

## استخدام العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات بالمؤسسات الأردنية: دراسة استطلاعية

أ.نهى محمد ياسين محمد \*

إشراف: أ.د. علي عجوة \*\*

إشراف مشارك: أ.م.د. محمد عتران \*\*\*

### المخلص :

سعت المؤسسات الحكومية الأردنية إلى مواجهة هذه الأزمات بطرق شتى، 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 استخدامات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات بالمؤسسات الأردنية؟".

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على استخدامات العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات بالمؤسسات الأردنية.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية بتجميع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة من خلال عينة النخبة.

واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، وتشمل عينة الدراسة عينة من النخبة من أساتذة الجامعات والإعلاميين ورجال الأعمال. قوامها (15 مفردة).

واعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات المتعلقة بهذه الدراسة على الأدوات البحثية الآتية:

1- دليل المقابلات المتعمقة مع عينة النخبة ومع مسؤولي العلاقات العامة.

2- الملاحظة العلمية البسيطة.

ودلت النتائج على:

- حدد النخبة أهم (10) أزمات تعرضت لها الأردن خلال الفترة الزمنية للدراسة.

- اختارت الباحثة أزميتين للتطبيق العملي للدراسة عليهما وهما (أزمة طعوم الحصبة الألمانية - الهجمات السيبرانية على قطاع الاتصالات الأردنية).

- ذكرت عينة النخبة أن الوزارة المعنية بالأزمة في الأردن استخدمت مجموعة متنوعة من الأدوات الرقمية للتواصل مع الجمهور منها: الإنفوجرافيك، البريد الإلكتروني، الفيديو التوعوي، الإعلانات الرقمية، الصور، فيسبوك، واتساب، تويتر، والرسائل النصية على الجوال.

**الكلمات الرئيسية:** العلاقات العامة الرقمية، إدارة الأزمات، المؤسسات الأردنية، الدراسة الاستطلاعية.

\* باحثة دكتوراه بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

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

## The Use of Digital Public Relations in Crisis Management in Jordanian Institutions: A Survey Study

Ms.Noha Mohamed Yassin Mohamed\*

### Abstract:

Jordanian government institutions have sought to address these crises in various ways, with the rapid flow of information and opinions within the organization and between the organization and the outside world. They also seek to immediately monitor the repercussions of crisis events and open channels of communication with various parties.

Digital public relations strives to interact and communicate effectively with various stakeholders in the crisis, such as employees, external audiences, society, and various media outlets. This is achieved through the organizations' websites, social media, and various electronic communication tools.

Accordingly, the research problem can be specifically formulated in the following question: "What are the uses of digital public relations in crisis management in Jordanian institutions"?

The current study seeks to achieve a primary goal, which is to identify the uses of digital public relations in crisis management in Jordanian institutions.

This study is a qualitative study, collecting data related to the study topic from an elite sample. The researcher relied on the survey method, and the study sample includes an elite sample of university professors, media professionals, and businesspeople, consisting of 15 individuals.

The researcher relied on the following research tools to collect data for this study:

1. A guide to in-depth interviews with an elite sample and public relations officials.
2. Simple scientific observation.

The results indicated:

---

\* Ph.D. Researcher at the Faculty of Mass Communication – Cairo University.

-The elite identified the (10) most important crises that Jordan experienced during the study period.

-The researcher selected two crises for practical application: the rubella vaccine crisis and the cyberattacks on the Jordanian telecommunications sector.

-The elite sample reported that the ministry responsible for the crisis in Jordan used a variety of digital tools to communicate with the public, including infographics, email, awareness videos, digital advertisements, images, Facebook, WhatsApp, Twitter, and mobile text messages.

**Keywords:** Digital Public Relations, Crisis Management, Jordanian Institutions, Survey Study.

## مقدمة:

تتسم العلاقات العامة الرقمية بحسن الاتصال، وسرعة التفاعل والتواصل مع الجمهور والإدارات المعنية في المؤسسة، وإضفاء الشفافية على الاتصال مع جمهور المؤسسة، وقياس وتقييم الأداء داخل المؤسسة بشكل مستمر.

وعليه، يُمكن النظر إلى العلاقات العامة الرقمية باعتبارها نشاطاً مرتبطاً بشكل وثيق جداً بتحسين العملية الاتصالية للمؤسسة مع جمهورها المتنوع، من خلال شبكة الإنترنت والوسائل الاتصالية الرقمية الأخرى؛ وبالتالي فإن العلاقات العامة الرقمية تعمل على تحقيق التفاعل المباشر مع جمهور المؤسسة المتعدد تجاه الأخبار والقضايا والموضوعات التي تخص المؤسسة، سواءً كانت تلك الأخبار والقضايا مرتبطة بأحداث أو وقائع راهنة أو تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو الرد على الشائعات والأخبار المغلوطة والمعلومات غير الصحيحة... الخ.

وتعتمد العلاقات العامة الرقمية في هذه المهام والوظائف على وسائل الإعلام الإلكتروني المؤثرة، مثل: المنتديات، والمدونات، والمواقع الإخبارية، والمجلات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وأماكن المناقشات، وتحسين محركات البحث، بالإضافة إلى صناعة الوسائط المتعددة، كالفديوهات والمواد المسموعة، ونشر الإصدارات الإعلامية الإلكترونية المختلفة.

وبالنظر إلى المؤسسات الأردنية بشكل عام، والمؤسسات الحكومية الأردنية بشكل خاص، يمكن ملاحظة أنها تواجه الكثير من الأزمات في العصر الحالي (عصر العولمة)؛ ومن ثم فإنها في حاجة ملحة إلى جهود العلاقات العامة الرقمية في الأزمات وأدوارها ووظائفها سابقة الذكر، والتي يمكن أن تتضح من خلالها أهمية العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات في المؤسسات الأردنية وإدارتها، والوصول بها إلى بر الأمان.

## الدراسات السابقة:

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

تناولت بعض الدراسات الصلة بين العلاقات العامة الرقمية بشكل مباشر، مثل دراسات: "حاتم عاطف، 2015م"<sup>(1)</sup>، و"أمل فوزي، 2016م"<sup>(2)</sup>، و"إيمان سامي، 2017م"<sup>(3)</sup>، و"محمود فوزي وسمر أحمد، 2019م"<sup>(4)</sup>، و"دعاء نصير، 2019م"<sup>(5)</sup>، و"إيمان مرسي، 2021م"<sup>(6)</sup>.

فقد سعت دراسة "أمل فوزي، 2016م" إلى رصد وتوصيف أهم الاتجاهات البحثية العربية والدولية في مجال العلاقات العامة الرقمية، لتحديد أهم المجالات الموضوعية والقضايا البحثية لهذه الاتجاهات، وتوصيف وتقييم أهم التصميمات المنهجية المستخدمة، وطبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن منهج تحليل المضمون جاء في مقدمة

المناهج البحثية المستخدمة، نظرًا لاعتماد دراسات تحليل مواقع الوب ومواقع التواصل الاجتماعي عليه، مع ندرة واضحة في استخدام المنهج التجريبي في الدراسات الأجنبية، وأن غالبية الدراسات عينة التحليل لم تسهم في تطوير نظرية العلاقات العامة.

أما دراسة "إيمان سامي، 2017م" فقد سعت إلى رصد دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب، وقد أشارت الدراسة إلى أن إدارة الأزمات تُعدّ من الأدوار الحيوية والمهمة التي تقوم بها العلاقات العامة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، سواء على مستوى العلاقة بين الأفراد والمجتمع والدولة أو على المستوى الخارجي والعلاقات التي تربط بين الدول، وتشتد الحاجة للعلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات وكونها تنير لنا الطريق، ونحن نشاهد على المستوى العالمي الحالي الكثير من الأزمات.

أما دراسة "محمود فوزي وسمر أحمد، 2019م" فقد سعت إلى رصد وتوصيف أهم الإشكاليات والقضايا البحثية المتصلة بدراسات العلاقات العامة الإلكترونية، والتي طرحها التراث العلمي العربي والأجنبي، والتعرف على الأطر النظرية والفكرية لهذه البحوث، واستعراض المزايا والأهداف المتعددة لمجالات العلاقات العامة الإلكترونية على مستوى كل من المنظمات والجمهير، والكشف عن العوامل المؤثرة في تنامي اتجاهات المنظمات نحو توظيف تطبيقات وتقنيات الإعلام الجديد في أداء وظائف العلاقات العامة المختلفة، وطُبقت الدراسة على عينة من بحوث ومؤلفات العلاقات العامة الإلكترونية العربية والأجنبية تضمن 100 بحث ومؤلف، والمنهج المستخدم هو المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تبني المراكز البحثية والتوجه البيئي في الدراسات العربية، التي تجمع الباحثين من تخصصات مختلفة، ودور العلاقات العامة الإلكترونية في تنمية الولاء والرضى الوظيفي لدى الجمهور الداخلي للمنظمة.

وقد سعت دراسة "دعاء نصير، 2019م" إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية، وإلقاء الضوء على علم إدارة الأزمات، والتعرف على دور إدارة الأزمات أثناء الأزمة، ونوعية الوظيفة التصحيحية والوقائية والعلاجية داخل الوزارات وقت الأزمات، ومعرفة معنى العلاقات العامة الإلكترونية ومكانتها في الوزارات، وهل اختلفت هذه المكانة والوظيفة من وزارة لأخرى؟ وتوصلت النتائج إلى أن التكنولوجيا الرقمية، واستخدام الشبكات تُعتبر من أنجح الطرق لمواجهة التحديات والأزمات؛ إذ إنها تساعد المسؤولين في اتخاذ القرارات في المواقع المختلفة، ووضع وتنفيذ الخطط أيضًا.

وقد استهدفت دراسة "حاتم عاطف، 2015م" التعرف على ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، وتتطلع الورقة إلى استشراف مستقبل العلاقات العامة باستخدام الإنترنت بجامعة المنوفية، ورصد أشكال التواصل الرقمي بين إدارات العلاقات العامة بجامعة المنوفية والعملاء المتعاملين معها، وطُبقت الدراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي بنوعيه

الكمي والوصفي، واستخدمت أدوات التحليل الكيفي والمقابلة ومجموعات النقاش، وتوصلت الدراسة إلى تعدد أشكال ممارسات العلاقات العامة الرقمية بجامعة المنوفية عينة الدراسة، وقد أكد (95%) من أفراد العينة على أهمية تدريب ممارسي العلاقات العامة على برامج النشر الإلكتروني وبرامج الجرافيك وتصميم وإدارة المواقع الإلكترونية، وأشار (92%) من الممارسين بجامعة المنوفية إلى أن العلاقات العامة بالجامعات الحكومية في حاجة إلى تفعيل استخدام الإنترنت في المؤتمرات وورش العمل عن بعد، باستخدام برامج البث المباشر عن طريق الإنترنت.

ومن الجامعات المصرية إلى الجامعات السعودية، حيث استهدفت دراسة "إيمان مرسى، 2021م" التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية خلال أزمة وباء كورونا المستجد، والوقوف على أهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة، واستراتيجيات الاتصال داخل إدارات العلاقات العامة في الجامعات، وطبقت الدراسة منهج المسح، باستخدام أسلوب المسح بالعينة، بالتطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السعودية (الملك عبد العزيز - أم القرى - الطائف)، قوامها (66 مبحوثاً)، خلال الفترة من 2020/9/1م حتى 2020/12/1م، وأظهرت نتائج الدراسة أن البريد الإلكتروني وحسابات الجامعة على وسائل الإعلام الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كأهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة في تعاملها مع أزمة كورونا، كما توصلت الدراسة إلى أهمية أدوات العلاقات العامة الرقمية لمديري وأخصائي العلاقات العامة بالجامعة، فقد كانت أدوات العلاقات العامة مفيدة في إمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعة أو الكلية، وتحسين بيئة الاتصال بين الإدارات المختلفة بالجامعة، وأن استراتيجية الإعلام توفر للعلاقات العامة كل القرارات والإجراءات الاحترازية التي تتخذها الجامعة للتعامل مع أزمة وباء كورونا.

وقد تناولت دراسة "Cheng and Lee, 2019" تحليل محتوى موضوعي لـ(118) مقالة صحفية من مجالات متعددة التخصصات؛ ومن ثم استعرضت هذه الدراسة الاتجاهات البحثية لأدبيات اتصالات الأزمات عبر الإنترنت في المجتمع، حيث تلعب الحقائق الموضوعية دوراً متضاداً، وأنه على الرغم من أفضل الجهود التي تبذلها المنظمات للتعامل مع الأخبار الكاذبة في الأزمات، وكشفت نتائج هذه الدراسة عن بعض استراتيجيات الاتصال الفريدة في الأزمات، مثل: الإلهاء الاستراتيجي، والرد على الشائعات، والتلفيق، والتصرف اللطيف، والرقابة على المحتوى، كما تم تحديد العوامل السياقية المؤثرة في هذا الشأن، مثل: النظام السياسي والقيم الثقافية وخصائص وسائل الإعلام.

وقد سعت دراسة "Mirbabaie, Bunker, Stieglitz, Marx & Ehnis, 2020" إلى فهم التأثير المحتمل الناجم عن اتصالات الأزمات على (تويتر)، الخاصة بكارثة إعصار هارفي، وقد أسفرت تحليل شبكات التواصل الاجتماعية والمحتوى الذي تم استخدامه بواسطة مجموعة بيانات مكونة من تغريدات كثيرة حول كيفية حدوث التواصل في أثناء وقوع الكوارث واسعة النطاق، وأكدت النتائج على أهمية الجهات الفاعلة الغنية بالمعلومات

في شبكات الاتصال وفعالية تأثيرها في الأزمات، على سبيل المثال مرض فيروس كورونا 2019م، للحد من عدم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتسهيل تكوين المعنى.

وكذلك سعت دراسة "Ayman, Kaya and Kuruc, 2020" إلى رصد أثر أزمة جائحة كورونا (COVID-19) على الركائز الأربع للاستدامة التنظيمية، كما أنها سعت إلى الكشف عن كيفية تعامل المؤسسات مع الأزمات وإدارتها بواسطة الاتصالات الرقمية، وكشفت هذه الدراسة كيفية محافظة جامعتين عامتين وجامعتين خاصتين على الاستدامة في التعليم العالي خلال (COVID-19) من خلال مناقشة نماذج العلاقات العامة، التي استخدموها في الاتصالات الرقمية، واستخدمت هذه الدراسة تحليل المحتوى النوعي والأسلوب الكمي، وأكدت النتائج 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. ومع ذلك، فإن النموذج المتمثل ثنائي الاتجاه الذي يحافظ على الحوار بين أصحاب المصلحة يُمارس بشكل أقل من نماذج العلاقات العامة الأخرى؛ وبالتالي هناك حاجة لأن تستمع الجامعات إلى أصحاب المصلحة، ليس فقط في التواصل وجهاً لوجه ولكن أيضاً من خلال منصات الاتصال الرقمية.

وقد استكشفت دراسة "Park, 2021" الأولويات وجداول الأعمال الأساسية في إدارة الأزمات في السعودية، في خلال استيعاب أحدث القضايا الاجتماعية لوباء (COVID-19)، التي تم تناولها في أكثر مصادر ووسائل الإعلام موثوقة، وجمعت البيانات من وسائل الإعلام الإخبارية (وكالة الأنباء السعودية والعربية)، ووسائل التواصل الاجتماعي (تويتر ويوتيوب)، من فبراير إلى أغسطس 2020م، ويوضح هذا البحث أيضاً كيف يمكن لدولة ما استخدام تلك البيانات الضخمة لاكتشاف "القضايا الاجتماعية الرئيسة" ثم وضع استراتيجية أو نظام صنع قرار لتطوير الاتصال العام، أو سياسة جديدة في الأحداث المستقبلية، وبناءً على ذلك، تقدم هذه الدراسة نتائج ذات مغزى لإدارة الأزمات المستقبلية والتغيير الاجتماعي، وضمان الاستقرار والاستدامة على المستويين الجزئي والكلّي.

أما دراسة "Wang, Cheng & Sun, 2021" فقد سعت إلى التعرف على أنماط واتجاهات بحوث ودراسات العلاقات العامة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي المنشورة في 14 مجلة من عام 2006م إلى 2020م، وهي تحلل الاتجاهات النظرية (أي موضوعات البحث والنظريات والنماذج النظرية والفرضيات وتساؤلات البحث)، والاتجاهات المنهجية (أي أنواع العينات وطرق أخذ العينات وطرق البحث)، ومنصات التواصل الاجتماعي المستخدمة في (445) مقالة صحفية منشورة؛ ومن ثم مقارنة النتائج مع اتجاهات النشر لمقالات العلاقات العامة المتعلقة بشبكات مواقع التواصل الاجتماعي من قِبل المجالات العلمية في المجالات متعددة التخصصات، التي تشمل الاتصالات والعلاقات العامة ووسائل الإعلام الجديدة، وقد كشفت النتائج عن اتجاهات بحوث ودراسات العلاقات العامة عبر ثلاث مراحل من تطور وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، قدمت هذه الدراسة توجيهات لبحوث العلاقات العامة في المستقبل، التي تشمل وسائل التواصل الاجتماعي،

وتدعو إلى مزيد من الدراسات حول الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي، والذكاء الاصطناعي على تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، والمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي.

### 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.

#### 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 عُنيبت بتحليل المضمون فمجتمعها وعينتها من صحف، ومواقع تواصل اجتماعي، ومواقع إلكترونية.

#### 4- 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، 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 استخدامات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات بالمؤسسات الأردنية؟".

## أهداف الدراسة:

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

- 1- الكشف عن أنواع الأزمات التي تواجه المؤسسات الأردنية على المستويين الداخلي والخارجي.
- 2- رصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة التي تتبعها إدارة العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات الأردنية.
- 3- تحديد وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسات الأردنية في مواجهتها للأزمات.
- 7- ما المعوقات والتحديات التي تواجه العلاقات العامة في إدارتها للأزمات التي تواجهها المؤسسات الأردنية؟
- 8- ما العوامل المؤثرة في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات التي تواجهها المؤسسات الأردنية؟

## أهمية الدراسة:

- 1- تنبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات ومبررات من أهمها:  
النظر إلى قضية مواجهة الأزمات بالمؤسسات الأردنية باعتبارها قضية قومية، تحتاج إلى تضافر جهود كل القوى الوطنية، ومنها الدراسات والبحوث الأكاديمية، من أجل الإسهام في إدارتها وحلها، وتوعية الآخرين بها.
- 2- تنبع أهمية هذه الدراسة من أن العلاقات العامة الرقمية في حاجة إلى المزيد من البحث والرصد والتحليل والتوضيح.
- 3- الاهتمام المتزايد من قِبَل المؤسسات الأردنية في توظيف العلاقات العامة الرقمية، لتفعيل العلاقة بين هذه المؤسسات وجماهيرها المختلفة.
- 4- تجد الباحثة أنه من الأهمية بمكان دراسة العلاقات العامة من منظور جديد، وهو المنظور الرقمي، الذي بات الاتجاه نحوه في العصر الحالي، لاسيما في إدارة الأزمات.

## الإطار النظري:

زادت أهمية الوسائل الرقمية في كبر حجم المنظمات واتساع رقعة انتشارها وزيادة أعمال المتعاملين معها، حيث أصبح من الصعوبة بمكان استخدام الاتصال الشخصي من قبل ممارسي العلاقات العامة للتواصل مع الجماهير الغفيرة للمنظمات فجاءت الوسائل الرقمية لتلغي حدود الزمان والمكان وتيسر عملية الحوار والتواصل وبناء العلاقات بين المنظمات والجماهير المنتشرة جغرافياً في مناطق بعيدة عن مراكز وفروع المنظمات. وبالتالي اتجه ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الوسائل التكنولوجية والتفاعلية في ممارسة المهنة ليس كهدف اختياري، بل كمتطلب إجباري فرضتها التحولات الرقمية في عالم اليوم. وزادت أهميتها أكثر مع الأزمات المتلاحقة التي شهدها العالم اليوم. وأبرزها الأزمة التي سببها الوباء العالمي المعروف بكوفيد 19 (فيروس كوفيد المستجد). والتي أضحت التواصل الرقمي في ظلها مهماً جداً لا يقل أهمية عن التواصل المواجهي، لدرجة أن المنظمات التي لم تتمكن من مواكبة التحولات الرقمية أقل ما يمكن وصفها بالمنظمات الفاشلة.<sup>7</sup>

## تعريف العلاقات العامة الرقمية:

على الرغم من أن العلاقات العامة الرقمية كانت موضوع الكثير من الأبحاث الحديثة، إلا أن مفاهيم "الإنترنت" و"وسائل الإعلام الجديدة" و"وسائل التواصل الاجتماعي" تداخلت معها كما تم انتقاد وسائل الإعلام "لافتقارها إلى تعريف صارم وعموماً، تم استخدام ثلاثة مصطلحات لوصف أبحاث العلاقات العامة التي تبحث في الممارسات الرقمية: (1) العلاقات العامة على شبكة الإنترنت/الويب . (2) العلاقات العامة عبر الإنترنت و (3) العلاقات العامة المتعلقة بالإنترنت/المركزة على الإنترنت.<sup>8</sup>

ولقد تعددت تعريفات العلاقات العامة الرقمية، ويمكن تناول أهمها، كالآتي:

يرتبط مفهوم العلاقات العامة الرقمية بمفهوم العلاقات العامة التقليدية؛ إلا أن أهم ما يميز العلاقات العامة الرقمية هو استخدام وسائل الاتصال الحديثة نتيجة التطور التكنولوجي، من خلال تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ بعض أنشطتها وللإسهام في تحقيق أهدافها، وتهدف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات إلى العديد من الأهداف كإبراز الدور العلمي والمساهمات العلمية للمؤسسات التعليمية، والترويج لأهم السلع التي تنتجها بعض المؤسسات التي تعمل في مجال الإنتاج، بالإضافة إلى إعداد الحملات، والقوافل التي تساهم في نشر نشاط الشركة أو المؤسسة.<sup>9</sup>

- ويقصد بها استخدام الوسائط الرقمية والإلكترونية المتعددة في جميع أنشطة العلاقات العامة لزيادة فاعلية نشاط المؤسسة والتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها.
- يقصد بالعلاقات العامة الرقمية استخدام الوسائط الرقمية والإلكترونية المتعددة في جميع أنشطة العلاقات العامة لزيادة فاعلية نشاط المؤسسة والتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها.<sup>10</sup>

- **تعرف أيضا على أنها:** إدارة التفاعل والعلاقات مع الجمهور عبر نوافذ الحوار الإلكتروني والبرامج والتطبيقات التفاعلية المختلفة مثل: يوتيوب، فيسبوك، تويتر وغيرها من الوسائل الإلكترونية التي سمحت بعقد الأحداث والفعاليات المختلفة كالمؤتمرات والمعارض المتعددة 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 أيضا بإدارة الفعاليات بشكل مباشر عبر الإنترنت والأقمار الصناعية.<sup>11</sup>

## ممارسة العلاقات العامة في الويب 2.0 :

الأرقام الهائلة المقدمة في العنصر السابق والتي أنتجت لنا زخماً معلوماتياً كبيراً جعلتنا نتساءل عن إمكانية نجا المؤسسات عبر وسائل التواصل الاجتماعي فوفقاً لأبحاث "غالوب" فإن الغالبية العظمى من المستهلكين 94 % يستخدمون الفيسبوك والتويتر وقنوات التواصل الاجتماعي للتواصل مع العائلة والأصدقاء وليس للتفاعل مع المؤسسات أو العلامات التجارية؛ مما يعني أن أغلب المؤسسات تبني استراتيجيتها المتعلقة بالميديا الاجتماعية بشكل خاطئ (Wynne,2019) يستمر "غالوب" في القول: "المستهلكون بارعون في ربط محتوى فيسبوك وتويتر الخاص بالعلامة التجارية.... هذه القنوات لا تحفز الزبائن المحتملين على التفكير في تجربة علامة تجارية أو التوصية بعلامة تجارية للمستهلكين". (Wynne,2019) كل هذا جعل ممارسة العلاقات العامة والقيام بالحملات في هذه البيئة تزداد تعقيداً خاصة في ظل تزايد انتشار الأخبار الكاذبة.

- أهم نقاط التشابه والاختلاف بين العلاقات العامة التقليدية والعلاقات العامة 2.0:<sup>2</sup>

العلاقات العامة 2.0	العلاقات العامة التقليدية
One-to-one	One-to-many
Engage	Broadcast
24/7	Scheduled
Dynamic	Paced
Flexible	Structured
Authentic	Spin
Peer-to-peer community	Professional media

الشكل (2) العلاقات العامة التقليدية مقابل العلاقات العامة 2.0 (Failte Ireland)

(Tradition PR VS PR 2.0)

تصنف العلاقات العامة الرقمية إلى فئتين من حيث التطور ومجالات توظيف التقنيات الرقمية وهما:

(أ) العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات - (Web 01) وتسمى (PR-1): وتستخدم العلاقات العامة

الرقمية ضمن هذه الفئة الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني.

(ب) العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات - (Web 02) وتسمى (PR -2): وتستخدم العلاقات العامة

الرقمية ضمن هذه الفئة وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر المدونات واليوتيوب وغيرها.

انطلاقاً مما سبق نعرف العلاقات العامة الرقمية على أنها الوظيفية الإدارية الاتصالية التي تقوم على استخدام التقنيات الحديثة في تنفيذ نشاطاتها، بغية إقامة علاقات قوية مع الجمهور الداخلي وكذا الخارجي في أي مكان وفي كل زمان وتعزيز ثقمتهم بالمؤسسة وتشكيل صورة ايجابية عنها.

انطلاقاً مما سبق يتضح لنا أن التكنولوجيات الحديثة أتاحت الفرصة لممارسي العلاقات العامة استخدام أدوات الويب 0.1 و 2.1 والتي تتجلى في المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، قواعد البيانات، وبهذا أصبحت العلاقات العامة تتميز بخصائص جديدة استمدتها من البيئة الاتصالية الجديدة التي باتت تمارس وظائفها ونشاطاتها في ظلها.<sup>1</sup>

مميزات العلاقات العامة الرقمية:

تتميز العلاقات الرقمية بمجموعة من المميزات، نتناول منها ما يلي:<sup>3</sup>

- إعادة توظيف المحتوى الخاص بالمنشأة، ونشاطها، ومنتجاتها.
- تحويل المحتوى إلى مواد تفاعلية جديدة.
- إطالة زمن صلاحية المحتوى.

- الاستفادة من مزايا التواصل الاجتماعي للوصول إلى شريحة أكبر من الجمهور المستهدف.
- زيادة ظهور العلامة التجارية بشكل أكبر.
- مواصلة التفوق على المنافسين.
- الوصول إلى عملاء متنوعين من خلال المنشورات والمقالات.
- زيادة المصداقية أمام الجمهور.
- وتعتبر العلاقات العامة جزء من المؤسسة التي هي بدورها جزء من نظام أكبر هو المجتمع الذي تعمل فيه وتتأثر بما يتأثر به، وإذا كان لا يوجد شكل واحد لتحديد وتوصيف القوى المؤثرة على المجتمع المعاصر فإن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في القرن الحادي والعشرين تعد من أكثر العوامل التي تسهم بدور فعال في التأثير على نشاطات العلاقات العامة وأساليبها وجماهيرها.<sup>1</sup>
- تزايد اهتمام الحكومات بالعلاقات العامة نتيجة لانتشار النظم الديمقراطية، وظهور الرأي العام كقوة مؤثرة في إدارة الأحداث واتخاذ القرارات أو السياسات، نمو جماعات الضغط في كثير من الدول بالإضافة إلى تطور وسائل الاتصال، مما أدى إلى تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة، وتبادل التأثير بين الثقافات المتباينة.
- فالعلاقات العامة هي مجموعة من الأنشطة والأعمال المخططة المدروسة التي يقوم بها موظفو الإدارات المتخصصة في العلاقات العامة بغرض نشر الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة عن المنظمات الحكومية للجمهور، والتعرف على آرائه ورغباته، والتأثير فيها بما يساعد على تدعيم الثقة والتعاون بين الجمهور والمنظمات الحكومية وضمان الأداء المتكامل للخدمات التي تقدم للجمهور.<sup>2</sup>
- وأما في العصر الحديث فقد تطور واتسع مفهوم الحكومة كمنظمة ضخمة، حتى أصبح يشمل أوجه الحياة الإقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية، الأمر الذي استدعى وبشكل ملح وجود قنوات اتصالية عديدة تربط الحكومة بالمواطنين، وضرورة الاهتمام بالعلاقات الجيدة مع الجماهير، وإنشاء وحدات متخصصة في العلاقات العامة لكي تنظم هذه العلاقات، وتبني جسور الثقة بين الأجهزة الحكومية وجماهيرها.<sup>3</sup>
- وأصبح من الواجب على المؤسسة أي كان مجال عملها، لتحقيق النجاح عليها الالتزام بجميع مبادئ العلاقات العامة الرقمية والالتزام بها دون زيادة أو نقصان، ومن النشاطات التي يؤديها:<sup>4</sup>
- إدارة السمعة الرقمية عبر الإنترنت:
- أوضح كل من "سانسيلي" و"اشتراسه" أن سمعة المنظمات على وسائل التواصل الاجتماعي تتكون من خلال العناصر الآتية:<sup>5</sup>
- 1. رسائل المنظمة : **Corporate Message** وهي تلك الرسائل التي تنشرها المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها، وتتخذ هذه الرسائل عدة أشكال

- (نص، صوت، صورة، فيديو ...) من أجل التعريف وإعلام المستخدمين بالأخبار والمعلومات المختلفة والأحداث التي تعيشها المؤسسة.
2. **مشاعر العملاء : Customer Message Sentiment** وهي تلك الاتجاهات والآراء التي يحملها عملاء المؤسسة عن منشوراتها على الصفحة ويمكن تحديدها من خلال المشاركات والتعليقات وعدد الإعجابات سواء كانت إيجابية أو سلبية أو محايدة.
3. **درجة تفاعل المؤسسة مع العملاء:** وتحدد من خلال عدد مرات الاستجابة وتوقيتها وسرعتها في الرد على استفسارات العملاء.
- ويمكن إدارة السمعة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التركيز على:
- أ. **المراقبة:** من خلال مراقبة كل ما يقوله مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عن المنظمة ومنتجاتها أو خدماتها.
- ب. **المشاركة:** والمقصود هنا هي نسبة تفاعل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسة ومعدلات زيارة تلك الوسائل.
- ج. **القياس:** ويتوفر ذلك من خلال قياس أداء المؤسسة على م واقع التواصل الاجتماعي ومعرفة أعداد المتابعين لها على قنوات التواصل الاجتماعي ونسب المشاركة والتعليقات وأعداد الإضافات من مستخدمين وأعداد من قاموا بالتخلي عن المتابعة.
4. **إدارة السمعة عبر صفحة الفيسبوك:**
- يعد الفيس بوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وانتشارا في العالم، إذ يلعب دورا مهما في نقل الأخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة، حتى أصبح أداة ربط بين المؤسسات المختلفة وجماهيرها، حيث تقوم المؤسسات بتحديد أهدافها، والجمهور المستهدف والاستراتيجيات المختلفة التي ستعتمد عليها للتواصل مع الجماهير المختلفة، كما يستطيع مستخدمي الفيسبوك من الاطلاع على الصفحات الخاصة بالمؤسسات المختلفة وتصفح أقسامها، والتعرف على المنتجات والخدمات التي يقدمونها، فإذا حازت المنتجات والخدمات المعروضة على الصفحات على إعجاب المستخدمين فإنهم ينتقلون إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة أو يتوجهون إلى نقاط البيع التابعة للمؤسسة.
- تواجه العلاقات العامة الرقمية بعض التحديات التي تعيق من أداء دورها بصورة جيدة، ومن أهم هذه التحديات ما يلي:<sup>4</sup>
- مشاكل تتعلق بإدارة المؤسسة: المشاكل التي تواجه تطور العلاقات العامة عدم رغبة أو استعداد الإدارة العليا بإدخال المستحدثات التكنولوجية، وتوظيفها والاستفادة منها لصالح المؤسسة وجماهيرها.

- مشاكل تتعلق بالأنظمة التكنولوجية: وجود مشاكل تقنية في الإدارات الاتصالية يكون عائقاً أمام تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها؛ حيث ينبغي أن تكون عملية التبادل سريعة ودقيقة لأن ذلك يؤثر على علاقتها بالجمهور.
- مشاكل تتعلق بالمحتوى الرقمي للعلاقات العامة: قد يتعرض محتوى العلاقات العامة الرقمي للنقد والانتحال أو السرقة، إن لم يتم تأمين المعلومات بطريقة صحيحة، والاستفادة من التطورات التي حدثت في مجال تأمين المعلومات.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### نموذج المدخل الاستراتيجي لإدارة الأزمة (2)

أ. قدم Burnett نموذج المدخل الاستراتيجي لإدارة الأزمات والتي أشار من خلاله إلى ضرورة قيام مسؤولي العلاقات العامة بست مهام رئيسة لإدارة أي أزمة، إلا أن عملية الإدارة الاستراتيجية للأزمات تلك التي لا تتم بشكل بسيط ومجرد ولكنها تتأثر بعدة عوامل وظروف خارجية، يجب وضعها في الاعتبار وتحديد مجموعة من البدائل المرنة لإمكانية الإدارة في ظل الظروف المؤثرة.

ب. ووفقاً لنموذج Burnett تستلزم على مسؤولي العلاقات العامة الالتزام بالمهام الستة التالية:

- 1- تحديد الهدف
- 2- التحليل البيئي.
- 3- تحديد وصياغة الاستراتيجية.
- 4- تقييم الاستراتيجية.
- 5- تنفيذ الاستراتيجية.
- 6- التحكم والسيطرة الاستراتيجية.

وقد تمكنت العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات والهيئات الحديثة من الاستفادة من نماذج ممارسة النشاط الاتصالي للعلاقات العامة؛ إذ ساعدتها على تطوير برامجها التي تقدمها على مستوى الجمهور الداخلي والخارجي، فقد أشارت بعض الدراسات إلى وجود علاقة ذات مدلول ارتباطي بين النماذج الثنائية ذات التأثير في عملية التواصل، وبين الأدوار الإدارية لممارسي العلاقات العامة، الأمر الذي ربما يشير إلى أنه كلما زاد قيام ممارسي العلاقات العامة بأداء الأدوار الإدارية زادت إمكانية ممارسة أجهزة العلاقات العامة.

وبذلك فإن مسؤولية إدارة النشاط الاتصالية لإدارات العلاقات العامة يتطلب اهتمام ممارسي العلاقات العامة بتأدية دورهم الإقناعي، وتقديم المشورة حول أهم الطرق الممكنة للتعامل مع جماهير المؤسسة باعتماد نمذجة النشاط الإعلامي للمؤسسة، بوصفه قوة مؤثرة في مجال

المعلومات والاتجاهات، فضلاً عما يستهدفه من زيادة درجة الوعي والإدراك والمعرفة والتغيير الإيجابي للآراء والاتجاهات نحو سياسات المؤسسة.

#### التساؤلات الخاصة باستطلاع رأي النخبة الأردنية:

- 1- ما الأزمات التي تواجه المؤسسات الأردنية على المستويين الداخلي والخارجي؟
- 2- ما الوسائل الاتصالية الحديثة التي استخدمتها العلاقات العامة بالمؤسسات الأردنية في مواجهتها للأزمات؟
- 3- ما الرسائل الاتصالية المتبعة في إدارة الأزمات التي تواجهها المؤسسات الأردنية؟
- 4- ما المعوقات والتحديات التي تواجه العلاقات العامة في إدارتها للأزمات التي تواجهها المؤسسات الأردنية؟
- 5- ما مدى توفر الإمكانيات البشرية والمادية والإدارية اللازمة لإدارة الأزمات في المؤسسات الأردنية؟
- 6- ما الإجراءات التي تتبعها العلاقات العامة في إدارتها للأزمات؟
- 7- ما العوامل المؤثرة في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات التي تواجهها المؤسسات الأردنية؟

#### الإجراءات المنهجية:

##### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية، وفي ظل نوعية هذه الدراسة ستقوم الباحثة بتجميع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة من خلال عينة النخبة.

##### منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، الذي يُعد المنهج الأنسب للدراسات الإعلامية.

##### مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من النخبة الأردنية من أساتذة الجامعات والإعلاميين ورجال الأعمال.

##### عينة الدراسة:

تشمل عينة الدراسة عينة من النخبة من أساتذة الجامعات والإعلاميين ورجال الأعمال. قوامها (15 مفردة).

##### أدوات جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات المتعلقة بهذه الدراسة على الأدوات البحثية الآتية:

- 1- دليل المقابلات المتعمقة مع عينة النخبة ومع مسؤولي العلاقات العامة.
- 2- الملاحظة العلمية البسيطة.

استخدمت الباحثة المقابلة الشخصية المقننة: حيث قامت الباحثة بمقابلة عينة من النخبة من أساتذة الجامعات والإعلاميين والصحفيين. وتم استخدام التحليل الكيفي كأداة بحث في الدراسة الحالية.

وتم تحديد عدة تساؤلات وجهت لعينة النخبة على النحو التالي:

1. في رأيك ما أهم الأزمات التي تعرضت لها الأردن خلال عام 2023/7/1 حتى 2024/6/30م؟
2. في رأيك هل تعاملت الجهة الحكومية بشكل كاف مع هذه الأزمات؟
3. هل تواجد متحدث رسمي للأزمة؟
4. هل وجد فريق لإدارة الأزمة؟
5. هل تواجد جهاز إعلامي وعلاقات عامة تعاملوا مع الأزمة؟
6. هل تفاعلت الأجهزة الإعلامية الحكومية والخاصة عبر صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي مع الجماهير أثناء وبعد الأزمة؟
7. ما أهم الأدوات الرقمية التي استخدمها فريق إدارة الأزمة للتواصل مع الجمهور؟
8. هل كانت كافية؟
9. هل تفاعلت معها؟
10. هل استخدمت الوزارة المعنية بالأزمة انفوجرافيك؟ بريد إلكتروني؟ فيديو توعوي؟ إعلانات رقمية؟ المحادثة والشات الفوري على المنصات الرقمية مثل الفيسبوك وتويتر؟
11. هل تم استخدام الفيسبوك أو واتساب - تويتر .. رسائل على الجوال .. إلخ في التواصل مع الجمهور؟

#### نتائج الدراسة:

##### نتائج المقابلات واستطلاع رأي النخبة الأردنية:

باستطلاع آراء النخبة الأردنية حول الأزمات التي تعرضت لها الأردن خلال عام منذ بداية منتصف عام 2023م وحتى منتصف عام 2024م، حيث قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع عدد (5) أساتذة في تخصصات مختلفة بالجامعات الأردنية، كذلك مع عدد (5) صحفيين، وعدد (5) مديرين ورؤساء مراكز علمية؛ وذلك لاستطلاع آرائهم حول الأزمات التي مر بها المجتمع الأردني خلال عام، وكيفية التعامل معها إعلامياً عبر قنوات الاتصال الرقمي من قبل الأجهزة والمراكز الإعلامية الحكومية، ووجهت إليهم الأسئلة التالية - سيتم عرض نتائجها في الجزء العملي الخاص بالرسالة - وهي:

- 1- في رأيك ما أهم الأزمات التي تعرضت لها الأردن خلال عام 2022/7/1 حتى 2023/6/30م؟

- 2- في رأيك هل تعاملت الوزارة المعنية بشكل كاف مع هذه الأزمات؟
- 3- هل كان هناك ناطق رسمي للأزمة؟
- 4- هل توافر فريق لإدارة الأزمة؟
- 5- برأيك هل توافر جهاز إعلامي وعلاقات عامة تعامل مع الأزمة؟
- 6- هل تفاعلت الأجهزة الإعلامية الحكومية عبر صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي مع الجماهير أثناء وبعد الأزمة؟
- 7- ما أهم الأدوات الرقمية التي استخدمها فريق إدارة الأزمة للتواصل مع الجمهور؟ وهل كانت كافية؟ وهل تفاعلت معها؟
- 8- هل استخدمت الوزارة المعنية بالأزمة انفوجرافيك؟ بريد إلكتروني؟ فيديو توعوي؟ إعلانات رقمية؟ المحادثة والشات الفوري على المنصات الرقمية مثل الفيسبوك وتويتر؟
- 9- إضافات أخرى .....

وجاء التحليل الكيفي لمقابلة عينة النخبة كالتالي:

1- في رأيك ما أهم الأزمات التي تعرضت لها الأردن خلال عام 2023/7/1 حتى 2024/7/1م؟

- الأزمة الاقتصادية: الأردن يواجه تحديات اقتصادية مستمرة تتعلق بالنمو الاقتصادي، والبطالة، والديون، والميزانية العامة. هذه التحديات قد تكون تفاقمت بسبب الظروف العالمية والتقلبات الاقتصادية.
- أزمة اللاجئين: الأردن يستضيف عدد كبير من اللاجئين، خاصة من سوريا والعراق. هذا يشكل ضغطاً على البنية التحتية والخدمات العامة مثل التعليم والصحة.
- التحديات البيئية: نقص المياه وتغير المناخ من القضايا البيئية الكبيرة التي تؤثر على الأردن. ندرة المياه تؤثر بشكل خاص على الزراعة وتوفير المياه الصالحة للشرب.
- الأزمات السياسية والإقليمية: الأوضاع السياسية غير المستقرة في المنطقة، بما في ذلك النزاعات في الدول المجاورة، قد تؤثر على الأردن من حيث الأمن والاستقرار.
- الأزمات الصحية: بالرغم من تجاوز جائحة كوفيد-19، إلا أن هناك تحديات مستمرة في قطاع الصحة تتعلق بتقديم الرعاية الصحية والوصول إلى الأدوية واللقاحات، مثل أزمة الطعوم ضد الحصبة الألمانية.
- الأزمات الاجتماعية: التحديات الاجتماعية مثل الفقر، والتفاوت الاجتماعي، وحقوق الإنسان يمكن أن تؤدي إلى احتجاجات واضطرابات.

- **الأزمات الأمنية:** التهديدات الإرهابية وأي حوادث أمنية يمكن أن تكون جزءًا من التحديات التي يواجهها الأردن خلال هذه الفترة، كذلك الهجمات السيبرانية المتكررة على البنية المعلوماتية الأردنية والتي تؤدي لانقطاع شبكة الإنترنت.

## 2- في رأيك هل تعاملت الجهة الحكومية بشكل كاف مع هذه الأزمات ؟

تعامل الحكومة الأردنية مع الأزمات يعتمد على مجموعة من العوامل والظروف المحيطة بكل أزمة على حدة **على سبيل المثال ..**

- **الأزمة الاقتصادية:** الحكومة الأردنية بذلت جهودًا لتحسين الوضع الاقتصادي من خلال الإصلاحات الاقتصادية، والتعاون مع المؤسسات المالية الدولية مثل صندوق النقد الدولي، ومحاولة جذب الاستثمارات الأجنبية. ولكن تبقى التحديات كبيرة، والنجاح في هذا المجال يتطلب وقتًا وإصلاحات مستمرة.

- **أزمة اللاجئين:** الأردن استقبل عددًا كبيرًا من اللاجئين وقدم لهم الدعم بالتعاون مع المنظمات الدولية والجهات المانحة. على الرغم من ذلك، يبقى الضغط على الموارد والبنية التحتية كبيرًا، وهناك حاجة إلى دعم دولي مستمر.

- **التحديات البيئية:** الحكومة تعمل على إدارة الموارد المائية بشكل أفضل وزيادة الوعي حول التغير المناخي. تم تنفيذ مشاريع لتحلية المياه واستخدام تقنيات الري الحديثة، ولكن المشكلة تتطلب حلول طويلة الأمد واستثمارات كبيرة.

- **الأزمات السياسية والإقليمية:** الأردن يحافظ على سياسة خارجية متوازنة ويحاول لعب دور الوسيط في النزاعات الإقليمية. الحكومة تسعى لتعزيز الأمن والاستقرار الداخلي من خلال التعاون الأمني الإقليمي والدولي.

- **الأزمات الصحية:** استجابة الحكومة لجائحة كوفيد-19 كانت جيدة في البداية من خلال الإجراءات الوقائية والتطعيم، ولكن القطاع الصحي ما زال يحتاج إلى تحسينات مستدامة لضمان الاستعداد للأزمات المستقبلية، وتوفير اللقاحات والطعوم مثل الطعوم ضد الحصبة الألمانية.

- **الأزمات الاجتماعية:** الحكومة تعمل على برامج اجتماعية للحد من الفقر وتعزيز المساواة، ولكن النتائج تحتاج إلى وقت وجهود مستمرة. التحديات الاجتماعية تتطلب سياسات شاملة ومستدامة.

- **الأزمات الأمنية:** الأردن يمتلك أجهزة أمنية قوية تتعامل مع التهديدات الإرهابية بفعالية. التحديات الأمنية تظل موجودة ولكن الأجهزة الأمنية تعمل على تحسين الأمن الوطني بشكل مستمر، وعلى سبيل المثال أزمة الهجمات السيبرانية المتكررة لشبكة الإنترنت.

بشكل عام، يمكن القول أن الحكومة الأردنية تبذل جهودًا كبيرة للتعامل مع الأزمات، ولكن تأثير هذه الجهود قد يكون متفاوتًا ويعتمد على طبيعة الأزمة والموارد المتاحة والتعاون الدولي. التحديات التي يواجهها الأردن تتطلب استراتيجيات متكاملة ومستدامة لتحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل.

### 3- هل كان هناك ناطق (متحدث) رسمي للأزمة ؟

نعم، في الأردن يتم تعيين متحدثين رسميين للتعامل مع الأزمات وتقديم المعلومات والتصريحات للجمهور. هذا النهج يساعد في توحيد الرسائل وتقديم معلومات دقيقة وموثوقة في أوقات الأزمات. المتحدث الرسمي للأزمة يكون غالبًا من الجهات التالية:

1. **الحكومة:** في الأزمات الوطنية الكبيرة، قد يكون هناك متحدث رسمي باسم الحكومة يقوم بتقديم تحديثات ومعلومات للجمهور بشكل منتظم. على سبيل المثال، وزير الإعلام أو المتحدث باسم رئاسة الوزراء.
2. **الوزارات المعنية:** في الأزمات المتخصصة، يتم تعيين متحدثين رسميين من الوزارات المعنية. على سبيل المثال:
  - **الأزمة الصحية:** يكون المتحدث الرسمي عادة من وزارة الصحة، مثل وزير الصحة أو الناطق الإعلامي للوزارة.
  - **الأزمة البيئية:** قد يكون المتحدث الرسمي من وزارة البيئة أو الموارد المائية.
  - **الأزمة الاقتصادية:** قد يتم تعيين متحدث رسمي من وزارة المالية أو وزارة الاقتصاد.
3. **الأجهزة الأمنية:** في حال الأزمات الأمنية، يكون هناك متحدث رسمي من الأجهزة الأمنية مثل مديرية الأمن العام أو القوات المسلحة الأردنية.
4. **مراكز إدارة الأزمات:** الأردن لديه مركز وطني للأمن وإدارة الأزمات؛ يقوم بتنسيق الاستجابة للأزمات ويعين متحدثين رسميين لتقديم المعلومات والتوجيهات للجمهور، كذلك المركز الوطني للأمن السيبراني.

### 4 هل وجدت فريق لإدارة الأزمة ؟

نعم، الأردن لديه آليات وهيئات منظمة لإدارة الأزمات بشكل عام، وتشمل:

1. **المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات (NCSCM):** يُعتبر هذا المركز الجهة الرئيسية في تنسيق الجهود الوطنية لإدارة الأزمات والكوارث. يقوم المركز بتنسيق الاستجابة بين مختلف الوزارات والهيئات الحكومية والقطاع الخاص، ويشرف على إعداد الخطط وتدريب الكوادر للاستجابة الفعالة للأزمات.
2. **اللجنة الوطنية للأمن وإدارة الأزمات:** تتألف من ممثلين عن الوزارات والهيئات الحكومية المختلفة، وتجتمع بانتظام لتقييم الوضع واتخاذ القرارات اللازمة في أوقات الأزمات.

3. الفرق المتخصصة: في كل وزارة وهيئة حكومية، هناك فرق متخصصة لإدارة الأزمات. هذه الفرق تكون مدربة ومجهزة للتعامل مع الأزمات المتعلقة بمجال تخصصها، مثل فرق الطوارئ الصحية في وزارة الصحة، أو فرق الطوارئ البيئية في وزارة البيئة.

4. الأجهزة الأمنية: الأجهزة الأمنية الأردنية مثل القوات المسلحة الأردنية، ومديرية الأمن العام، والدفاع المدني، تلعب دورًا حيويًا في الاستجابة للأزمات الأمنية والطوارئ.

5. التعاون الدولي: الأردن يتعاون مع المنظمات الدولية والإقليمية لإدارة الأزمات، ويتلقى دعمًا من منظمات مثل الأمم المتحدة والوكالات الإنسانية الدولية.

#### 5- هل وُجد جهاز إعلامي وعلاقات عامة تعامل مع الأزمة؟

نعم، في الأردن، تُعتبر الأجهزة الإعلامية والعلاقات العامة جزءًا أساسيًا من منظومة إدارة الأزمات. هذه الأجهزة تلعب دورًا حيويًا في توصيل المعلومات الصحيحة إلى الجمهور وتهدئة المخاوف وتنسيق الرسائل الرسمية. الأجهزة الإعلامية والعلاقات العامة تتضمن:

1. المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات (NCSCM) لديه وحدة إعلامية متخصصة تتعامل مع الإعلام والعلاقات العامة خلال الأزمات، وتعمل على تنسيق الرسائل الإعلامية بين مختلف الجهات.

2. وزارة الإعلام: وزارة الإعلام الأردنية تشرف على توجيه الإعلام الرسمي، وتعمل على ضمان توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة للجمهور. الوزير أو الناطق الرسمي باسم الحكومة غالبًا ما يكون هو المتحدث الرسمي في الأزمات الوطنية الكبرى.

3. المتحدثين الرسميين للوزارات: كل وزارة لها ناطق إعلامي رسمي يتعامل مع الإعلام في الأزمات المتخصصة. على سبيل المثال، الناطق الإعلامي لوزارة الصحة يتولى تقديم التحديثات والمعلومات خلال الأزمات الصحية.

4. وكالة الأنباء الأردنية (بترا): وكالة الأنباء الرسمية التي تقوم بنشر الأخبار والتحديثات الرسمية، وتلعب دورًا مهمًا في توصيل المعلومات بشكل دقيق ومنظم.

5. وسائل الإعلام المحلية: التلفزيون والإذاعة والصحف المحلية تعمل بالتنسيق مع الجهات الحكومية لتغطية الأحداث ونشر التوجيهات الرسمية.

6. إدارة العلاقات العامة والإعلام في الأجهزة الأمنية: مثل مديرية الأمن العام والدفاع المدني، تقوم بتقديم المعلومات والإرشادات المتعلقة بالأمن والسلامة.

7. التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية: الحكومة الأردنية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية لنشر المعلومات الرسمية والتفاعل مع الجمهور بسرعة وفعالية.

## 6- هل تفاعلت الأجهزة الإعلامية الحكومية والخاصة عبر صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي مع الجماهير أثناء وبعد الأزمة؟

نعم، في الأردن، تتفاعل الأجهزة الإعلامية الحكومية والخاصة بشكل فعال عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي مع الجماهير أثناء وبعد الأزمات. هذا التفاعل يشمل:

1. الحسابات الرسمية للحكومة والوزارات:
  - حسابات الوزارات: مثل وزارة الصحة، وزارة الإعلام، ووزارة الداخلية تقوم بنشر تحديثات منتظمة وتوجيهات رسمية للجمهور.
  - حسابات المتحدثين الرسميين: المتحدثون الرسميون للوزارات يستخدمون حساباتهم الشخصية والرسمية للتفاعل مع الجمهور والرد على استفساراتهم.
2. وسائل الإعلام المحلية الخاصة.
3. القنوات التلفزيونية والإذاعات والصحف الخاصة: تستخدم منصاتها على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والتحديثات والمشاركة في توجيه الجمهور.
4. تقوم بعمل برامج حوارية ومقابلات مع المسؤولين والخبراء لتوضيح الأمور وتقديم النصائح.
5. الأجهزة الأمنية.
6. حسابات مديرية الأمن العام والدفاع المدني تقوم بنشر التعليمات والإرشادات المتعلقة بالأمن والسلامة.

## 7- ما أهم الأدوات الرقمية التي يستخدمها فريق إدارة الأزمة للتواصل مع الجمهور؟

استخدام الأدوات الرقمية للتواصل مع الجمهور هو جزء أساسي من استراتيجيات إدارة الأزمات في الأردن. إليك أهم الأدوات الرقمية التي استخدمها فريق إدارة الأزمة للتواصل مع الجمهور:

1. وسائل التواصل الاجتماعي:
  - فيسبوك: يتم استخدام صفحات رسمية للحكومة والوزارات لنشر التحديثات والتوجيهات والإرشادات.
  - تويتر: حسابات رسمية لنشر الأخبار الفورية والتفاعل مع الجمهور من خلال الرد على الاستفسارات.
  - إنستغرام: لنشر الصور والفيديوهات التوضيحية التي تساهم في رفع الوعي.

## 2. المواقع الإلكترونية الرسمية:

المواقع الحكومية: مثل موقع وزارة الصحة، وزارة الداخلية، والمركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات (NCSCM) لنشر البيانات الرسمية والمستجدات.

بوابة الحكومة الإلكترونية: لتقديم معلومات شاملة وروابط للموارد المختلفة.

## 3. التطبيقات الهاتفية:

تطبيقات الصحة والسلامة: مثل تطبيق "أمان" الذي يستخدم للتبليغ عن الحالات الصحية وتلقي التنبيهات حول المخاطر الصحية.

تطبيقات الطوارئ: لتقديم المساعدة والإرشادات الفورية في حالات الطوارئ.

## 4. الرسائل النصية: (SMS)

إرسال رسائل نصية للمواطنين تحتوي على توجيهات وإرشادات مهمة في حالات الطوارئ.

## 5. البريد الإلكتروني:

إرسال نشرات إخبارية وإشعارات دورية للمشاركين تتضمن التحديثات والمعلومات الحيوية.

## 6. البث المباشر: (Live Streaming)

استخدام منصات مثل فيسبوك ويوتيوب لبث المؤتمرات الصحفية والتصريحات الرسمية بشكل مباشر.

## 8 - هل كانت هذه الأدوات كافية؟

يمكن القول أنها كانت كافية لظالما أن كفاءة الأدوات الرقمية المستخدمة في إدارة الأزمات تعتمد على عدة عوامل مثل نوع الأزمة، سرعة الاستجابة، دقة المعلومات، وقدرة الجمهور على الوصول إلى هذه الأدوات وفهمها. بشكل عام، يمكن القول أن استخدام الأدوات الرقمية كان فعالاً في العديد من الجوانب، ولكن هناك دائماً مجالاً للتحسين. "وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إلي دراسة "دعاء نصير، 2019م" في أن التكنولوجيا الرقمية، واستخدام الشبكات تُعتبر من أنجح الطرق لمواجهة التحديات والأزمات".

## 9- هل تفاعلت معها؟

إذا كنت تقصد ما إذا كان الجمهور الأردني قد تفاعل مع الأدوات الرقمية والإجراءات التي اتخذتها الحكومة خلال الأزمات، فالإجابة هي نعم. الجمهور الأردني تفاعل بشكل كبير مع الأدوات الرقمية والمبادرات الحكومية المختلفة. يمكن ملاحظة هذا التفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

10- هل استخدمت الوزارة المعنية بالأزمة إنفوجرافيك؟ بريد إلكتروني؟ فيديو توعوي؟ إعلانات رقمية؟ المحادثة والشات الفوري على المنصات الرقمية مثل الفيسبوك وتويتر؟

نعم، الوزارة المعنية بالأزمة في الأردن استخدمت مجموعة متنوعة من الأدوات الرقمية للتواصل مع الجمهور. توضيح حول الأدوات التي استخدمت:

#### 1. الإنفوجرافيك:

الاستخدام: الإنفوجرافيك استخدم بشكل واسع لنقل المعلومات بشكل بصري وسهل الفهم. تم استخدامه لشرح الإجراءات الوقائية، وتقديم إحصائيات، وتوضيح الإجراءات الحكومية.

الأمثلة: وزارة الصحة الأردنية استخدمت الإنفوجرافيك لتقديم نصائح صحية وتوجيهات حول التعامل مع جائحة كوفيد-19.

#### 2. البريد الإلكتروني:

الاستخدام: تم استخدام البريد الإلكتروني لإرسال نشرات إخبارية وتحديثات دورية للمشاركين. هذا يتضمن المعلومات حول الإجراءات الحكومية، والإرشادات الصحية، والتحديثات حول الوضع الراهن.

الأمثلة: النشرات الإخبارية من وزارة الصحة أو المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات تصل بشكل منتظم إلى المشاركين.

#### 3. الفيديو التوعوي:

الاستخدام: الفيديوهات التوعوية استخدمت لنشر رسائل واضحة وشاملة حول الأزمات والإجراءات الواجب اتباعها. الفيديوهات تساهم في زيادة الوعي وتقديم تعليمات بصرية مفصلة.

الأمثلة: وزارة الصحة نشرت فيديوهات حول كيفية الوقاية من كوفيد-19، وأهمية التباعد الاجتماعي، وطرق التعقيم الصحيحة.

#### 4. الإعلانات الرقمية:

الاستخدام: الإعلانات الرقمية استخدمت على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لنشر رسائل توعوية وإرشادات مهمة. هذه الإعلانات تستهدف فئات مختلفة من الجمهور لضمان وصول المعلومات إلى الجميع.

الأمثلة: إعلانات توعوية على فيسبوك وتويتر حول الإجراءات الاحترازية والتطعيم ضد كوفيد-19.

## 11- هل تم استخدام الفيسبوك أو واتساب - تويتر .. رسائل على الجوال .. إلخ في التواصل مع الجمهور؟

نعم، استخدام المنصات الرقمية مثل فيسبوك، واتساب، تويتر، والرسائل النصية على الجوال كان شائعاً وفعالاً في التواصل مع الجمهور خلال الأزمات. كل من هذه الأدوات لها ميزاتها وتطبيقاتها الخاصة في إدارة الأزمات.

"وتتفق هذه النتائج مع دراسة "Ayman, Kaya and Kuruc, 2020" في 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". وتتفق كذلك مع دراسة "إيمان مرسى، 2021م" في أن التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية من الأهمية استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية لمديري وأخصائي العلاقات العامة بالجامعة، فقد كانت أدوات العلاقات العامة مفيدة في إمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعة أو الكلية".

### وتبين للباحثة الآتي:

- لا توجد مادة علمية على مواقع التواصل الرقمي أو الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة مثلاً أو غيرها من الوزارات باستثناء القليل مثل وزارة الاتصالات على سبيل المثال .. تذكر الأزمة أو كيفية التعامل معها إعلامياً (وتعمدت الوزارات الاعتماد على استراتيجية الإنكار بأنهم لم يتعرضوا لأية أزمات) كذلك لا توجد مشاركات للجمهور، واكتفت منصات التواصل الاجتماعي بكونها إخبارية فقط لأنشطة الوزارة دون التعرض بأية شكل لذكر أزمات، وأحست الباحثة بأنها تواجه مشكلة بالنسبة لتحليل مضمون منصات التواصل الاجتماعي و(الفيسبوك) على الأخص موضوع الدراسة الحالية وردود الأفعال حيال الأزمة، حيث لا توجد مادة علمية نستطيع تحليل مضمونها !!". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "أحمد أمين، 2010م" والذي توصل إلى أن إدارات العلاقات العامة في الوزارات تخفي وتقلل من عيوب الوزارات وتضخم إيجابياتها". وتختلف مع دراسة "هالة الإمام، 2019م" والتي أشارت في دراستها إلى أن العلاقات العامة بينك فيصل الإسلامي تتعامل مع الأزمات وفقاً لتخطيط مدروس، وأن العلاقات العامة تقوم باتخاذ إجراءات وقائية قبل وقوع الأزمة".

"واختلفت هذه النتائج كذلك مع دراسة "نهلة العنزي، 2020م" التي سعت إلى معرفة إدارة العلاقات العامة للأزمة الصحية في وزارة الصحة والبيئة عبر موقع (الفيس بوك) للأزمة الصحية في أثناء انتشار فايروس (كوفيد19)، إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصداقية مع الجمهور، ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة".

- أكثر الأزمات حصلت عليها الباحثة من عينة النخبة وتم ترتيبها حسب الأكثر تكرارًا هي: (أزمة كورونا مرحلة التعافي)، (أزمة الهجمات السيبرانية بوزارة الاتصالات)، (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).
- وباستطلاع الباحثة لمراكز إعلامية لعدة وزارات وهي: (التربية والتعليم/ الصحة/ الاتصالات/ مركز إدارة الأزمات / ... ) تبين الآتي:
- غياب تناول الأزمات على صفحات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لمعظم الوزارات.
- وزارة الاتصالات الوحيدة التي تصدت لأزمة (الهجمة السيبرانية) .... رقميًا على الموقع الإلكتروني والفيسبوك. كذلك وزارة الصحة (لأزمة كورونا).
- اقتصر معظم المواقع الإلكترونية للوزارات على التغطية الإخبارية للوزير. "وتختلف هذه النتائج مع دراسة "انتصار داود، 2017م" التي توصلت إلى وجود دور لاستراتيجية العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وأن استراتيجية الاتصال من أهم استراتيجيات العلاقات العامة ودورها المهم في إدارة الأزمة".

#### خلاصة نتائج استطلاع رأي النخبة:

- قامت الباحثة باستطلاع آراء (15) من النخبة الأردنية من أساتذة الجامعات والإعلاميين ومديرو المراكز المتخصصة في إدارة الأزمات حول موضوع الدراسة، باستخدام المقابلة الشخصية وجهت خلالها الباحثة لعينة النخبة عدة تساؤلات.
- حدد النخبة أهم (10) أزمات تعرضت لها الأردن خلال الفترة الزمنية للدراسة.
  - اختارت الباحثة أزميتين للتطبيق العملي للدراسة عليهما وهما (أزمة طعوم الحصبة الألمانية – الهجمات السيبرانية على قطاع الاتصالات الأردنية).
  - أشار عينة النخبة إلى أن استخدام الأدوات الرقمية للتواصل مع الجمهور هو جزء أساس من استراتيجيات إدارة الأزمات في الأردن. وأن أهم الأدوات الرقمية التي استخدمها فريق إدارة الأزمة للتواصل مع الجمهور؛ وسائل التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك، تويتر ، انستجرام، المواقع الإلكترونية الرسمية، البريد الإلكتروني، التطبيقات الهاتفية، تطبيقات الطوارئ، تطبيقات الصحة والسلامة، الرسائل النصية (SMS)، إرسال نشرات إخبارية وإشعارات دورية للمشاركين تتضمن التحديثات والمعلومات الحيوية، البث المباشر (LiveStreaming)، استخدام يوتيوب لبث المؤتمرات الصحفية والتصريحات الرسمية بشكل مباشر.
  - كذلك ذكرت عينة النخبة أن الوزارة المعنية بالأزمة في الأردن استخدمت مجموعة متنوعة من الأدوات الرقمية للتواصل مع الجمهور منها: الإنفوجرافيك، البريد

الإلكتروني، الفيديو التوعوي، الإعلانات الرقمية، الصور، فيسبوك، واتساب، تويتر، والرسائل النصية على الجوال.

#### المقترحات:

من خلال قيام الباحثة باستطلاع رأي النخبة الأردنية، وفي ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج توصي الباحثة بالآتي:

- 1- سرعة الرد والمتابعة من قبل الناطقين الرسميين بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- 2- توعية المواطنين عبر وسائل الإعلام المختلفة بعدم الانسياق لكل ما يتردد إلا بعد التأكد منه من مصدر رسمي.
- 3- المواجهة السريعة للأزمات وتوفير تكلفة إمكانيات تلافيها.
- 4- العمل على تثقيف الجمهور من خلال الندوات وورش العمل والمؤتمرات بعدم الانسياق وراء الشائعات والتأكد من المعلومات المنشورة قبل تداولها.

#### البحوث المقترحة:

تقترح الباحثة إجراء دراسات جديدة من أهمها :

- 1- إجراء دراسة مقارنة حول استخدام العلاقات العامة الرقمية لمواجهة الأزمات في المؤسسات الحكومية والخاصة في الأردن.
- 2- إجراء دراسة حول تأثير استخدام العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

## هوامش الدراسة:

- (1) حاتم محمد عاطف، (2015م)، ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية: دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد السادس.
- (2) أمل فوزي منتصر، (2016م)، الاتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، العدد (55).
- (3) إيمان سامي حسين عشري، (2017م)، دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب: دراسة تطبيقية على العملية العسكرية بالملكة العربية السعودية (عاصفة الحزم)، *رسالة ماجستير*، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة).
- (4) محمود فوزي رشاد وسمر أحمد حسان، (2019م)، أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية: رؤية نقدية مستقبلية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، العدد الرابع والعشرون.
- (5) دعاء محمد نصير، (2019م)، العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية: دراسة تطبيقية، *مجلة كلية الآداب*، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، العدد 91.
- (6) إيمان مرسى، (2021م)، دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 75.
- (7) حاتم علي حيدر الصالحي. "العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات"، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، (المجلد 9، العدد: 02، 2021م)، ص49.
- (8) Yi-Hui Christine Huang a, Fang Wub, Qing Huang. (2017). "Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends", *Telematics and Informatics*, 34 (2017) P.1366.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.012>.
- (9) Alfelia Nugky Permatasari\*, Endang Soelistiyowati, (2021) Digital Public Relations: Trend and Required Skills, *Jurnal SPIKOM*, Vol. 6, No. 2, July 2021, pp. 373-386
- (10) حاتم محمد عاطف. (2015م). *مرجع سابق*، ص 146
- (11) 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 ، 2018م، ص57.
- (12) سهام مشرفي - العربي بو عمارة. (2021م). "العلاقات العامة: أهم التحولات في الويب 2.0"، *مجلة الحوار الثقافي*، (جامعة عبدالحميد بن باديس: كلية العلوم الاجتماعية، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، مج11، ع2، 2021م)، ص138، ص142. مسترجع من: 10.37140/1701-011-002-007 DOI:
- (13) سامية خبيزي. (2023م). " ممارسة العلاقات العامة الرقمية في البيئة الاتصالية الجديدة: الأطر والمفاهيم"، *مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية*، (جامعة الجزائر 3: كلية علوم الإعلام والاتصال، مخبر الاتصال والأمن الغذائي، المجلد 5، العدد2، ديسمبر 2023م)، ص82، ص86.
- (14) Adhianty Nurjanah & Frizki Yulianti Nurnisya , (2016), Pemanfaatan Digital Public Relations (PR) Dalam Sosialisasi TaglIne "jogja istimewa", (Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)), *Journal Aristo*, Vol.4 No.1 January 2016

- (15) جابر محمد عبد الموجود، (1996م). نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة – دراسة استطلاعية على المؤسسات الفلسطينية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام، العدد الخامس، يوليو 1996م)، ص ص 121-124.
- (16) محمد عثمان إسماعيل حمي. "الإدارة العامة"، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1992م)، ص 414.
- (17) ماجد جبار الفتلاوي، علي عبودي الجبوري. "إدارة وتخطيط العلاقات العامة"، (الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2016م)، ص 228.
- (18) وسام الزعبي، سلوى سليمان، أسماء عبد الشافي. مرجع سابق، ص 124، 125. DOI: 10.21608/JCTS.2022.225085
- (19) ابتسام طالب - الزهرة صوالحية (2024م). "واقع إدارة السمعة الرقمية كآلية جديدة لتحسين الأداء الاتصالي للمؤسسة: دراسة تحليلية لصفحة الفيسبوك لمؤسسة موبيليس"، *مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا*، (المجلد 20 / العدد 35 السنة: يونيو 2024م)، ص 283.
- (20) Adhianty Nurjanah & Frizki Yulianti, (2016), Op. Cite.