفحاتها الرسمية على الفيس بوك، وتحليل أنماط التفاعل، والرسائل الاتصالية، والبنية الشبكية.

المنهج المقارن: يعتبر من المناهج المهمة في علوم الاتصال، حيث يفيد في المقارنة بين المتغيرات المختلفة للدراسة، ويتطلب البعد عن التحيز في إجراء التحليل بصفة خاصة. (Frank Esser. 2017. P.4)

وقد تم توظيف هذا المنهج للوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين صفحتي المنظمتين من حيث المحتوى الرقمي والوسوم ودرجة المركزية والانتشار والأخلاقيات

الرقمية وتفاعل الجمهور عبر الحلقات النقاشية، ومحاولة تفسيرها في ضوء اختلاف التوجهات الابدولوجية بين الصفحات.

أدوات الدراسة:

أداة التحليل Gephi:

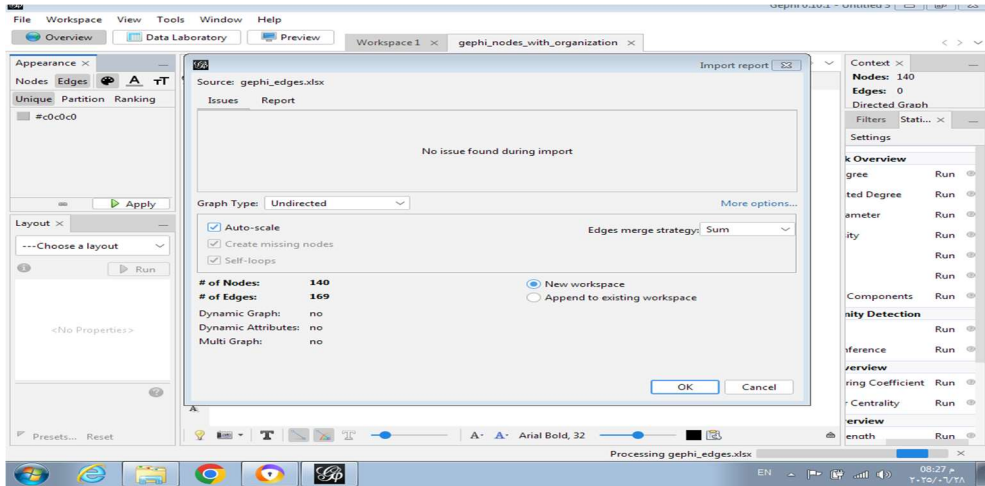
Gephi هو منصة تفاعلية لتصور واستكشاف جميع أنواع الشبكات والأنظمة المعقدة، بما في ذلك الرسوم البيانية الديناميكية والهرمية. فهو أداة مخصصة لأولئك الذين يحتاجون إلى فهم وتحليل الرسوم البيانية. يتيح للمستخدم التفاعل مع التمثيلات الرسومية، وتعديل البنى، الأشكال، والألوان للكشف عن خصائص خفية داخل الشبكة. ويعتمد Gephi على محرك عرض ثلاثي الأبعاد (3D Render Engine) لعرض الشبكات الكبيرة في الزمن الحقيقي، مما يُسرّع عملية الاستكشاف. ويعتمد أيضاً على بنية مرنة ومتعددة المهام، ما يفتح إمكانيات جديدة للعمل مع مجموعات بيانات معقدة وتقديم نتائج بصرية قيّمة. (Khaing phyo wai, ei ei thu, p. 39) Gephi تم تطويره ليساعد الباحثين والأكاديميين المختصين في قطاع العلوم الإحصائية والطبيعية أو العلوم الاجتماعية بشكل مجاني في جمع البيانات الإحصائية وتحليلها وتقديم معطيات ودلالات تساهم في معرفة تصورات ثاقبة تخص المستقبل والأشياء على المدى القريب والبعيد. كما يمكن أن يعالج مئات الألوف من البيانات ويقدم معطيات وحلول بشأنها، مما يفيد عند التعامل مع شرائح كبيرة من المعلومات والظواهر. كذلك يسير Gephi وفق خوارزمية قوية تستطيع ربط البيانات فيما بينها وتشكيل عقد مترابطة مرئية تسهل عملية التحليل واتخاذ القرار. إضافةً لذلك، يمتلك مقاييس وإطارات عمل ذات طابع إحصائي تفيد في البحث العلمي واكتساب عمق أكبر لتصور البيانات. كذلك يقدم إمكانيات بحث وتصفية بشكل ديناميكي، ويمكن للمستخدمين ابتكار صور ورسوم إبداعية تقدم فائدة وتتمتع بالجمالية في الوقت ذاته. كما يمكن تصديرها وفق عدة تنسيقات منها PNG, PDF, SVG. يذكر أيضاً أن البرنامج مفتوح المصدر، مما يتيح للمستخدمين ابتكار أدواتهم الخاصة وتفعيلها. علاوة على أنه يمتلك أدوات لتحليل البيانات الاستكشافية، الروابط، الشبكات الاجتماعية، الشبكات البيولوجية وغير ذلك. كما يحتوي على قسم للمكونات الإضافية التي يمكن الاطلاع عليها.

يمكن العثور على Gephi على عنوان موقع الويب <https://gephi.org/> تم استخدام أداة Gephi كأداة رئيسية لتحليل البيانات البنائية المستخرجة من صفحات فيسبوك الرسمية لمنظمتي: وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا)، منظمة أطباء بلا حدود، للكشف عن طبيعة العلاقات بين المنشورات والوسوم المستخدمة، ومدى الترابط والتقاطع في الرسائل الإنسانية، وذلك باعتبار Gephi أداة استراتيجية لتصور البنية الاتصالية الرقمية.

مصادر البيانات:

تم جمع البيانات يدوياً من منشورات صفحات فيسبوك الرسمية للمنظمتين، وتضمنت:

اسم المنظمة، تاريخ النشر، نص المنشور، الروابط والصور، عدد الإعجابات، المشاركات، التعليقات، الوسوم (الهاشتاغات) ثم تم تصنيفها في ملف Excel، وتحويلها إلى صيغة قابلة للمعالجة في Gephi بصيغة CSV لا Nodes وEdges. (كما بالشكل 1)



شكل 1: استيراد سجل الويب إلى Gephi

الوحدات التحليلية (عناصر الشبكة):

- العقد (Nodes): هي الوحدات أو العناصر الأساسية داخل الشبكة، وفي الدراسة تمثل المنشورات نفسها (كل منشور عقدة)، والحسابات أو الجهات الناشرة، الكلمات المفتاحية أو الوسوم (#)، المستخدمين الذين يتفاعلون.

مثال: عند تحليل منشورات الأونروا على فيس بوك، فإن كل منشور سيكون "عقدة"، وكل وسم مستخدم سيكون عقدة، وإذا ربطت الوسم بالمنشور، فهذا يعني العلاقة.

والعقد (Nodes) قد تكون موجهة أو غير موجهة أو mixed وفي الدراسة الحالية فإن العقد mixed ولكن الأكثر directed وذلك للأسباب التالية:

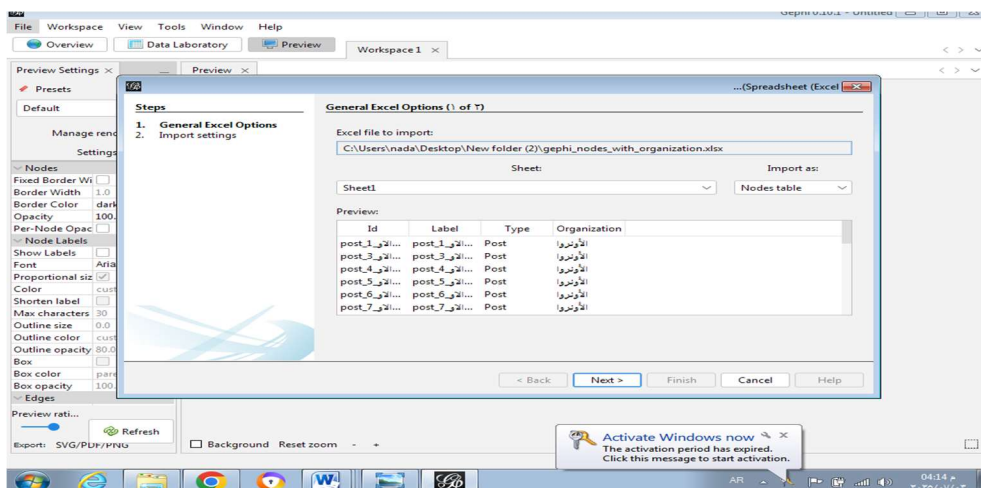
لأن العلاقة بين العقدتين تسير في اتجاه معين، مثل:
 منشور (Nodes) ← يستخدم ← وسم (Hashtag)
 منشور ← يتلقي ← إعجاب/ تعليق / مشاركة
 حساب المنظمة ← ينشر ← محتوى
 مستخدم ← يتفاعل مع ← منشور

كل هذه الأمثلة تعبر عن علاقة تسير من مصدر إلى هدف.

- الحواف (Edges): هي الروابط أو العلاقات التي تربط بين العقد. وفي الدراسة تمثل الحواف: اتصال مباشر بين عقدتين (مثلاً منشور مرتبط بهاشتاج)، أو تفاعل (مثل مشاركة أو تعليق)، أو إشارة (mention, tag). والحواف قد تكون:
 - موجهة (directed): عندما يكون هناك اتجاه للعلاقة (من عقدة إلى أخرى)
 - غير موجهة (undirected): عندما تكون العلاقة متبادلة أو بدون اتجاه واضح.

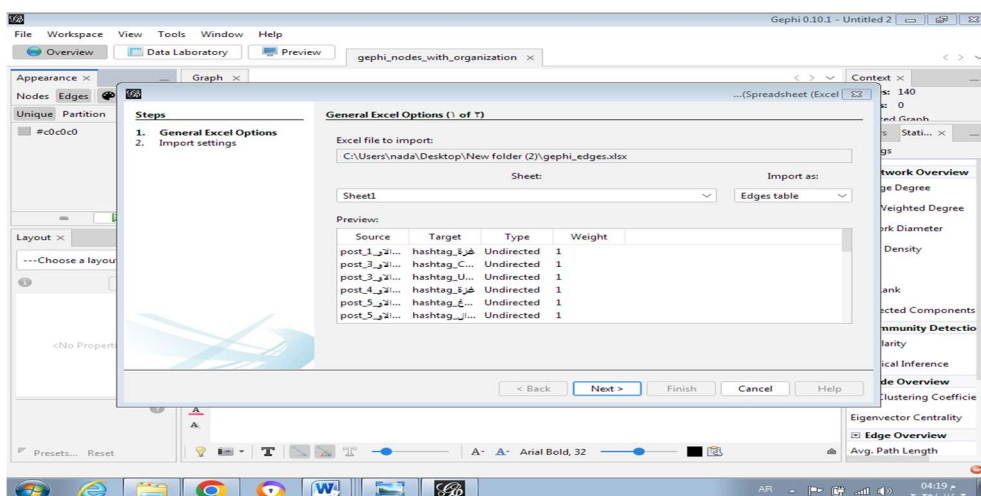
وفي الدراسة الحالية الحواف غير موجهة وذلك لعدة أسباب إذا كان ملف edge.csv فيه عمود بعنوان type وبه كلمة undirected، فهذا يؤكد أن الحواف غير موجهة (انظر الشكل رقم)
 ملف الـ (Nodes): يحتوي على قائمة بكل العقد في الشبكة، مع خصائصها (مثل الاسم، النوع، المنظمة، الحجم.....).

أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات



شكل رقم (2)

ملف الـ (edge): يحتوي على قائمة بكل الروابط بين العقد، مع توضيح العقدة المصدر (source) والعقدة الهدف (target)، وقد يشمل وزن العلاقة (weight).



شكل رقم (3)

الاستفادة من أداة التحليل الشبكي في الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على برنامج لتحليل البيانات توفيقاً مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وهو برنامج متخصص لإجراء التحليل الشبكي، وذلك من خلال:

1. تحليل الشبكة الاجتماعية بناءً على بنية العقد والحواف.

2. تم الاعتماد على مؤشرات التحليل الشبكي المستخدمة في Gephi التالية:
(شكل رقم 3)

- لحساب مؤشرات مركزية الدرجة Degree Centrality
 - المركزية القريبة Closeness Centrality
 - المركزية البينية Betweenness Centrality
 - المركزية الذاتية Eigenvector Centrality
 - التباين Eccentricity
 - المركزية القريبة التوافقية Harmonic Closeness Centrality
 - تطبيق خوارزمية Modularity لاكتشاف المجتمعات.
3. تحليل توزيع التفاعل. (Degree Distribution)
4. إنشاء تصورات مرئية (Graph Visualizations) لدعم التحليل المقارن.

Id	Label	Interval	Degree	Eccentricity	Closeness Centrality	Harmonic Closeness Centrality	Betweenness Centrality
post_1	الأنونرو	1	9.0	0.227671	0.29072	0.0	
hashtag_غرة	غرة	38	8.0	0.294118	0.472601	4141.1	
post_3	الأنونرو	2	7.0	0.274841	0.31348	28.072009	
hashtag_Ceasefi...	غرة	21	6.0	0.349462	0.430769	2945.017974	
hashtag_UNRW...	الأنونرو	11	6.0	0.336788	0.384359	1485.126043	
post_4	الأنونرو	1	9.0	0.227671	0.29072	0.0	
post_5	الأنونرو	2	3.0	0.5	0.611111	2.0	
hashtag_غرة	غرة	2	4.0	0.4	0.555556	0.5	
hashtag_ال...	الأنونرو	3	2.0	0.666667	0.75	9.5	
post_6	الأنونرو	1	7.0	0.278373	0.357674	0.0	
hashtag_Gaza	Gaza	66	6.0	0.394615	0.636667	5840.043195	
post_7	الأنونرو	2	6.0	0.343008	0.396154	132.962156	
post_8	الأنونرو	2	6.0	0.343008	0.396154	132.962156	
post_10	الأنونرو	2	6.0	0.343008	0.396154	132.962156	
post_11	الأنونرو	3	7.0	0.288248	0.377674	977.0	
hashtag_WestBa...	WestBa	5	8.0	0.228873	0.290174	504.5	
hashtag_Eastler...	Eastler	3	8.0	0.227273	0.279918	247.5	
post_12	الأنونرو	1	7.0	0.278373	0.357674	0.0	
post_13	الأنونرو	1	7.0	0.278373	0.357674	0.0	
post_14	الأنونرو	1	7.0	0.278373	0.357674	0.0	
post_15	الأنونرو	2	9.0	0.18705	0.223092	1.0	
post_16	الأنونرو	3	7.0	0.254403	0.281044	257.0	
hashtag_Syria	Syria	1	8.0	0.203125	0.217088	0.0	
hashtag_Palesti...	Palesti	1	8.0	0.203125	0.217088	0.0	

شكل رقم (3)

أداة المجموعات النقاشية (Focus Groups) :

استعانت الباحثة بأداة المجموعات النقاشية كوسيلة مساندة للتحليل النوعي، بهدف تعميق فهم دلالات نتائج التحليل الشبكي لمضامين منشورات كل من "الأونرو"

أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات

و"أطباء بلا حدود" على منصة فيسبوك، لا سيما فيما يتعلق بجوانب أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية، واستجابات الجمهور لخطابات المنظمات خلال أزمة غزة.

الهدف من استخدام الأداة:

لفهم مدى استجابة الجمهور لرسائل العلاقات العامة الرقمية لمنظمتي الأونروا وأطباء بلا حدود، ولدعم النتائج الكمية برؤى نوعية. وتم توجيه النقاش وفق دليل محاور أخلاقية مكون من (المصادقية، احترام الضحايا، العاطفة، التفاعل).

سعت الباحثة من خلال هذه الأداة إلى:

- فهم كيف يتلقى الجمهور والمهنيون مضامين التواصل الرقمي للمنظمتين.
- رصد تقييمهم لمدى التزام تلك المنظمات بالقيم الأخلاقية في المحتوى الرقمي.
- الكشف عن العلاقة بين نوعية المحتوى وموقع المنظمة داخل الشبكة الرقمية.
- الخروج بتوصيات نوعية تدعم نتائج التحليل الكمي والنوعي.

تصميم المجموعات:

تم تقسيم المشاركين إلى مجموعتين رئيسيتين:

جدول رقم (1)

المجموعة	عدد المشاركين	الفئة المستهدفة
المجموعة الأولى	8 أفراد	جمهور عام من المتابعين النشطين على فيسبوك أثناء الأزمة
المجموعة الثانية	7 أفراد	متخصصون في الإعلام الرقمي، العلاقات العامة، أو العمل الإنساني

تم اختيار المشاركين باستخدام أسلوب العينة القصدية (Purposive Sampling)، لضمان ارتباطهم الوثيق بالسياق المدروس.

منهجية التنفيذ:

تم إجراء الجلسات عبر لقاءات إلكترونية باستخدام تطبيق Zoom. استغرقت كل جلسة بين 45-60 دقيقة. استخدمت الباحثة دليل نقاش نصف موجه تضمن مجموعة من المحاور والتساؤلات المفتوحة، أعد مسبقاً بناءً على أهداف الدراسة.

محاوَر النقاش:

- 1- الوعي والتفاعل مع المحتوى الرقمي للمنظمتين.
- 2- تقييم القيم الأخلاقية في الخطاب الرقمي (الشفافية - الخصوصية - التفاعل - المصادقية).
- 3- تحليل لغة وأسلوب الاتصال (إنساني/رسمي/تقني)
- 4- التأثير النفسي والسلوكي على الجمهور.
- 5- المقارنة بين أداء الأونرو وأطباء بلا حدود.
- 6- التوصيات المقترحة لتحسين الممارسات الرقمية في إدارة الأزمات.

أسلوب التحليل:

تم تفرِغ محتوى الجلسات صوتيًا، ثم تطبيق أسلوب التحليل الموضوعي (Thematic Analysis)، باستخدام تصنيف مفتوح للكودات وفقًا للمحاوَر الرئيسية . وجرى ربط نتائج التحليل النوعي بالمخرجات الكمية للشبكة الرقمية بما يدعم تكامل المنهج المختلط. (Mixed Methods).

مبَررات استخدام الأداة:

- ◆ يُبرَّر استخدام المجموعات النقاشية في هذه الدراسة بما يلي:
- ◆ الحاجة إلى تفسير نتائج التحليل الشبكي الكمي من منظور بشري وتفاعلي.
- ◆ دعم نتائج تحليل المضمون النوعي بأصوات واقعية من الميدان الرقمي.
- ◆ التأكد من وجود ارتباط بين مؤشرات المركزية الشبكية وجودة المضمون الأخلاقي.

- ◆ رصد الانطباعات الجماهيرية الفعلية حول ممارسات العلاقات العامة في الأزمة.

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة التحليلية:

حددت الباحثة مجتمع الدراسة في صفحات المنظمات الإنسانية الدولية فيما يخص الأزمة الإنسانية في غزة، ومحتواها من المنشورات الرقمية الصادرة عن تلك المنظمات على صفحتها الرسمية على موقع الفيس بوك وتفاعل المستخدمين معها من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركة.

مجتمع الدراسة الميدانية:

يتكون من مجموعة من الخبراء والممارسين في مجالات الإعلام، والعلاقات العامة، والعمل الإنساني، بالإضافة إلى أفراد من الجمهور المتابع للصفحات الرسمية لكل من وكالة الأونروا ومنظمة أطباء بلا حدود على الفيس بوك، خلال فترة الأزمة الإنسانية على غزة.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة التحليلية:

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية المتاحة، وشملت عينة الدراسة صفحة منظمة الأونروا وصفحة منظمة أطباء بلا حدود. وذلك خلال الفترة من 1/ 5/ 2025 إلى 1/ 6/ 2025

صفحة منظمة الأونروا على الفيس بوك (UNRWA)

نבذه عن الصفحة

جدول رقم (2)

أحدث الأخبار المتعلقة بقضية غزة.	محتوى الصفحة
صفحة إعلامية عن أنشطة الأونروا العامة.	نوع الصفحة
تابعة للأمم المتحدة وليس لها جنسية محددة	جنسية الصفحة
العربية والإنجليزية	اللغة المستخدمة
1 يونيو 2010	تاريخ الانضمام
634 ألف متابع	عدد المتابعون
يتابعه UN – UNMAS – NRC	المتابعون البارزون

صفحة منظمة أطباء بلا حدود:

نבذه عن الصفحة:

جدول رقم (3)

أحدث الأخبار المتعلقة	محتوى الصفحة
منظمة طبية إنسانية مستقلة. تقدم الرعاية الطبية لأكثر الناس حاجة إليها.	نوع الصفحة
تابعة للأمم المتحدة وليس لها جنسية محددة	جنسية الصفحة
العربية والإنجليزية	اللغة المستخدمة
20 مايو 2010	تاريخ الانضمام
11 مليون متابع	عدد المتابعون

عينة الدراسة الميدانية:

شملت 15 من المشاركين تم توزيعهم على جلستين من المجموعات النقاشية،
وضمن العينة:

- متخصصين في الإعلام و العلاقات العامة.
 - عاملين في المنظمات الإنسانية.
 - الجمهور المهتم بالقضية (متابعين نشطين لمحتوى المنظمات الإنسانية).
 - وقد أخذ بعين الاعتبار عند اختيار المشاركين تمثيل وجهات نظر متعددة لضمان تنوع البيانات وراثها بما يدعم نتائج التحليل الشبكي والمضمون الأخلاقي للمنشورات الرقمية.
- وتم اختيار العينة بطريقة قصدية غير عشوائية، بما يضمن تنوع الخلفيات والتجارب، لضمان فهم أعمق لمضامين المنشورات وتحليلها من منظور أخلاقي.

مقاييس الدراسة:

أولاً: مقاييس أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية:

تعتمد على تحليل مضمون منشورات المنظمات على فيسبوك، وفقاً للمبادئ الأخلاقية التالية:

جدول رقم (4)

المبدأ الأخلاقي	الوصف	مؤشر القياس (المقياس)
المصادقية	مدى الالتزام بنقل معلومات دقيقة ومدعومة وموثوقة.	- وجود مصادر موثوقة. - استخدام أرقام وإحصاءات - الوضوح وعدم التضليل
احترام كرامة الضحايا	تجنب استخدام صور أو عبارات تمتهن كرامة المتضررين أو تُظهرهم كضحايا سلبيين	- خلو المنشور من صور صادمة أو مؤذية - استخدام لغة إنسانية ومحترمة
عدم التحيز	تجنب التمييز بناءً على العرق، الدين، الجنس، أو الانتماء السياسي.	- لغة محايدة - التركيز على الأزمة وليس الخلفيات السياسية أو العرقية
المسؤولية	الالتزام بمسؤولية المنظمة تجاه الجمهور والأزمة.	- عوة إلى التبرع أو المشاركة - وجود اعتراف بدور المنظمة وحدودها

المبدأ الأخلاقي	الوصف	مؤشر القياس (المقياس)
احترام الجمهور	احترام عقل الجمهور ومشاعره وعدم استغلاله عاطفياً	- خطاب غير عاطفي مفرط - وجود معلومات تشرح السياق بوضوح
الخصوصية	الحفاظ على خصوصية الأفراد في الصور والمعلومات	- طمس وجوه أو أسماء المتضررين - عدم كشف تفاصيل خاصة دون ضرورة

ثانياً: مقاييس تحليل الشبكات الاجتماعية باستخدام Gephi

لتقييم التواصل الرقمي في الأزمة عبر تحليل منشورات فيسبوك:

جدول رقم (5)

المؤشر الشبكي	الوصف
درجة المركزية (Degree Centrality)	عدد الاتصالات المباشرة لكل عقدة (post, hashtag, user).
المركزية البينية (Betweenness Centrality)	مدى توسط العقدة بين باقي العقد. تعكس دورها ك"جسر" لنقل المعلومات.
المركزية القريبة (Closeness Centrality)	مدى قرب العقدة من باقي العقد في الشبكة. تعكس سرعة الوصول إليها أو منها.
المركزية الذاتية (Eigenvector Centrality)	مدى تأثير العقدة بناءً على أهمية العقد المتصلة بها.
توزيع الحجم (Size Distribution)	يعكس حجم التفاعل مع المنشور أو الوسم (اللايكات، الشير، التعليقات).
توزيع الدرجة (Degree Distribution)	يوضح نمط انتشار التفاعل داخل الشبكة (هل هناك عقد مركزية أم التفاعل موزع؟)

نوع المقياس: مقياس كمي (قيم رقمية قابلة للمقارنة بين المنظمين).

التحليل الشبكي للمنشورات الرقمية باستخدام برنامج Gephi :

من خلال عرض التحليل الشبكي للمنشورات الرقمية الصادرة عن كل من منظمة الأونروا ومنظمة أطباء بلا حدود على منصة فيس بوك، وذلك من خلال الاستفادة من أدوات التحليل الكمي للشبكات الاجتماعية باستخدام برنامج Gephi كأداة

أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات

إحصائية وبصرية، بهدف الكشف عن بنية التفاعلات الرقمية وتحديد الفاعلين المركزيين والروابط المؤثرة والأنماط الاتصالية السائدة، بما يخدم أهداف الدراسة ويُجيب عن تساؤلاتها.

أولاً : تحليل الهيكل الشبكي العام لكل منظمة:

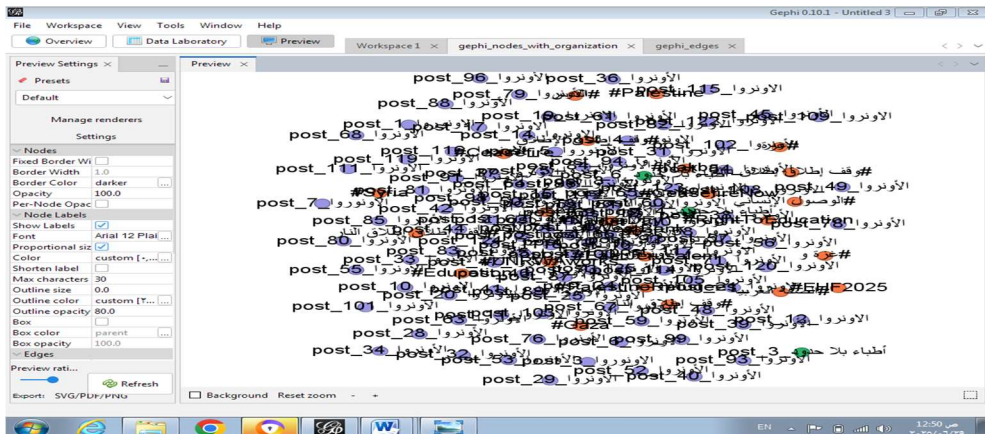
1- عدد العقد والحواف:

بلغ عدد العقد (Nodes) في الشبكتين: (140) الأونروا: 105، أطباء بلا حدود: (35) وبلغ عدد الحواف (Edges): (169) الأونروا: 100، أطباء بلا حدود: (69) هذا يعكس حجم التفاعل العام والمحتوى الذي تم تحليله.

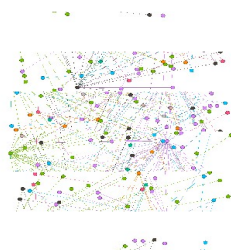
2- نوع الرسم البياني:

الشبكة غير موجهة (Undirected)

تعتمد على طبيعة التفاعل (مشاركة - تعليق - وسوم - محتوى مشترك) يمثل الرسم البياني في الشكل 4 شبكة لصفحات الأونروا وأطباء بلا حدود على فيسبوك كما تم تصديرها باستخدام Gephi ، والتي تحتوي على: 140 عقدة (Node) و 169 علاقة (Edge) وللحصول على سجل الويب من فيسبوك، تم استخدام تطبيق Netvizz ، والذي يمكنه استخراج البيانات من أجزاء مختلفة من الشبكة الاجتماعية.



شكل (4) شبكة منظمة الأونروا وأطباء بلا حدود علي الفيس بوك



شكل (5) شبكة منظمة الأونروا وأطباء بلا حدود علي الفيس بوك (عقد وحواف)

ثانياً: تحليل توزيع حجم المجتمعات (Size Distribution)

المجتمعات (Modularity) هي خوارزمية تُستخدم لاكتشاف المجموعات أو المجتمعات داخل الشبكات الكبيرة. ولجعل هذه المجموعات الفرعية أكثر وضوحاً، يوفر Gephi تقارير إحصائية.

يُظهر الشكل السابق توزيع المجتمعات داخل الشبكة وفقاً لخاصية Modularity، والتي تُستخدم لتحديد وتقسيم الشبكة إلى مجموعات مترابطة داخلياً. حيث يشير المحور الأفقي إلى رقم المجتمع (Modularity Class)، بينما يشير المحور الرأسي إلى عدد العقد (Nodes) داخل كل مجتمع.

في تقرير (Modularity)، وُجد أن الشبكة تحتوي على 9 مجتمعات، جميعهم يحتوي على أعضاء، وبالتالي فعلياً هناك 6 مجتمعات حقيقية، يتراوح عدد أعضائها بين 5 و40 عضواً.

تم تطبيق خوارزمية Modularity Class للكشف عن التجمعات الداخلية (Communities) ضمن كل شبكة.

عدد المجتمعات في شبكة الأونروا: 6 مجتمعات (بها أكثر من 5 عقد)
عدد المجتمعات في شبكة أطباء بلا حدود: 3 مجتمعات.

ويوضح الرسم أن هناك عددًا محدودًا من المجتمعات (Modularity Classes) الكبيرة، بينما تتوزع باقي العقد على مجتمعات صغيرة، مما يعكس وجود تكتلات مركزية حول جهات أو مواضيع محددة.

وبناءً على ذلك تعكس المجتمعات التفاعلية تركيبة الجمهور المحيط بكل منظمة، وتُظهر مدى التماسك الداخلي للمحتوى الموجّه. تظهر مجتمعان كبيران نسبياً (مثل المجتمعين في الفئة 1 والفئة 5)، يحتوي كل منهما على أكثر من 30 عقدة، مما يشير إلى وجود تكتلات قوية من التفاعلات والروابط بين العقد في هذه الفئات. وأيضاً يشير إلى سيطرة فئة من المستخدمين أو المحتوى المتكرر على بنية الشبكة. ويؤكد ذلك ما أشار إليه أحد المشاركين في المجموعات النقاشية:

قال: "معظم الناس كانت بتشارك منشورات الأونروا، فطبيعي نلاحظها محور الشبكة".

وهذا يعكس تأثير المنظمات الإنسانية ذات الحضور الرقمي الكثيف في خلق تكتلات جماهيرية مترابطة.

في المقابل، توجد مجتمعات صغيرة جداً (مثل الفئة 6 والفئة 8)، تحتوي على أقل من 10 عقد، وربما تمثل كيانات معزولة أو ذات تأثير محدود في الشبكة. يُلاحظ تنوعاً في حجم المجتمعات، مما يعكس وجود تفاوت في مستويات التركيز والتفاعلات داخل الشبكة، ويُبرز ديناميكية العلاقات بين الكيانات المختلفة (مثل المنظمات أو الوسوم أو المنشورات).

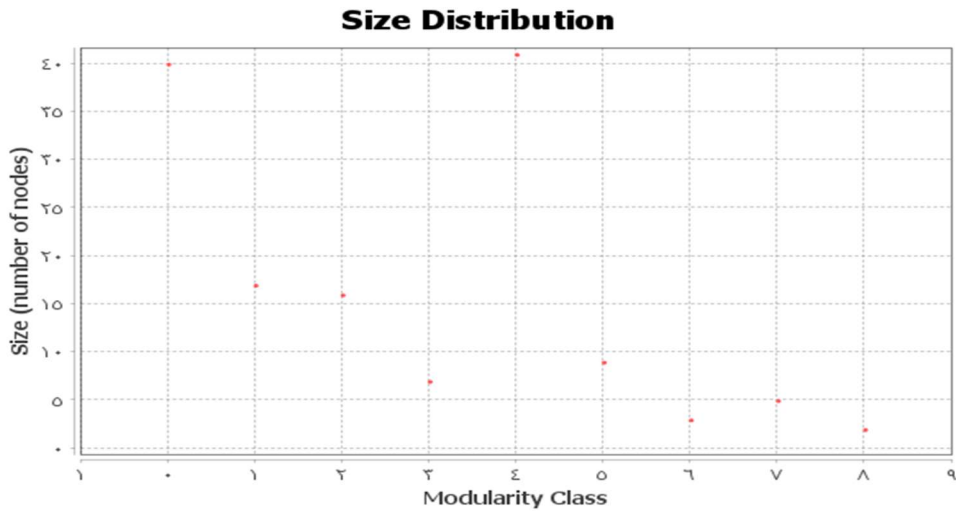
أولاً: الأونروا:

توزيع الحجم : (Size Distribution) يبين الرسم البياني توزيع العقد ضمن الطبقات النمطية. وقد ظهر أن الأونروا تملك مجتمعاً رئيسياً كبير الحجم (أكثر من 40 عقدة)، وهو ما يشير إلى تركّز الرسائل والمشاركات ضمن فئة واحدة قوية التأثير.

ثانياً: أطباء بلا حدود:

توزيع الحجم: تُظهر نتائج الرسوم البيانية وجود مجتمعين كبيرين نسبياً يتراوح حجمهما بين 25 إلى 30 عقدة، مما يعكس وجود تكتلات نشطة تتفاعل مع محتوى المنظمة.

وبناءً على ذلك فإن الحجم المجتمعي: أظهرت الأونروا هيمنة واضحة لمجتمع واحد رئيسي، في حين تمتاز أطباء بلا حدود بتعدد المجتمعات النشطة، مما يدل على تباين في استراتيجيات التفاعل.



شكل (6) modularity class

تحليل توزيع المركزية البينية (Betweenness Centrality Distribution)

يعرض الشكل أعلاه توزيع المركزية البينية للعقد داخل الشبكة محل الدراسة. يشير هذا المؤشر إلى مدى دور الوساطة الذي تلعبه العقد في ربط باقي أجزاء الشبكة ببعضها. المحور الأفقي (Value) يمثل قيمة المركزية البينية لكل عقدة، بينما المحور الرأسى (Count) يمثل عدد العقد التي تمتلك نفس القيمة.

متوسط المسافة بين كل زوج من العقد يُسمى بـ "المسافة".

العقد المتصلة مباشرة لها مسافة تساوي 1.

القطر (Diameter) هو أطول مسافة بين عقدتين في الشبكة.

مركزية التوسط (Betweenness Centrality) تقيس مدى تكرار ظهور عقدة ما في أقصر المسارات بين عقدتين.

يوضح الشكل أن الغالبية العظمى من العقد تمتلك قيمًا منخفضة جدًا من المركزية البينية، مما يدل على أن عددًا قليلًا فقط من العقد تلعب دور الوسيط أو الرابط بين المجموعات.

هناك عدد محدود من العقد التي تسجل قيمًا عالية جدًا (بعضها يتجاوز 5000 نقطة)، ما يعني أنها تمثل نقاط عبور حرجية داخل الشبكة وتلعب دورًا كبيرًا في ربط المسارات المختلفة للمعلومات أو التفاعلات.

هذه النتيجة تُشير إلى وجود نقاط استراتيجية في الشبكة تتحكم في تدفق التفاعل أو الرسائل، ومن الممكن أن تمثل منشورات أو وسوم محورية تؤثر على بنية الشبكة بالكامل.

ويؤكد ذلك ما ذكره أحد المشاركين في جلسات النقاش:

" قال: الناس بتتق أكثر في صفحات بتشرح وتترجم، وبتربط بين الأخبار وبين الواقع".

وهذا يعكس أن العقد ذات البينية العالية ليست بالضرورة الجهات الرسمية، بل أحيانًا ناشطون أو مترجمون أو وسطاء رأي رقميون.

أما بالنسبة للمركزية القريبة – Closeness Centrality :

يُظهر الرسم أن عددًا قليلًا فقط من العقد يمتلك قيمة عالية في المركزية القريبة، أي أنها قريبة من باقي العقد في الشبكة، مما يسهل انتشار المعلومات من خلالها. يشير ذلك إلى وجود نقاط مركزية تمثل "مراكز بث رقمي فعالة".

ويؤكد ذلك ما ذكره أحد المشاركين في الجلسات:

" المنشورات اللي كانت توصل بسرعة للكل، هي اللي كانت واضحة وصريحة، ومكررة".

وهذا يفسر أهمية الأسلوب المباشر والبسيط الذي استخدمته الأونروا في تحقيق قرب شبكي وفعالية انتشار.

أما بالنسبة لتوزيع التباعد – Eccentricity Distribution :
يبين الرسم أن عددًا لا بأس به من العقد لديه تباعد عالٍ قيمة (9-10)، أي أنها بعيدة عن مركز الشبكة. وهذا يدل على وجود عقد معزولة أو هامشية تشارك لكنها غير مؤثرة.
وهذا ما أشار إليه أحد المشاركين في النقاشات: " بعض الناس ينتشر بدون تفاعل، وده بيخليها ما تكونش جزء حقيقي من النقاش".
وهو ما يوضح أن المحتوى غير التفاعلي أو الموجه لفئة ضيقة يبقى في الأطراف الشبكية.

أما بالنسبة لـ Harmonic Closeness Centrality :
يُظهر الرسم تركيز غالبية العقد في نطاق منخفض من المركزية القريبة التوافقية، مع وجود قلة في القمة. وهذا يوضح أن الشبكة لا تتوزع فيها الاتصالات بشكل متجانس، بل تعتمد على نقاط محورية تقود التفاعل وتعيد نشر المحتوى بفعالية أكبر. ويؤكد ذلك ما ذكرته إحدى المشاركات من المجموعات النقاشية: كل مرة كانت الأونروا تنشر حاجة، بنلاقيها انتشرت في كل الصفحات في نفس اليوم".
وهذا يعكس أن الانتشار الجماعي الفوري يرتبط بمركزية قريبة توافقية عالية، تعكس بنية ترابط فعالة.

أولاً: الأونروا:

مركزية التوسط (Betweenness Centrality) تُظهر النتائج أن غالبية العقد تمتلك قيمًا منخفضة، بينما توجد عقد قليلة جدًا تلعب دور الجسر بين المجتمعات، مما يعكس احتمالية وجود مؤثرين رقميين محددين يربطون بين المجموعات، ويقومون بدور حلقة الوصل.

المركزية القريبة (Closeness Centrality) تدل القيم العالية لبعض العقد على قدرتها على الوصول إلى مختلف أجزاء الشبكة بسرعة، ما يعكس وجود مراكز معلومات فعالة.

المركزية القريبة التوافقية (Harmonic Closeness) تشير البيانات إلى تنوع في القيم مع تركيزها في المستوى المنخفض، مما يدل على تمركز محدود للمعلومات لدى عدد معين من العقد.

التباعد (Eccentricity) أغلب العقد تقع في مستويات تباعد متوسطة-7 (10)، مما يعكس توزيعاً شبكياً معتدلاً دون هيمنة مطلقة لأي طرف.

ثانياً: أطباء بلا حدود:

مركزية التوسط: تظهر البيانات أن عدداً محدوداً من العقد يؤدي دوراً مركزياً في تمرير المعلومات، مما يشير إلى تركيز النفوذ الاتصالي في أفراد أو حسابات معينة. المركزية القريبة: الانتشار متوازن نسبياً ولكن مع ميل واضح نحو قيم قريبة من الصفر، ما قد يدل على وجود تحديات في الوصول المتبادل للمعلومات. المركزية القريبة التوافقية: تعكس النتائج عدم تجانس في وصول المعلومات، مما يعني أن الشبكة غير متماسكة بالكامل.

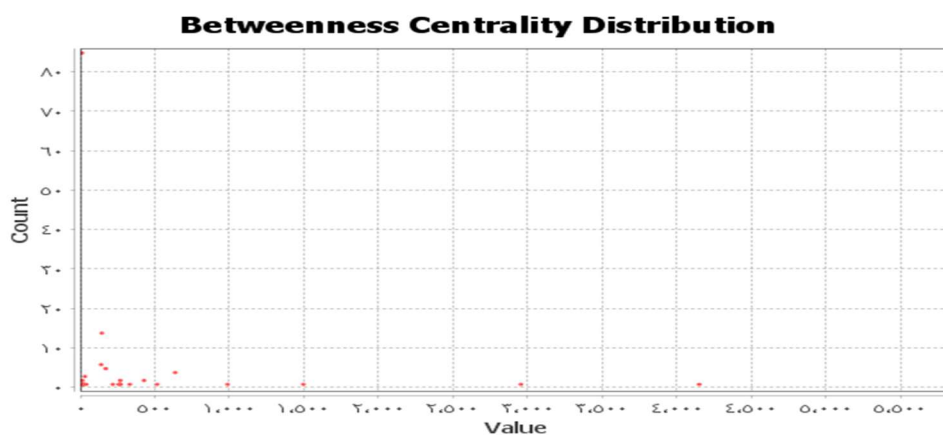
التباعد: القيم متوسطة إلى مرتفعة، مما قد يشير إلى أن بعض الرسائل تواجه صعوبات في الانتقال إلى كافة أطراف الشبكة. وبناءً على ذلك:

مركزية التوسط: تعكس الشبكتان اعتماداً على عدد محدود من الوسائط الاتصالية المحورية، لكن أطباء بلا حدود تظهر توزيعاً أوسع قليلاً مما يعزز من مرونتها في نقل الرسائل.

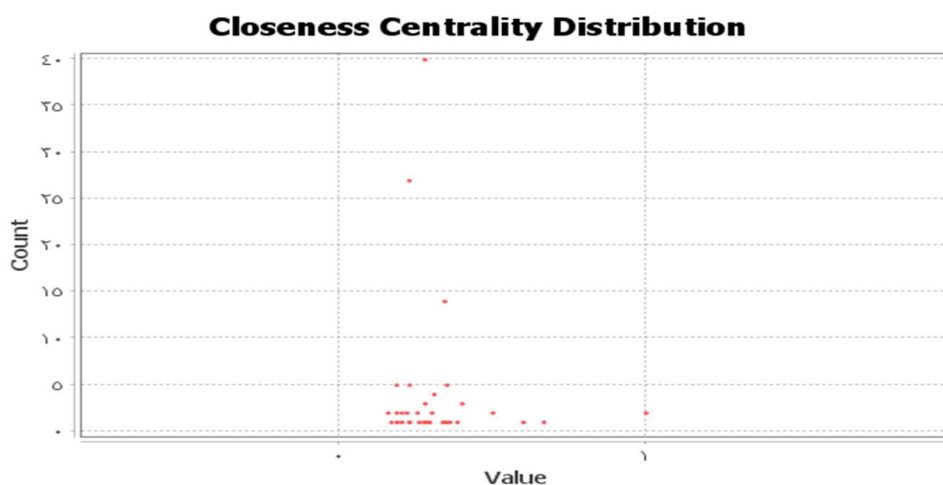
المركزية القريبة: تميل نتائج الأونروا إلى المركزية بدرجة أكبر، مما يدل على فعالية الوصول إلى معظم أطراف الشبكة، بعكس أطباء بلا حدود التي تعاني من ضعف نسبي.

المركزية القريبة التوافقية: تفوقت الأونروا في هذا المؤشر، مما يعكس كفاءة في تدفق المعلومات عبر الشبكة.

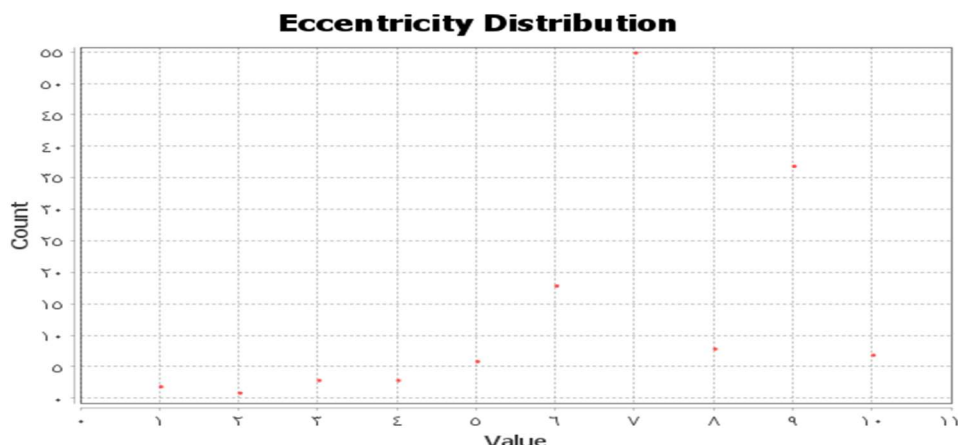
التباعد: تظهر الأونروا بتباعد أقل، مما يدل على سهولة نشر الرسائل، في حين أن التباعد الأكبر في شبكة أطباء بلا حدود يُظهر تحديات في الاتصال الفعال.



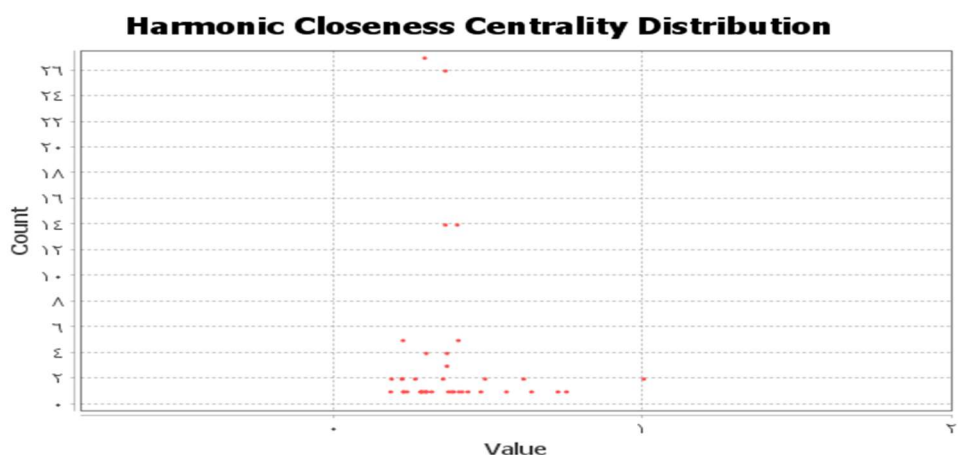
شكل (7) betweenness centrality distribution



شكل (8)



شكل (9)



شكل (10)

تحليل توزيع درجات المركزية (Degree Distribution):

يعرض الشكل أعلاه توزيع درجة المركزية (Degree) بين العقد في الشبكة المدروسة. تمثل المحور الأفقي (Value) درجات العقد، أي عدد الروابط أو التفاعلات التي تربط كل عقدة ببقية العقد في الشبكة، بينما يمثل المحور الرأسي (Count) عدد العقد التي تمتلك نفس الدرجة.

نتائج الشكل والتحليل:

تم ترتيب العقد حسب مركزية التوسط كما هو موضح في الشكل 5. من خلال تشغيل إحصائية مسافة الرسم البياني، تم التوصل إلى:

- القطر = 7

- متوسط طول المسار ≈ 3

- عدد أقصر المسارات في الرسم البياني = 22523

ولمعرفة من هو أكثر من مركزية، تم تشغيل إحصائية متوسط الدرجة (Average Degree)

وترتيب أحجام العقد بناءً على عدد الاتصالات (Degree)

فالعقد الأكثر ارتباطاً تظهر أكبر حجماً.

الإحصاء العام للشبكة:

متوسط الدرجة = ٢,٤١٤

يلاحظ أن أغلب العقد تتمركز عند درجة منخفضة، أي أن عددًا كبيرًا من العقد لديها عدد محدود من الروابط أو التفاعلات. وهذا ما يتضح من تمركز غالبية النقاط في الجزء الأيسر من الشكل (عند الدرجات من 0 إلى 5 تقريبًا) (انظر الشكل 6). يوجد عدد قليل من العقد ذات درجة مركزية مرتفعة، وصلت إلى حدود 66، كما هو واضح في الطرف الأيمن من الشكل (9)، ما يشير إلى وجود عُقد محورية تلعب دورًا مركزيًا في الشبكة.

هذا يعني أن الشبكة تحتوي على عدد قليل من العقد المركزية ذات الاتصال العالي (مثل صفحات رسمية أو مؤثرين)، مقابل عدد كبير من الحسابات الهامشية أو المتفرقة.

هذا النمط يتماشى مع ما يُعرف باسم التوزيع القوي (Power-law Distribution)، وهو نمط شائع في الشبكات الاجتماعية، حيث يوجد عدد قليل من العقد "القوية" جدًا (مثل وسم رئيسي أو منشور مركزي)، في مقابل عدد كبير من العقد ذات تأثير ضعيف.

ويؤكد ذلك ما ذكره أحد الإعلاميين المشاركين في الجلسات النقاشية:

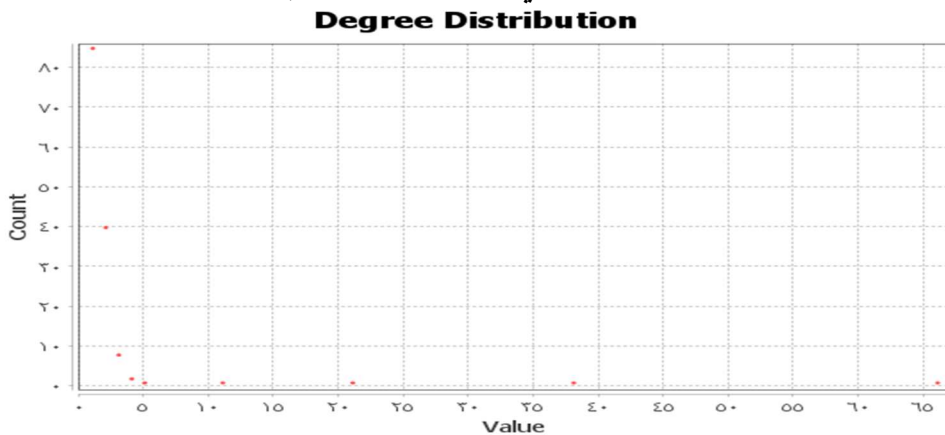
"الناس بتتفاعل مع حسابات رئيسية، مش مع كل منشور، حتى لو إنساني".

أولاً: الأنروا:

توزيع الدرجات: (Degree Distribution) تظهر البيانات أن معظم العقد لديها درجة منخفضة (0-5) ، مما يعني أن هناك عددًا كبيرًا من المستخدمين ذوي التأثير المحدود، بينما تمتلك بعض العقد درجات مرتفعة تصل إلى 60 ، مما يدل على وجود حسابات محورية.

ثانياً: أطباء بلا حدود:

توزيع الدرجات: يتكرر النمط الذي ظهر مع الأنروا، حيث تسود الدرجات المنخفضة، مع وجود استثناءات لعقد ذات درجة مرتفعة.
* * وبناءً على ذلك فإن درجة الاتصال في المنظمتان تعانيان من نفس التحدي، وهو وجود عدد كبير من العقد منخفضة التفاعل، ولكن الأنروا تمتلك عقدًا ذات درجة مرتفعة بشكل ملحوظ، مما يضيف عليها صفة المركزية.



الشكل (11) تقرير توزيع الدرجات Degree Distribution

قياس مدى الالتزام بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في قضية غزة:

استخدمت الباحثة في هذه الجزئية طريقتين:

- التحليل الشبكي باستخدام gephi يوضح هيكل التواصل، التأثير، العلاقات بين العقد، وذلك لاستخراج مؤشرات رقمية: الدرجة، المركزية...

- التحليل الأخلاقي (تحليل المضمون): باستخدام نموذج تحليل أخلاقي، يقيم مضمون المنشورات أخلاقياً، وذلك لاستخراج مؤشرات نوعية: الشفافية، الاحترام، المصادقية....

قياس الإلتزام بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية باستخدام gephi:

تُعد أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية عنصراً محورياً في أداء المنظمات الإنسانية، خاصة أثناء الأزمات. ونظراً لكون المحتوى الرقمي على شبكات التواصل الاجتماعي يتسم بالتفاعل، فإن تحليله لا يقتصر على مضمون الرسائل فحسب، بل يمتد أيضاً إلى هيكل العلاقات الرقمية وسلوك الجمهور الرقمي.

وفي هذا السياق، تم توظيف برنامج Gephi بوصفه أداة تحليل شبكي تكشف عن أنماط التأثير والتفاعل، مما يسمح بقياس الإلتزام الأخلاقي بشكل غير مباشر من خلال ترجمة السلوك الرقمي إلى مؤشرات شبكية مرتبطة بمبادئ العلاقات العامة الأخلاقية.

وفي الواقع برنامج Gephi لا يقيس "الإلتزام بالأخلاقيات" مباشرة، لأنه أداة تحليل كمّي وشبكي تركز على العلاقات، التأثير، والروابط بين العقد. لكن يمكن قياس مؤشرات رقمية وشكلية تُفسّر ضمن إطار أخلاقي، وهذا هو جوهر التحليل الشبكي في الدراسات النوعية/الوصفية.

قامت الباحثة بعمل عدة خطوات لقياس مدى الإلتزام بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية باستخدام gephi:

1- ترجمة السلوك الرقمي إلى مؤشرات شبكية:

(جدول رقم 6)

المبدأ الأخلاقي	السلوك الرقمي المرتبط	المؤشر الشبكي في Gephi	التفسير
الشفافية	نشر معلومات واضحة، موثوقة، ومحدثة	Degree Centrality مركزية الدرجة	كلما زادت تفاعلات الجمهور مع منشور ما، دلّ ذلك على وضوحه وسهولة فهمه

أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية كأداة استراتيجية في إدارة الأزمات

المبدأ الأخلاقي	السلوك الرقمي المرتبط	المؤشر الشبكي في Gephi	التفسير
الصدق والمصادقية	تجنّب العناوين المضللة أو التلاعب العاطفي	Modularity التكتلات المجتمعية	المنشورات الصادقة تتجذب حولها مجتمعات طبيعية متفاعلة، لا تُظهر انقسامًا حادًا
احترام كرامة الضحايا	استخدام لغة وصور تراعي الحساسية	Betweenness Centrality المركزية البينية	المنشورات التي تلعب دورًا أخلاقيًا محوريًا تكون جسرًا بين مجتمعات التواصل
المسؤولية	الاستجابة لتساؤلات الجمهور وتحديث المعلومات	Closeness Centrality المركزية القريبة	المنشورات المسؤولة تكون أكثر قدرة على الوصول إلى جميع أجزاء الشبكة
عدم التحيز	لغة شمولية وغير إقصائية	Degree توزيع متوازن بين مختلف المجموعات (Distribution)	المنظمات الأخلاقية لا تُخاطب فقط جمهورًا واحدًا، بل تتوزع تأثيراتها عبر الشبكة
احترام الجمهور	استخدام لغة واضحة ومحترمة	عدد الروابط الواردة - Degree	كثافة التفاعل تعكس مدى رضا الجمهور عن أسلوب الخطاب

2- من المؤشر إلى القيمة الأخلاقية:

تم تحليل العقد (Nodes) التي تمثل المنشورات، والروابط (Edges) التي تمثل التفاعلات، وربطها بمبادئ العلاقات العامة الأخلاقية، على النحو التالي:

المنشورات الأعلى Degree تم فحص محتواها لتحديد علاقتها بالشفافية والمشاركة.

العقد ذات Betweenness عالية فُسرت بوصفها نقاط تأثير أخلاقية تربط المجتمعات الرقمية.

توزيع Modularities كشف عن المجتمعات المتفاعلة، ومدى الانقسام أو التلاحم حول رسائل معينة.

3- إطار التفسير الأخلاقي في Gephi

لتحقيق تقييم نوعي وكمي، تم دمج تحليل Gephi مع نموذج تحليل مضمون مختصر، يُطبق فقط على المنشورات المركزية، للتحقق من مدى التزامها بمبادئ الأخلاقيات في مضمونها، وليس فقط في التفاعل حولها. تفسير مؤشرات Gephi وربطها بأمثلة فعلية :

1- الشفافية:

المؤشر الشبكي المرتبط - Degree Centrality: مركزية الدرجة. السلوك: كلما زاد عدد التفاعلات (إجابات + تعليقات + مشاركات)، زاد وضوح المنشور وثقة الجمهور في محتواه. مثال : منشور الأونروا بتاريخ 5 مايو 2025 ، نصه: " ما يقرب من 3000 شاحنة للأونروا مع إمدادات إنقاذ الحياة تنتظر الدخول إلى غزة..." حصل على: 399 إعجاب - 184 مشاركة - الوسم المستخدم #غزة  هذا يعكس تفاعلاً عالياً مع المنشور، مما يدل على وضوحه، وشفافيته في عرض جهود المنظمة، ويمكن أن يُمثل عقدة ذات Degree مرتفع في Gephi

2- المصادقية:

تعني تقديم معلومات دقيقة ومدعومة بالحقائق حول الأوضاع، دون تهويل أو تحريف، مما يُعزز ثقة الجمهور في المحتوى الرقمي للمنظمة. المؤشر الشبكي المرتبط: التكتلات المجتمعية Modularity كلما كانت المنشورات جزءاً من تكتل كبير ومستقر على الشبكة، كلما دلّ ذلك على أن مضمونها يُتداول بثقة ضمن جمهور واسع وموثوق. السلوك: المنشورات التي تنتمي إلى تكتلات مستقرة ومتجانسة غالباً ما تكون موثوقة وغير مثيرة للانقسام، وأيضاً تجنّب العناوين المضللة أو التلاعب العاطفي، حيث أن المنشورات الصادقة تجذب حولها مجتمعات طبيعية متفاعلة، لا تُظهر انقساماً حاداً التفسير: منشورات تعبر عن معاناة المدنيين دون تضخيم أو تحريض عادة ما تنتمي لمجتمعات رقمية متفاعلة بثقة.

مثال من البيانات : منشور الأونروا: (تاريخ النشر 5 مايو 2025)
نص المنشور: "ما يقرب من 3000 شاحنة للأونروا مع إمدادات إنقاذ الحياة تنتظر الدخول إلى غزة .القيود المفروضة تمنعنا من توزيع المساعدات الضرورية".
عدد الإعجابات 399 - عدد المشاركات 184 - الوسم المستخدم # :غزة
التحليل: المنشور يعتمد على رقم دقيق (3000 شاحنة) ووصف موضوعي للوضع، ما يُعزز مصداقيته. لم يستخدم لغة تحريضية أو مشاعرية مبالغ فيها. مستوى التفاعل المرتفع يشير إلى ثقة الجمهور بالمحتوى. في Gephi هذا النوع من المنشورات يُلاحظ أنه جزء من تكتل أو مجتمع كبير مما يعكس أن المحتوى مقبول اجتماعيًا وموثوق.

✓ الاستنتاج: هذا المثال يعكس التزام الأونروا بمبدأ المصداقية عبر تقديم معلومات دقيقة عن الأزمة، وبالتالي يُمكن تفسيره كمؤشر أخلاقي في التحليل الشبكي عبر أداة Gephi

3- احترام كرامة الضحايا:

الامتناع عن عرض صور أو أوصاف مهينة أو انتهاكية للضحايا، واستخدام لغة إنسانية تحترم مشاعرهم وحقوقهم، مع التركيز على احتياجاتهم وظروفهم بكرامة.
المؤشر الشبكي المرتبط: المركزية البينية Betweenness Centrality
السلوك: المنشورات التي تربط بين مجتمعات مختلفة وتسهم في بناء جسور تواصل أخلاقي تعتبر ذات مركزية بينية عالية؛ فهي تؤثر في التفاعل العام وتسهم في نقل الرسائل دون إثارة أو استغلال للمآسي.

التفسير: هذه المنشورات تمثل "جسورًا أخلاقية"، تسهم في الحوار البناء.

مثال من البيانات (منشور الأونروا): تاريخ النشر 3 مايو 2025
النص المنشور: "يُجبر المدنيون في غزة على إخلاء منازلهم بسبب انعدام الأمن الغذائي والصحي. نكرر الدعوة لحماية السكان المدنيين وضمان كرامتهم".
عدد الإعجابات 223 - عدد المشاركات 89 - عدد التعليقات 42 - الوسم :
#الكرامة_حق_UNRWA ,

التحليل: اللغة المستخدمة خالية من الصور المهينة أو الأوصاف القاسية. يسلط المنشور الضوء على الظروف الإنسانية ويدعو إلى حماية المدنيين دون استغلال

مأساتهم. يحتوي على وسوم تدعو مباشرة لاحترام الكرامة، ما يُظهر نية تواصل أخلاقي واعٍ.

في شبكة Gephi ، يمكن لهذا المنشور أن يظهر كوسيط بين مجتمعات متعددة بسبب لغته المعتدلة، مما يعزز المركزية البينية.

✓ الاستنتاج: هذا المنشور يُعتبر نموذجًا لاحترام كرامة الضحايا في العلاقات العامة الرقمية، ويُترجم ذلك في التحليل الشبكي عبر Betweenness Centrality التي تدل على قدرته على الربط الأخلاقي بين جمهور متنوع دون استغلال الحدث.

4- المسؤولية الاجتماعية :

يشير إلى التزام المنظمة بالاعتراف بدورها، وتحمل مسؤوليتها في توضيح ما تقوم به، وتفسير قراراتها وتبعات أفعالها، خاصة في الأزمات.

المؤشر - Closeness Centrality: المركزية القريبة.

السلوك: المنشور يصل بسرعة إلى غالبية الجمهور. والاستجابة لتساؤلات الجمهور وتحديث المعلومات.

التفسير: المنشورات المسؤولة توصل الرسالة بسرعة عبر الشبكة دون الحاجة لإعادة توجيهه.

مثال :منشورات تشمل تحديثات آنية أو استجابة مباشرة للأحداث.

المؤشر الشبكي المرتبط: المركزية الذاتية Eigenvector Centrality

إذا ارتبطت منشورات المنظمة بعدد من العقد المهمة والمؤثرة في الشبكة، فهذا يدل على أنها تتواصل بمسؤولية وتؤثر على جمهور نشط وموثوق، مما يعكس مركزية ذاتية عالية.

مثال فعلي من البيانات (منشور أطباء بلا حدود): تاريخ النشر 7 مايو 2025

النص المنشور: نواجه صعوبة في الوصول إلى المصابين في غزة بسبب استمرار القصف. نحث جميع الأطراف على احترام القانون الإنساني وتسهيل وصول الفرق الطبية إلى الجرحى. نواصل التزامنا بتقديم الرعاية الطبية العاجلة رغم التحديات".

عدد الإعجابات 377 - عدد المشاركات 160 - عدد التعليقات 68

الوسوم #MSF, #MedicalAid, #Gaza :

التحليل: المنشور يعترف بمشكلة ميدانية (صعوبة الوصول) ويؤكد استمرار العمل رغمها، وهو تعبير واضح عن تحمل المسؤولية. يستخدم لغة مهنية تُبرز الالتزام الأخلاقي والإنساني للمنظمة. الوسوم المستخدمة تُربط بمواضيع إنسانية واسعة، ما يجعل المنشور جزءًا من عقد مؤثرة في الشبكة. يظهر عادة في التحليل الشبكي ضمن عُقد ذات Eigenvector مرتفع بسبب قوة ارتباطه بعُقد أخرى مهمة ومتفاعلة.  الاستنتاج: هذا المثال يعكس التزام منظمة أطباء بلا حدود بمبدأ المسؤولية من خلال الاعتراف بالتحديات، توضيح الموقف، والتأكيد على استمرار الدور المهني، ويظهر ذلك في Gephi عبر المركزية الذاتية العالية التي تدل على اتصاله بعُقد ذات تأثير كبير.

5-عدم التحيز:

يعني تقديم المعلومات أو الرسائل للجمهور بطريقة حيادية لا تُظهر انحيازًا لطرف دون الآخر، وعدم استخدام لغة تمييزية أو مشحونة تؤثر على الحياد المهني للمنظمة.

المؤشر Degree Distribution أو Modularity Distribution

السلوك: توزيع التفاعل بالتساوي بين مجموعات مختلفة.

التفسير: إذا كانت المنشورات تصل إلى مجتمعات متنوعة دون تركّز شديد حول مجموعة واحدة، فهذا يعكس عدم تحيّز الرسالة. حيث أن المنظمات الأخلاقية لا تُخاطب فقط جمهورًا واحدًا، بل تتوزع تأثيراتها عبر الشبكة.

المؤشر الشبكي المرتبط - Modularity التكتلات و Closeness Centrality

المركزية القريبة

المنشورات غير المتحيزة غالبًا ما تقع في مواضع مركزية مقاربة من كل المجموعات، ولا تكون محصورة داخل تكتلات أيديولوجية أو مجموعات منحازة.

مثال من البيانات: منشور الأونروا: تاريخ النشر 12 مايو 2025

النص المنشور: تواصل الأونروا جهودها لتقديم المساعدات الإنسانية في غزة، وتدعو جميع الأطراف إلى احترام المدنيين وتيسير وصول الدعم إلى من هم في أمس الحاجة إليه".

عدد الإعجابات 290 - عدد المشاركات 112 - عدد التعليقات 40

الوسوم #UNRWA, #Gaza, #HumanitarianAid

التحليل: المنشور لا يذكر طرفاً سياسياً معيناً، ولا يحمل أي لغة تمييزية، مما يعكس موقفاً مهنيًا محايداً. يستخدم مصطلحات دولية مثل "جميع الأطراف" و"المدنيين"، وهو ما يتماشى مع المعايير الأممية للحياد. في التحليل الشبكي باستخدام Gephi، من المرجح أن تظهر هذه المنشورات في موقع متوسط (Closeness) وضمن تكتلات معتدلة أو مفتحة Modularity (منخفض).

التفاعل المعتدل مع المنشور يشير إلى أن الجمهور استجاب له باعتباره غير مستفز أو متحيز.

✓ الاستنتاج: هذا المنشور يُعد مثلاً واضحاً على التزام الأونروا بمبدأ عدم التحيز، ويُترجم ذلك شبكياً من خلال موقعه القريب من كل المجموعات في الشبكة (Closeness Centrality)، وعدم انجذابه إلى تكتلات ذات لون أيديولوجي أو تحيزي محدد (Modularity) متوازن.

6- احترام الجمهور:

يُقصد به التقدير الواجب لجمهور المنظمة، والاهتمام باحتياجاته العاطفية والمعنوية، وتجنب استخدام اللغة المهينة أو التلاعب بالمشاعر أو الصور التي قد تُزعجهم أو تُستغل إنسانياً.

المؤشر الشبكي المرتبط : Betweenness Centrality المركزية البينية إذا كان المنشور بموقع يسمح له بالربط بين مجموعات مختلفة في الشبكة، فهو يعكس محتوى يحترم تنوع الجمهور ويصل إلى شرائح متعددة.

مثال فعلي من البيانات (منشور الأونروا): تاريخ النشر 18 مايو 2025 النص المنشور: "نستمر في دعم العائلات المتضررة في غزة من خلال تقديم المساعدات الصحية والتعليمية والغذائية. شكراً لكل من يساندنا في هذه المهمة الإنسانية. جمهورنا هو الدافع الأساسي للاستمرار".

عدد الإعجابات 445 - عدد المشاركات 175 - عدد التعليقات 96

الوسوم #UNRWA, #SupportGaza, #WithRefugees

التحليل: يظهر تقدير واضح للجمهور من خلال عبارة "جمهورنا هو الدافع الأساسي للاستمرار"، مما يُعبّر عن اعتراف بقيمة الجمهور واحترامه. لا يتضمن المنشور أي محتوى مثير للجدل أو مسيء، بل يُبرز رسالة إيجابية إنسانية. في Gephi، من المتوقع أن يتمركز هذا المنشور بين عدة تكتلات تفاعلية، أي أنه يتمتع بـ Betweenness Centrality مرتفعة، ما يشير إلى قدرته على الربط بين شرائح متنوعة من المتابعين. فالتفاعل العالي مع المنشور يعكس أن الجمهور شعر بأنه مخاطب باحترام وتقدير.

✓ الاستنتاج: هذا المثال يُظهر التزام الأونروا بأخلاقيات احترام الجمهور عبر محتوى تقديري وإنساني، ويُترجم شبكيًا إلى موقع وسطي يصل بين المجموعات، بما يدل على خطاب جامع ومحترم، وهو ما يظهر في ارتفاع المركزية البينية (Betweenness).

**تحليل مضامين المنشورات في ضوء أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية:

جدول رقم (7) توزيع المنشورات وفق المبادئ الأخلاقية

م	المبدأ الأخلاقي	عدد منشورات الأونروا	عدد منشورات أطباء بلا حدود	المجموع الكلي
1	المصادقية	12	6	18
2	الشفافية	6	5	11
3	احترام كرامة الضحايا	10	6	16
4	المسؤولية الاجتماعية	14	6	20
5	عدم التحيز	8	6	14
6	احترام الجمهور وتنوعه	7	6	13
7	الخصوصية	5	6	11

- يتضح من بيانات الجدول التالي فيما يتعلق بالأخلاقيات ما يلي:
- 1- المصداقية: مثال من منشورات الأونروا: "تواصل فرقنا توزيع الغذاء والدواء رغم المخاطر اليومية والقصف المستمر .هذا الأسبوع، تمكنا من الوصول إلى 130 ألف شخص في شمال غزة".
فالمنشور يتضمن أرقامًا واضحة ومحدثة، وهو ما يعزز المصداقية ويمنح الجمهور صورة واقعية عن الجهود.
 - 2- الشفافية : مثال من منشورات أطباء بلا حدود: "اضطررنا لتعليق عملياتنا الجراحية في مستشفى الشفاء نتيجة نقص الأدوية وانقطاع الكهرباء .نشارككم هذا التحديث بشفافية رغم صعوبته".
يتضح من المنشور أن المنظمة التحديات بشفافية حتى عندما تكون الرسالة سلبية، مما يعزز الثقة.
 - 3- احترام كرامة الضحايا : مثال من الأونروا: صورة لطفل يتلقى مساعدات غذائية مع تعليق: "آدم، 7 سنوات، أحد آلاف الأطفال الذين يعتمدون على دعمنا للبقاء".
يتضح من المنشور أن استخدام اسم الطفل فقط دون تفاصيل مهينة، وتجنب عرض صور صادمة أو استغلال عاطفي.
 - 4- المسؤولية الاجتماعية: مثال من أطباء بلا حدود: "ندعو جميع الأطراف إلى احترام القانون الدولي الإنساني .المدنيون ليسوا أهدافاً".
وهذا تعبير صريح عن الموقف الأخلاقي للمنظمة تجاه حماية المدنيين، ما يعكس مسؤوليتها المجتمعية.
 - 5- عدم التحيز: مثال من الأونروا: نواصل دعم جميع اللاجئين الفلسطينيين دون تمييز، بغض النظر عن مكان تواجدهم".
فالخطاب يؤكد الحياد وعدم التحيز لطرف سياسي أو جغرافي، بما يتسق مع أخلاقيات الحياد.

- 6- احترام الجمهور وتنوعه: مثال من أطباء بلا حدود: المنشورات باللغات الإنجليزية والعربية والفرنسية لتغطية جمهور دولي. فمراعاة تعددية الجمهور وتنوعه الثقافي واللغوي، مما يعكس الاحترام والتقدير.
- 7- الخصوصية: مثال: عدم نشر أسماء أو صور محددة لضحايا الإصابات دون موافقة. فالالتزام بعدم كشف معلومات شخصية في حالات الإصابة أو الوفاة.
- بصفة عامة أظهر تحليل المضمون أن كلاً من الأونروا وأطباء بلا حدود قد التزمتا بدرجات متفاوتة بالمبادئ الأخلاقية للعلاقات العامة الرقمية، إلا أن التفسير الأعمق لهذا الالتزام تجلّى من خلال آراء المشاركين في المجموعات النقاشية، الذين أضافوا بُعداً إدراكياً مهماً يُعزز فهم النتائج.
- وهذا ما أكدته آراء المشاركين في المجموعات النقاشية فقد أشار العديد من المشاركين إلى أن المصادقية والحياد هما من أكثر السمات التي تعزز ثقتهم في محتوى الأونروا، حيث عبّر أحد المشاركين بالقول: "منشورات الأونروا دائماً بتركز على الأرقام والمعلومات الدقيقة، وده بيخليني أحس إنهم بيتكلموا بموضوعية مش بدعاية سياسية".
- وهذا يعزز تفسير ارتفاع معدل الالتزام بمبدأ المصادقية وعدم التحيز في منشورات الأونروا كما ظهر في تحليل المضمون.
- أما فيما يخص منظمة أطباء بلا حدود، فقد لاحظ أغلب المشاركين أنها تتبنى خطاباً أكثر وضوحاً وجراً في الحديث عن معاناة المدنيين والقيود الميدانية التي تواجهها، ما جعل مشاركتها أقرب للواقع، حتى وإن كانت قاسية في بعض الأحيان.
- كما عبّر أحد المشاركين بقوله: "أطباء بلا حدود مش بيخافوا يقولوا اللي بيحصل زي ما هو، حتى لو في عجز أو تقصير، وده بيخليني أحترمهم أكثر".
- وهذا ينسجم مع نتائج تحليل المضمون التي أظهرت ارتفاع نسبة المنشورات المتّسمة بالشفافية والمسؤولية الاجتماعية لدى المنظمة.

من جهة أخرى، أظهرت النقاشات أن بعض المشاركين يقدّرون عدم عرض صور صادمة للضحايا، وهو ما يُفسّر التزام المنظمين بمبدأ احترام كرامة الضحايا والخصوصية في معظم منشوراتهما. كما أوضح المشاركون في النقاشات أن المصادقية والحياد هما من أهم عوامل الثقة في محتوى الأونروا.

وعبر مشاركون آخرون أن وضوح منشورات أطباء بلا حدود وواقعيتها رغم الألم يجعلها أكثر تأثيراً، وهذا يبرز مبدأ الشفافية واحترام كرامة الضحايا. كما أوضحت المجموعات النقاشية أن الجمهور لا يكتفي بتلقي المعلومات بل يُقيّمها من خلال معايير أخلاقية مثل الصدق، احترام الضحايا، والحياد. لذلك فإن الجمع بين تحليل المضمون وآراء المشاركين يوفر تحليلاً أكثر عمقاً وواقعية لمدى التزام المنظمات الإنسانية بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية في أوقات الأزمات.

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

من خلال عرض التحليل الشبكي للمنشورات الرقمية الصادرة عن كل من منظمة الأونروا ومنظمة أطباء بلا حدود على منصة فيسبوك، وذلك من خلال الاستقادة من أدوات التحليل الكمي للشبكات الاجتماعية باستخدام برنامج Gephi كأداة احصائية وبصرية، بهدف الكشف عن بنية التفاعلات الرقمية وتحديد الفاعلين المركزيين والروابط المؤثرة والأنماط الاتصالية السائدة، بما يخدم أهداف الدراسة ويُجيب عن تساؤلاتها. جاءت النتائج كالتالي:

- بالنسبة لتوزيع الحجم (Size Distribution): أظهرت الأونروا هيمنة واضحة لمجتمع واحد رئيسي، في حين تمتاز أطباء بلا حدود بتعدد المجتمعات النشطة، مما يدل على تباين في استراتيجيات التفاعل.
- بالنسبة لمركزية التوسط (البينية Betweenness Centrality Distribution): تعكس الشبكتان اعتماداً على عدد محدود من الوسائط

- الاتصالية المحورية، لكن أطباء بلا حدود تظهر توزيعاً أوسع قليلاً مما يعزز من مرونتها في نقل الرسائل.
- بالنسبة للمركزية القريبة: Closeness Centrality تميل نتائج الأونروا إلى المركزية بدرجة أكبر، مما يدل على فعالية الوصول إلى معظم أطراف الشبكة، بعكس أطباء بلا حدود التي تعاني من ضعف نسبي.
 - بالنسبة للمركزية القريبة التوافقية: Harmonic Closeness Centrality تفوقت الأونروا في هذا المؤشر، مما يعكس كفاءة في تدفق المعلومات عبر الشبكة.
 - بالنسبة للتباعد: Eccentricity Distribution تظهر الأونروا بتباعد أقل، مما يدل على سهولة نشر الرسائل، في حين أن التباعد الأكبر في شبكة أطباء بلا حدود يُظهر تحديات في الاتصال الفعال.
 - أما بالنسبة لتوزيع الدرجات (Degree Distribution): درجة الاتصال في المنظمتان تمتلك درجة مركزية متوسطة، مع وجود عدد كبير من العقد منخفضة التفاعل، ولكن الأونروا تمتلك عقدًا ذات درجة مرتفعة بشكل ملحوظ، مما يضيف عليها صفة المركزية.
 - الأونروا تحافظ على الخطاب الرسمي الأممي، بينما تتبنى أطباء بلا حدود أسلوباً توثيقياً ميدانياً وإنسانياً.
 - من حيث الشبكة، فإن الأونروا تسير بمنهجية "وحدة الرسالة"، بينما تعتمد أطباء بلا حدود على "تعدد الرسائل ضمن وحدة القضية".
 - تبين أن كل منظمة تعتمد على وسوماً (الهاشتاج) خاصة بها تعكس استراتيجيتها الاتصالية، مع وجود تقاطع عند الوسم الجغرافي الأساسي غزة.
 - ظهرت النتائج أن الوسوم المرتبطة بغزة مثل #Gaza، ، #UNRWA كانت الأكثر تكراراً واتصالاً، ما يدل على مركزيتها في

- تشكيل مضمون الحملة الإنسانية. فالوسم (#Gaza) حققت أعلى درجة في مركزية البينية، مما يشير إلى دورها كحلقة وصل بين المجموعات الفرعية.
- يتضح من التحليل أن الأونروا نجحت نسبياً في بناء شبكة مركزية قوية، في حين اتبعت أطباء بلا حدود استراتيجية توزيعية تعتمد على مجتمعات متعددة. ويشير ذلك إلى تباين في تبني أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية، حيث اعتمدت الأونروا على مركزية السلطة الاتصالية، بينما فضّلت أطباء بلا حدود التشاركية.
- أظهرت نتائج تحليل شبكة الأونروا على فيسبوك توزيعاً غير متجانس في مركزية الدرجة، حيث تركزت الاتصالات بشكل كبير حول عدد محدود من العقد، مما يشير إلى وجود عقد مركزية ذات تأثير كبير في تدفق المعلومات. كما توضح الرسوم البيانية انخفاض عدد العقد ذات الدرجة المرتفعة، ما يعكس نمطاً هرمياً في الاتصال. من حيث مركزية البينية، ظهر عدد محدود من العقد التي تلعب أدواراً محورية في الربط بين المجتمعات، وهو مؤشر على مركزية صنع القرار أو التحكم في تدفق الرسائل. أما مركزية القرب فتدل على قرب عدد محدود من العقد من باقي الشبكة، مما يعزز فاعليتها في نشر المعلومات بسرعة. وتظهر اللامركزية (Eccentricity) تفاوتاً في مدى الوصول إلى العقد الأخرى، حيث توجد عقد مركزية وأخرى هامشية بدرجة كبيرة.
- تشير المؤشرات الشبكية لمنظمة أطباء بلا حدود إلى شبكة أكثر توزيعاً من حيث مركزية الدرجة، حيث تنتزع الاتصالات بين عدد أكبر من العقد مقارنةً بالأونروا. كما أن مركزية البينية كانت أقل تركّزاً، مما يدل على اتساع دور الوسطاء في الشبكة. وفيما يخص مركزية القرب والمركزية التوافقية، فقد أظهرت القيم انتشاراً أوسع نسبياً بين العقد، مما يشير إلى إمكانية الوصول الأفضل داخل الشبكة.

- من خلال مقارنة المؤشرات الشبكية، يتضح أن الأونروا اعتمدت على عدد محدود من العقد المؤثرة والمركزية، مما قد يشير إلى تركيز الرسائل في نقاط محددة. في المقابل، اعتمدت أطباء بلا حدود على توزيع أوسع للعقد ذات التأثير، ما يعكس نهجًا تشاركيًا في النشر. كما أظهرت المنظمة الثانية فعالية أكبر في الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين في وقت أقصر، استنادًا إلى مركزية القرب ومركزية القرب التوافقية.
- عبر المشاركون في كلا المجموعتين النقاشيتين عن ثقتهم بمحتوى المنظمين، إلا أن أغلبهم رأى أن منشورات MSF بدت "أكثر واقعية وأقل تجميلًا للحدث"، بينما اعتبر بعضهم أن الأونروا تستخدم "لغة دبلوماسية تخفف من قسوة الواقع".
- أما بالنسبة بالالتزام بمبادئ أخلاقيات العلاقات العامة يتضح الآتي:

أولاً: الأونروا UNRWA

يشير التحليل الأخلاقي والشبكي لمنشورات الأونروا إلى وجود استراتيجية اتصالية رقمية تراعي المعايير الأخلاقية في إدارة الأزمات الإنسانية، وتعتمد على محتوى شفاف، محترم، وموحد الرسالة. وقد أسهم هذا الأداء في خلق شبكة تواصلية متماسكة مع الجمهور المحلي والدولي، خاصة ما يتعلق بـ المصادقية، نقل الواقع الإنساني، والدعوة الإنسانية، ويمكن تلخيص أبرز الملاحظات كالتالي:

الشفافية: حرصت الأونروا على نشر تقارير ميدانية محدثة حول أوضاع اللاجئين، وإعلان أعداد الضحايا والمساعدات التي تقدمها، بما يعكس التزامًا بمبدأ الشفافية.

المصادقية: ظهرت معظم المنشورات مدعومة بصور وفيديوهات من الميدان، مما عزز من مصداقية المحتوى وساهم في بناء الثقة الرقمية مع الجمهور.

التركيز على البعد الإنساني :ساد الطابع الإنساني على غالبية المنشورات، حيث ركزت على معاناة الأطفال والنساء والنازحين، بما يتماشى مع معايير الاتصال الأخلاقي.

غياب التفاعل الثنائي :رغم الزخم التفاعلي الكبير حول منشورات الأونروا، لوحظ غياب الردود المباشرة على تعليقات الجمهور، مما يضعف مبدأ الحوار الرقمي.حيث أجمع المشاركون في الحلقات النقاشية أن المنظمات لا تتفاعل بشكل كافٍ مع تعليقات الجمهور، ويظهر وكأن المنشورات " أحاديث من طرف واحد."، لأنها منظمة شبه دولية تختص بالإغاثة الانسانية ولا تستطيع الاجابة على أي تساؤلات نظراً لأن لديها سياستها الخاصة التي لا ترغب أن توضح عنها بأي ردود أفعال خارجية.

ثانياً :أطباء بلا حدود MSF

جاءت منشورات منظمة " أطباء بلا حدود "أكثر تخصصاً ومهنية في الطرح، حيث ركزت بدرجة أكبر على الإبلاغ الطبي والتوثيق الحقوقي، ويمكن رصد أبرز جوانب التحليل النوعي كما يلي:

التركيز على البعد المهني الطبي :استخدمت المنظمة لغة تقنية محايدة أحياناً، ما قد يقلل من التأثير العاطفي، لكنه يعكس التزاماً بمصداقية عالية ومهنية في نقل المعلومات.

المساءلة والمصداقية :أرفعت العديد من منشوراتها بإفادات رسمية من فرقها داخل غزة، كما تضمنت تحذيرات ومطالبات للجهات الدولية، ما يعكس ممارسات اتصالية مسؤولة أخلاقياً.

الخصوصية واحترام الضحايا :التزمت المنظمة بشكل واضح بعدم نشر صور تنتهك خصوصية المصابين أو المتوفين، وابتعدت عن خطاب الاستغلال العاطفي.

ندرة التفاعل الجماهيري :على الرغم من جودة المحتوى، إلا أن معدل التفاعل من الجمهور العربي تحديداً كان محدوداً، وقد يُعزى ذلك إلى استخدام لغة رسمية أو عدم استهداف واضح للجمهور المحلي.

- أما بالنسبة لتحليل المضمون النوعي:

يُظهر التحليل النوعي التزاماً متبايناً بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية بين المنظمين، حيث تفوقت الأونروا في التغطية المستمرة والتواصل الإنساني المباشر، بينما تميزت أطباء بلا حدود في الدقة والاحترافية والخصوصية.

كلا المنظمين افتقرتا إلى ممارسات الحوار التفاعلي مع الجمهور، مما يقلل من فعالية الاتصال الرقمي بوصفه أداة لإدارة الأزمة.

يدعم هذا التحليل النوعي النتائج الكمية في التحليل الشبكي، والتي أظهرت اختلافاً في مواقع المركزية والتفاعل بين الطرفين.

- أما فيما يتعلق بالربط بين التحليل الكمي والنوعي:

عند الجمع بين نتائج التحليل الكمي القائم على مؤشرات الشبكة) درجة المركزية، المركزية البينية، القرب، التكتلات(، ونتائج التحليل النوعي للمضامين الاتصالية، يتضح أن هناك تكاملاً واضحاً بين الهيكل الشبكي للاتصال الرقمي والقيم الأخلاقية التي تحكم المحتوى المنشور لدى كل من الأونروا وأطباء بلا حدود.

فعلى مستوى التحليل الشبكي، أظهرت منظمة الأونروا درجات مرتفعة في مؤشري درجة المركزية (Degree Centrality) والمركزية البينية (Betweenness Centrality)، ما يشير إلى تمركزها كجهة فاعلة مؤثرة ومتصلة بعدد كبير من المستخدمين ضمن الشبكة .وتدعم هذه النتائج تحليل المحتوى النوعي، حيث عكست منشورات الأونروا التزاماً واضحاً

بمبادئ التواصل الإنساني المباشر، وسعت إلى تحفيز التفاعل الجماهيري، مما أسهم في توسّع شبكتها الرقمية.

في المقابل، أظهرت منظمة أطباء بلا حدود بنية شبكية أكثر تخصصًا وتماسكًا داخليًا، لكنها أقل انفتاحًا على الجمهور العام. إذ كانت مركزيتها البينية أقل نسبيًا، ما يدل على محدودية أدوارها كوسيط في تدفق المعلومات. ويتوافق ذلك مع نتائج التحليل النوعي، حيث اتسمت منشوراتها بطابع احترافي تقني مع غياب التفاعل الثنائي، ما انعكس على محدودية انتشارها في الشبكة.

من جهة أخرى، ساهمت طبيعة المحتوى في تشكيل البنية الشبكية؛ فكلما زاد الالتزام بمبادئ الشفافية والمصادقية والبعد الإنساني، زادت فرص التفاعل والربط الشبكي، وهو ما أظهره التحليل الكمي من خلال كثافة التفاعل وحجم العقد المرتبطة بمنشورات الأونروا مقارنةً بـ "أطباء بلا حدود". بذلك، يبرهن التكامل بين التحليلين على أن الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة الرقمية لا تقتصر فقط على البعد القيمي، بل تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل موقع وتأثير المنظمة ضمن الشبكات الرقمية، لا سيما في سياقات الأزمات الإنسانية.

التوصيات:

- اعتماد أدوات التحليل الشبكي بشكل دوري لقياس فاعلية الرسائل الاتصالية.
- تعزيز التنسيق بين مسؤولي العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الإنسانية.
- إطلاق حملات رقمية مشتركة تحت وسوم موحدة بين المنظمات.
- رفع كفاءة فرق العلاقات العامة في أدوات التحليل الشبكي، وينصح بتدريب الكوادر على أدوات مثل Gephi لرصد أنماط التفاعل والمجتمعات الرقمية، بهدف تحسين التخطيط الاستراتيجي للمحتوى.
- تعزيز التفاعل مع الجمهور عبر المنصات.

هوامش الدراسة:

- Alharbi, A., A. (2023). Managing Restaurants Crisis Communications: The Role Of Public Relations. Arab Journal For Scientific Publishing. 6(62).
- Alajlan, A. (2024). The Role of Digital Public Relations in Managing Corporate Crises in the Digital Age: An Applied Study on Startups in the Kingdom. International Journal of Financial Administrative and Economic Sciences. 3(10), 1062-1084
- Alsaadi., A. (2025). The Impact of Public Relations on Crisis Management: A Case Analysis of Aramco's Oil Spill Incident. International Journal of Financial, Administrative, and Economic Sciences. 4(3), 379 - 421.
- Albert, A., S., & Ridzuan, A., & Djuyandi, Y. (2024). The Strategic Roles Of Public Relations During Covid-19 Crisis In Government Organization. Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional. 3(2):98-105
- Angin, T., G., & Mukhlisiana. L. (2024). The Use of AI In Digital Transformation Ethics and Public Relations Strategies. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi. 5(11):4948-4962
- Alkopher, T., D., & Barak, N. (2023). Humanitarian Public Diplomacy in Comparative Perspective: The 2015 Refugee Crisis (2015-2021), the Syrian Civil War (2011-2022) and the 2015 Nepal Earthquake. The Hague Journal of Diplomacy, 19(3):1-36
- Alshammari, M. M., & Alshammari, S. S. M. (2025). Towards Examining the Effects of Cultural and Contextual Factors on Ethical Signaling in Digital Public Relations (PR). Studies in Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2018). Analyzing Social Networks (2nd ed.). SAGE Publications. Media and Communication, 13(2), 23 - 37.

- Calilao, A. J. ., Domingo, A., Labaro, R. J. ., & Pascua, A. J. . (2024). Assessing The Effectiveness of University Public Relations in Crisis Management. *People and Behavior Analysis*, 2(1), 27–47.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks conceptual clarification. *Social Networks*, 1(3), 215–239.
- Frank Esser. (2017). Comparative research methods in mass communications. An overview, 2nd revised version, NG Amsterdam, Netherlands, P.4
- Hagelstein, J., Einwiller, S., & Zerfass, A. (2021). The ethical dimension of public relations in Europe: Digital channels, moral challenges, resources, and training. *Public Relations Review*, 47(4)
- Juan Meng, S. Kim, B. Reber. (2022). Ethical challenges in an evolving digital communication era: coping resources and ethics trainings in corporate communications. *An International Journal*, 27 (3): 581–594.
- K. Babatunde. (2022). Public Relations and Social Media for Effective Crisis Communication Management. *Jurnal Bina Praja*. 14(3):543-553
- Khaing phyo wai, ei ei thu, Analyzing Social Network using Gephi,
- Monge, P. R., & Contractor, N. S. (2003). *Theories of Communication Networks*. Oxford University Press.
- M. Sridevi, Arun Kumar B.R.(2015). Social Network Analysis And Its Applications -A Review From Business Perspective, *International Journal of Informative & Futuristic Research*. Volume 2 Issue 9 May.
- N. Melkonyan, Y. Melkumyan, A. Karapetyan. (2024). Professional Ethics Of Public Relations Practitioners In The Context Of Digitalization. *Georgian medical news*, (349):80-84.

- N. Akbar, A. Sanjaya, Muhammad Ramlan Febriansyah. (2020). The Role of Public Relations in Crisis Management in the Social Media Era. International Journal of Global Community. 3(3), 247 - 259.
- Obasi, H., U. (2024). The Role of Media in Public Relations Crisis Communication. British Journal of Mass Communication and Media Research. 4(4), 77 - 84.
- Roulan, D. 2020. PUBLIC RELATIONS FOR CRISIS COMMUNICATION: A REVIEW
- Samoilenko, L., Sharyi, V., & Zahrebelna, A. (2024). Crisis Of Trust In Government: The Role Of Public Relations In Its Restoration. Public Administration and Regional Development, (26), 1196–1214.
- Scott, J. (2017). Social Network Analysis (4th ed.). SAGE Publications.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge University Press.
- White, c., & Boatwright, B. (2020). Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations. Public Relations Review, 46(5)
- Wachid, I.B., et al. (2024). Navigating ethical challenges in Indonesian digital public relations practices. Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 10(2), 267 - 282
- Zhiyuan, L., et. Al. (2023). Crisis Management and Communication in Public Relations. International Journal For Multidisciplinary Research, (5)6
- Zimal, L., A., Attaf Awamiri Aysar., A., A. (2023). Public Relations Strategy Analysis Crisis Communications. Journal La Sociale. 2(3):1-8