

مدى توظيف دوائر العلاقات العامة للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال الحرب الخامسة على قطاع غزة، طوفان الأقصى، دراسة مقارنة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت

د. ابراهيم عكة



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

استاذ الاعلام والعلاقات العامة جامعة النجاح الوطنية، بلس، فلسطين

أسيل عبد الرازق زكي أبوسيف

سجى حاتم حمزة حواشين

نشر إلكترونياً بتاريخ: ١٥ يناير ٢٠٢٥م

الجديد كأداة أساسية من أجل تعزيز التفاعل مع الجمهور، وإدارة الأزمات بفعالية.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجديد، مبادرات المسؤولية الاجتماعية، دوائر العلاقات العامة، الجامعات الفلسطينية، الحرب الخامسة على قطاع غزة.

Abstract

This study aimed to examine the extent to which public relations departments in Palestinian universities utilized new media and social responsibility initiatives during the fifth war on the Gaza Strip, "Tufan Al-Aqsa." The study focused on a comparison between Al-Najah National University and Birzeit University. The researchers adopted a descriptive analytical approach using content analysis to evaluate the posts published on the

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى معرفة مدى توظيف دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة " طوفان الأقصى"، من خلال المقارنة بين جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت. وقد اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة تحليل المحتوى للمنشورات على صفحات الجامعات في الفترة الزمنية المحددة من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). لاعتماد على نظريتي ترتيب الاولويات والمسؤولية الاجتماعية، وقد خلصت الدراسة الى النتائج الاتية: استخدمت كلتا الجامعتين طرق مختلفة لعرض المنشورات تنوعت بين صور ومقاطع فيديو، من أجل جذب انتباه الجمهور وتحقيق ثير أكبر. وأهمية الإعلام

الحصول على أي معلومة، أو إجابة عن استفسار حول نشاطاتها وبرامجها

ولأن الطلبة هم اللبنة الأساسية التي تهتم بها الجامعات؛ لكونهم الهدف المنشود من إنشائها، فإن الجامعات تسعى من خلال دوائر العلاقات العامة فيها، لاستقطاب طلبة جدد لبرامجها، والحفاظ على علاقة جيدة مع الطلبة المسجلين فيها في أثناء المرحلة الدراسية الجامعية، من خلال تقديم الخدمات المتنوعة لتعميق انتماء الطلبة لجامعتهم، وجعلهم يفتخرون بما أينما تواجدوا، سواء أكان ذلك في أثناء دراستهم أم بعد تخرجهم وانخراطهم في سوق العمل.

ويعد مجال العلاقات العامة أحد أهم المجالات التي استفادت بشكل كبير من تطبيقات الإعلام الجديد، المتمثلة في البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يستطيع ممارسو العلاقات العامة توظيف هذه التطبيقات بما يخدم المهنة بشكل أكثر فاعلية، فمن خلال هذه الوسائط والمنصات يستطيع ممارسو العلاقات العامة إقامة علاقة إلكترونية وثيقة مع الجماهير، فضلاً عن الترويج لخدماتهم ومؤسستهم، فهنا نتحدث عن اختصار الوقت والجهد.

وتشكل أيضاً إدارة الأزمات والسمعة في العصر الراهن إحدى المهام الرئيسية لممارسي لعلاقات العامة خاصة في ظل تطور التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، والتفاعل الكبير عليها وارتفاع عدد المستخدمين لها. فالمؤسسات التعليمية مثلها مثل أي منظمة لا تخلو من الأزمات والجائحات، خاصة بعد أحداث الحرب الخامسة على قطاع

universities' social media pages during the specified period from February 1, 2024, to June 30, 2024, corresponding to the second semester of the 2023-2024 academic year. The study was grounded in the theories of agenda-setting and social responsibility. The findings revealed that both universities employed various methods to present their posts, including images and videos, to capture the audience's attention and achieve greater impact. Additionally, the study emphasized the importance of new media as a fundamental tool to enhance audience engagement and effectively manage crises.

Keywords: New media, Social responsibility initiatives, Public relations departments, Palestinian universities, Fifth war on the Gaza Strip.

* المقدمة

تعد دائرة العلاقات العامة في الجامعات حلقة وصل تربط الجامعات بجماهيرها، فهي النافذة التي تطل من خلالها العلاقات العامة على جمهورها الداخلي والخارجي، لاطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الإعلام المتعددة؛ بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة مثالية لها. وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال رغبتها في

غزة، فأصبحت الجامعات الفلسطينية لا تعمل بمعزل عن الجماهير ومؤسسات المجتمع المدني، وأصبح لزاماً عليها إدراك كل ما يصدر عنها من ممارسات إيجابية ومبادرات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجيات مناسبة يسهم في بناء سمعتها؛ لذلك تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف الإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية في الجامعات الفلسطينية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة.

* مشكلة الدراسة

تؤدي العلاقات العامة دوراً رزاً في بناء سمعة المؤسسة لدى جماهيرها، فهي بمثابة حلقة الوصل بينهما، وتستعين بذلك من خلال وسائل الإعلام الجديد، ويشهد عصر ثورة تكنولوجيا أحت عدداً من الأدوات لممارسي العلاقات العامة؛ للتواصل بسهولة مع عملاء المنظمة والجمهور المستهدف قل وقت ومجهود.

وتتعرض الجامعات الفلسطينية لأنواع مختلفة من الأزمات، حيث من الممكن أن تؤثر هذه الأزمات على سير العملية التعليمية فيها، و لتالي تتطلب تكاثف جهود القائمين على إدارتها، وبشكل خاص مدراء العلاقات العامة، حيث تقع على عاتقهم مهمة وضع استراتيجيات اتصالية ملائمة للأزمة، تشمل إدارة تخطيطية واتصالية للأزمة مع التركيز على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ورغم اعتراف المجتمعات همية العلاقات العامة كممارسة، والتطور السريع لمفهومها ودورها في المنظمات، إذ لمست الباحثان من خلال القراءة للأبحاث العلمية والحياة العملية لاستمرار وجود الفجوة بين البحث والتطبيق في

العلاقات العامة بل وازد دها. والجدير بالذكر أنّ الجامعات الفلسطينية تعرضت للعديد من الأزمات منها: كورو ، والحروب، وطوفان الأقصى، ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في التعرف إلى مدى توظيف الإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية من قبل دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة.

* أسئلة الدراسة

وتتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: -

١- ما مدى توظيف الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة

وينبثق من السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية: -

١- هل وظفت دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية

نظرية المسؤولية الاجتماعية وترتيب الأولويات؟

٢- ما أهم مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية التي وظفتها

دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية خلال الأزمة

التعليمية الأخيرة خاصة فيما يتعلق بطلبة غزة؟

٣- ما أهم الموضوعات التي تناولتها المواقع الرسمية للجامعات

الفلسطينية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة

للحديث عن الأزمة التعليمية؟

٤- كيف استخدمت الجامعات الفلسطينية الإعلام الجديد

خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة لتوظيف

مبادرات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية حسب نظرية ترتيب الأولويات؟

* مصطلحات الدراسة

تحدد مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

فيما يلي: -

١- توظيف: اصطلاحاً: معنى وظف في الوظيفة من كل شيء، ما يقدر له في كل يوم من رزق، أو طعام، أو شراب، وجمعها الوظائف. إجرائياً: استخدام تطبيقات الإعلام الجديد لإدارة الأزمة التعليمية في الجامعة الفلسطينية بعد أحداث معركة طوفان الأقصى.

٢- إدارة الأزمة إجرائياً: "الاستراتيجيات والعمليات والجهود المخططة التي يتم وضعها موضع التنفيذ؛ للحد من وقوع الأزمات، أو التعامل مع الأزمات عند وقوعها" (الفقيه، ٢٠١١، ٣٥)

٣- الأزمة التعليمية: حالة مؤقتة من الضيق وحل في التنظيم أو الإدارة تتسم لتوتر والقلق، وتتميز بعدم قدرة إدارة المدرسة على التعامل مع الأزمة؛ مما يترتب عليها نتائج عكسية غير مرغوب فيها. (الفارسي وآخرون، ٢٠٢٢).

٤- أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة: أو ما يسمى أحداث ما بعد (٧) أكتوبر، وهي عملية شنتها حركة المقاومة الإسلامية في غزة على إسرائيل في صباح يوم السبت السابع من شهر أكتوبر، وشملت هجوماً برّياً، بحرياً، جواً، واستطاع المقاومون التسلل إلى عدة مستوطنات في غزة.

٥- العلاقات العامة: فن وعلم التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة من أجل إحداث التغيير المطلوب، وبناء

صورة ذهنية وإيجابية وسمعة طيبة؛ من أجل ترويج للمنظمة من حية منتجاتها وخدماتها. (أبو عرقوب، ٢٠٢٠). إجرائياً: جميع الأنشطة التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة.

٦- التعليم الإلكتروني (E-Learning)، التعليم عن بعد (Distance Learning): هو نوع من أنواع التعليم المعاصر؛ وأصبح أساسية في بعض الظروف التي تفرض التباعد الجسدي والتحول من التعليم الوجاهي مثل: الحروب، الأوبئة. (الفارسي وآخرون، ٢٠٢٢).

٧- تطبيقات الإعلام الجديد: اصطلاحاً: يقصد بها أدوات الإعلام الجديد ممثلة في الشبكات الاجتماعية، والمدونات، ومواقع المؤسسات الإلكترونية التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة؛ لإدارة أزماتها والتعامل مع أحداث غزة. إجرائياً: التطبيقات التي تستخدمها عينة الدراسة مثل: الموقع الإلكتروني للمنظمة، البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

٨- المبادرات: خطة أو إجراء جديد لتحسين شيء ما أو حل مشكلة معينة. إجرائياً: مجموعة من الأنشطة والفعاليات والبرامج التي تقوم بها المؤسسة أو الجامعة؛ لتقديم الإفادة على مستوى الجمهور الداخلي والخارجي.

٩- المسؤولية الاجتماعية: هي نظرية أخلاقية تقترح أن أي كيان، سواء كان منظمة أو فرداً، يقع على عاتقه العمل لمصلحة المجتمع ككل؛ للحفاظ على التوازن ما بين الاقتصاد والنظم البيئية.

* أهداف الدراسة

يتمثل هدف الدراسة الرئيسي: -

١- مدى توظيف الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة.

وينبثق من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية: -

١- مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية نظرية المسؤولية الاجتماعية وترتيب الأولويات.

٢- معرفة أهم مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية التي وظفتها دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية خلال الأزمة التعليمية الأخيرة خاصة فيما يتعلق بطلبة غزة.

٣- معرفة أهم الموضوعات التي تناولتها المواقع الرسمية للجامعات الفلسطينية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة للحديث عن الأزمة التعليمية.

٤- معرفة كيفية استخدام جامعات فلسطينية الإعلام الجديد خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة لتوظيف مبادرات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية حسب نظرية ترتيب الأولويات.

* أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة فيما يلي: -

أولاً: الأهمية العلمية " النظرية "

تكمن أهمية الدراسة في حداثة الموضوع الذي تطرق إلى موضوع التعامل مع المسيرة التعليمية خلال أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة والمعروفة بسم (معركة طوفان الأقصى)، ومعرفة مدى توظيف وسائل الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي خلال الأحداث، وأهمية تفعيل مبادرات المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بطلبة الجامعات،

خاصة طلبة غزة في القطاع، وأهمية البحث تكمن في التطرق إلى استخدام نظريتي: ترتيب الأولويات، المسؤولية الاجتماعية. وتعد هذه الدراسة إضافة للمكتبة الإعلامية في الوقت الراهن؛ نظراً لتناولها لتطبيقات الإعلام الجديد وثيراتها في ممارسة العلاقات العامة ومن الممكن أن تمهد الدراسة إلى العديد من الدراسات في هذا المجال، وأيضاً تساعد هذه الدراسة في تقديم إطار نظري في موضوع التعليم والإعلام الجديد، وتعد الدراسة من الدراسة الحديثة في الوقت الحاضر في فلسطين.

ثانياً: الأهمية العملية

أصبحت معظم القطاعات في فلسطين وخارجها تركز على التكنولوجيا الحديثة في إدارة عملها، حيث يعمل معظم عملاء هذه القطاعات الحكومية والخاصة؛ لإنجاز هذه الخدمات إلكترونياً لمرونة الحصول على الخدمة فضلاً عن انخفاض سعرها، هيك عن أهمية استخدام هذه الوسائل والمنصات في العملية التعليمية، خاصة عندما نتحدث عن جامعات فلسطينية تستقطب طلاباً متنوعين المناطق في الضفة، والداخل، والقدس وطلبة غزة في القطاع، فهذه الوسائل تقرب الأمصار وتكسر الحواجز وتلغيها؛ و لتالي تساعد في إتمام وإنجاح العملية التعليمية وتتلخص أهميتها في النقاط الآتية: -

١- تسهم الدراسة في إفادة مديري العلاقات العامة في التركيز على أدوات الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي؛ لفعاليتها.

٢- من الممكن أن تفيد نتائج الدراسة في طرح مساقات تدريبية حول التعامل مع الأزمات والمخاطر للطلبة والكادر الأكاديمي والإداري، وتطوير عدة مواد وبرامج.

ثالثاً: الأهمية الاجتماعية

تكسب الدراسة أهميتها على مستوى المجتمع من دورها الفاعل في تطوير عمل القطاعات التعليمية سواء كانت حكومية أو خاصة، بوضع مجموعة من المقترحات والتوصيات من شأنها الوقوف عليها، وذلك لتلافيها في المستقبل بما يفيد حصول العميل على خدمة متميزة ومفيدة.

* حدود الدراسة

١- الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة على الكشف مدى توظيف الإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية في الجامعات الفلسطينية من قبل دائرة العلاقات العامة في التعامل مع أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة.

٢- الحدود المكانية: تتمثل الدراسة في صفحة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك".

٣- الحدود الزمانية: تم اجراء هذه الدراسة خلال أشهر اب / أغسطس والنصف الاول من شهرين تشرين الثاني من عام ٢٠٢٤.

أما بخصوص تحليل المضمون لصفحة الفيس بوك الخاصة بالجامعات المحددة فقد تمثلت في الفترة الزمنية الممتدة ما بين ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م) وهي فترة زمنية كافية لتحديد فيما اذا كانت صفحات الجامعات الفلسطينية

المذكورة على موقع التواصل الاجتماعي تعمل على تفعيل مبادرات المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بمصير الطلبة. ففي تحليل المضمون يجب ان تكون الفترة الزمنية المراد دراستها طويلة بما يكفي (الكوع، ٢٠٢٣).

المحددات: الدراسة لم تشمل تحليل تعليقات الجمهور أو فهم طبيعة الجمهور الذي يتابع صفحة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" ويمكن للدراسات المستقبلية أن تركز على هذا الجانب لفهم تفاعل الجمهور مع المحتوى

* الإطار النظري للدراسة

* قطاع غزة

هو المنطقة الجنوبية من الساحل الفلسطيني على البحر المتوسط، على شكل شريط ضيق يشكل تقريباً ٣٣ ٪ من مساحة فلسطين التاريخية (من النهر إلى البحر) (الجزيرة، ٢٠٢٣). ويمتد القطاع على مساحة ٣٦٠ كم مربع، ويبلغ عدد سكان قطاع غزة حوالي ٢ مليون فلسطيني يعيشون في واحدة من أكثر المناطق كثافة سكانية في العالم، وتُسمّى القطاع نسبة الى عاصمته مدينة غزة وهي سابع أقدم منطقة في التاريخ، ويرجح أن الكنعانيون هم من أطلقوا على غزة اسمها وهو يعني " القوة " للغات السامية القديمة (الجزيرة، ٢٠٢١). ويخضع قطاع غزة لسيطرة حركة المقاومة الإسلامية (حماس) التي قامت ب طرد القوات الموالية للسلطة الفلسطينية الحاكمة في ذلك الوقت بعد خلاف عنيف في عام ٢٠٠٧ (BBC NEWS، 2023). وتفرض اسرائيل منذ ذلك العام حصار بري وبحري وجوي يرافقه سيطرة على المياه

الاقليمية للقطاع وتقييد الحركة البضائع والأشخاص من وإلى غزة (الجزيرة، ٢٠٢١).

* أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة

أو كما تُعرف ب عملية طوفان الأقصى وهي عملية قامت بها المقاومة الفلسطينية متمثلة ب (كتائب عزالدين القسام) بتاريخ ٧ أكتوبر ٢٠٢٣، حيث تمكنت من القيام لهجوم في وضح النهار على الاراضي الفلسطينية المحتلة الواقعة على حدود قطاع غزة، ووقوع العديد من المستوطنات الاسرائيلية يديهم وأسر العديد من الإسرائيليين لتبدأ العملية المستمرة منذ ١٦٠ يوم ومازالت، والتي أدت الى استشهاد 31، 272 فلسطينيا حتى يومنا هذا (رؤ ، ٢٠٢٤). وردا على ذلك قامت دولة الاحتلال الاسرائيلي ب اعلان حالة الحرب للمرة الاولى منذ اكتوبر ١٩٧٣، اي قبل نصف قرن لضبط (يوسف، ٢٠٢٣). وجاء هذا الهجوم ردا على عدم القدرة على تجاهل الانتهاكات والاقتحامات الاسرائيلية المتكررة لمدينة القدس والمسجد الأقصى المبارك، ومنع المصلين من دخوله (رؤ ، ٢٠٢٤). لإضافة الى الحصار المستمر على غزة منذ أكثر من ١٥ عاما. وتزايد اعداد الاسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الاسرائيلي، ومعظمهم من الاطفال والنساء، والاعتداءات اللامتناهية ضد الشعب الفلسطيني بشكل عام (الجزيرة، ٢٠٢٢).

* الإعلام الجديد

ظهر الإعلام الجديد؛ ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يث أو ينشر عبر المنصات والوسائل الإعلامية التي يصعب نشرها في وسائل الإعلام التقليدية؛ وذلك بفعل

التطور التكنولوجي الكبير في ز دة المضامين والوسائط الإعلامية، وتتيح وسائل الإعلام الجديد إلى كمية هائلة من التواصل والتفاعل كما هو الحال في الهاتف المحمول، وشبكات التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم أن الانترنت ليس المثال الوحيد على لوسائل الإعلام الجديد، إلا أنه ما زال سبب رئيسي لوصف وتوصيف النمط والمسمى له، فمن خلال وسائل الإعلام الجديد أصبح تقارب في الآراء والأفكار والتجمعات، وأ ح الفرصة للأفراد للتعبير عن آرائهم وأفكارهم، فألغت وسائل التواصل التباعد الجسدي والمكاني بين الأفراد، وجعلتهم كقرية منكشمة (صر، ٢٠٢٣).

أما فيما يتعلق بعوامل ظهور وسائل الإعلام الجديد فهي: -

١- عامل تقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الحاسوب، وبرامجه، وتكنولوجيا الاتصالات، وتعدد منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة موضوع الأقمار الصناعية، قد أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حالياً وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال والإعلام مقروءة كانت، أم مسموعة، أم مرئية، وقد انعكست هذه التطورات على جميع قنوات الإعلام.

٢- عامل اقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع والأموال، فهذا يتطلب الإسراع في تدفق المعلومات؛ لكون المعلومات سلعة اقتصادية بحد ذاتها تتعاضد أهميتها يوماً بعد يوم، وعولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق من جهة، وتوزيع سلعة

صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

٣- عامل سياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية؛ بهدف فرض سيطرتها وإحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على موازين القوى في عالم يسوده النزاعات والحروب والصراعات.

جميع هذه العوامل تداخلت مع بعضها البعض بصورة غير مشهودة جاعلة من الإعلام الجديد قضية مهمة وشائكة جداً، وساخنة أيضاً على مستوى الصراعات.

الشكل رقم ١: يوضح العوامل التي ساعدت في ظهور الإعلام

الجديد:



خصائص الإعلام الجديد: يتمتع الإعلام الجديد
لعديد من الخصائص التي تسهل الحصول على المعلومة من
المصدر مباشرة، ومن هذه الخصائص: -

١- التفاعلية: من أبرز صفاتها التفاعل وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية، فالوسائل الإعلامية طرحت مجموعة من الممارسات تخصها هي كوسائل إعلام من جهة وتحت استخدامات الجمهور من جهة ثانية، وهي مجموع الممارسات المطروحة وفق علاقة الجماهير بوسائل الإعلام

الجديدة؛ أي أن انتهى عصر التلقي السلبي وصار كله تفاعلياً.
٢- الكونية: وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين أصحاب المصالح على مستوى العالم؛ وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك، وهذه السمة تضفي الكثير من الميزات على التواصل العلمي والتقني وتناقل الخبرات، و لتوالي التواصل عالمياً

٣- اللامجهورية: تعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة، وتعني درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

٤- قابلية التحرك: تسمح هذه السمة في بث معلومات واستقبالها من أي مكان آخر أثناء حركة المنتج ومستقبل المعلومات وذلك استخدام عدد من الأجهزة المختلفة مثل: التلفاز المدمج في ساعة اليد، الهاتف، جهاز الفاكس، جهاز الحاسوب النقال، جهاز الفاكس الذي يستعمل في السيارة.

٥- قابلية التحويل: إمكانية نقل المعلومات من وعاء لآخر ستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الرقمية إلى مصغرات فلمية، وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآلية.

٦- الشبوع والانتشار: يعني الانتشار المنهجي الواسع لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وانتشار عدد مستخدمي وسائل الإعلام الجديد بشكل رائع وكبير.

٧- الحرية الواسعة: تتمتع وسائل الإعلام الجديد بقسط عال من الحرية في التعبير عن آراء الجمهور والسماح لهم لتعليقات

والمشاركة، خاصة مع انتشار مصطلح صحافة المواطن، خاصة بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية كملها تتعرض لتدخل السلطات الرسمية في الدول. السماح أو المنع لما ينشره فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن.

الشكل رقم (٢): يمثل خصائص الإعلام الجديد:



أما فيما يتعلق بتعريف الأزمة التعليمية في الجامعات الفلسطينية: فهي حالة من التوتر والتخبط في الأحداث اليومية للمؤسسة بسبب ممارسات الاحتلال الصهيوني من اقتحامات مستمرة، أو وضع حواجز بين الطرق؛ مما يؤثر سلباً على سير العملية التعليمية والمواد التعليمية.

* أسباب الأزمات في الجامعات الفلسطينية

أسباب طبيعية خاصة لبيئة مثل الأمراض كحالة انتشار فايروس كورونا وإغلاق الجامعات لمدة طويلة حيث تحول التعليم الوجاهي إلى الإلكتروني، هيك عن وجود الحروب والهبات الشعبية مثل هبة سيف القدس (السكاكين) حيث أثرت بشكل كبير على التعليم ككل، هناك تخوف من وصول الطلبة والمدرسين إلى مدارسهم، وحالياً أزمة طوفان الأقصى والتي ما زالت مستمرة ومقصودة حيث حرم شعب كمله من التعليم بكافة مستواه، وفيما يتعلق لصفة تم إلغاء التعليم الوجاهي في البداية واستبداله لتعليم الإلكتروني

من أجل الظروف الأمنية، هيك عن تردّي الأوضاع الاقتصادية ومشكلة الأقساط في الجامعة.

* خصائص الأزمة التعليمية

١- حسامة التهديد الفعلي فهي تتسم على عكس المشكلات العادية بحسامة التهديد الفعلي والمتوقع واتساع نطاقه، بحيث يتأثر النظام التعليمي كمله.

٢- فقدان السيطرة: تتسم الأزمة التعليمية بكبر الحجم/ مما يفقد المدرء والمعلمون القدرة على الاستجابة للأزمة والتعامل معها.

٣- وهناك العديد من الخصائص مثل: ضيق الوقت حيث يتطلب من المدرء استجاءات سريعة؛ لتأثيرها الخطير والآني على البشر والممتلكات والقيم المعنوية والأكاديمية، وهنا خاصية التصاعد، وتعدد التأثيرات، وعدم كفاية المعلومات.

* النظريات المستخدمة

* نظرية وضع الأجندة

تُعرف نظرية ترتيب الاجندة المعروفة أيضاً سم نظرية ترتيب الاولويات اهتمامها في دراسة كيفية تثير وسائل الاعلام على الجمهور من خلال الاعتماد على تحديد القضايا التي تعرضها وتقوم في ابرازها، الامر الذي يؤثر على تحديد اولويات المجتمع واتجاهاته. حيث تؤكد هذه النظرية على وجود ارتباط بين ظهور قضية معينة على وسائل الاعلام واهتمام الجمهور بها، اذ تقوم وسائل الاعلام لتركيز على مجموعة من القضايا وتتجاهل اخرى بناء على درجة اهميتها. لذلك، تعتبر وسائل الاعلام وسيلة تساهم في تشكيل اراء الجمهور وتوجيه سلوكه. حيث عمل جيمس واتسون على

وصف الاجندة على انها مجموعة من المواضيع، وعادة ما يتم ترتيبها وفقاً لأهميتها. ووصفها ستيفن ترسون على أنها عملية تقوم وسائل الاعلام من خلالها برباز قضا معينة كمهمة وتستحق ردود الفعل من الحكومة والجمهور. ويتم ذلك من خلال جذب الانتباه الى تلك القضا وجعلها ذات اولوية في اجندة الافراد، وقيم الفرد الذي يعتمد على وسائل الاعلام ادراكه بناءً على الأهمية المعطاة لهذه القضا في تلك الوسائل وموضوعاتها، ويتكيف ذلك مع طريقة عرضها ومدى الاهتمام الموجه إليها في تلك الوسيلة (المزاهرة، ٢٠١٢). من هذا المنطلق، تقوم نظرية وضع الاجندة عادة صياغة الاحداث بشكل جديد ومن ثم تنظيمها في وسائل الاعلام وفقاً لأهميتها وما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الاعلامية الناشرة. ليصب في هدف التأثير على الجمهور، وإقناعه، وتغيير اتجاهه ليتماشى مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة.

وتعود نشأة نظرية وضع الأجندة إلى والتر ليبمان في كتابه "الرأي العام" الصادر عام ١٩٢٢م. حيث أشار إلى دور وسائل الإعلام في بناء الصور الذهنية للجماهير، الامر الذي ينعكس ثيره على ترتيب اولو قم وردود افعالهم تجاه الاحداث. مما يعني أن وسائل الاعلام تلعب دورا كبيرا في توجيه افكار الجمهور وتحديد ما يمكن اعتباره هاما وما يمكن اغفاله أو تهميشه. ويؤكد الكتاب على دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام من خلال تقديم القضا ذات الأهمية للمجتمع. وتفترض النظرية وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب اهتمام الوسائل الإعلامية واهتمام الجمهور لقضا

والموضوعات. هذا يشير إلى دور وسائل الإعلام في تحديد أولو ت اهتمام الجمهور لقضا والموضوعات، مما يدل على التأثير القوي الذي تمتلكه وسائل الإعلام على الجمهور.

ولأن الدراسة الحالية تهتم بمعرفة مدى توظيف دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة، فكان من الهام توظيف نظرية وضع الأجندة للتعرف إلى هذه الموضوعات من خلال جمع المعلومات وتحليل البيا ت والمنشورات الخاصة بصفحات جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت، خلال الفترة الزمنية المحددة، ومن شأنها أن تسهم في معرفة ترتيب هذه المواضيع حسب أهميتها، من خلال صفحتها على موقع الفيس بوك، اعتمدت هذه الدراسة على هذه النظرية لتلائم موضوع الدراسة، وكان تناولها للأحداث المتعلقة في احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة لصفحة الجامعات المذكورة سابقا عبر موقع الفيس بوك.

* نظرية المسؤولية الاجتماعية

تُعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية على أنها توجه قيمي يُحفز سلوك الفرد الإيجابي والاخلاقي في علاقته مع الآخرين، ويُنظر الى المسؤولية الاجتماعية على أنها استجابة المؤسسات الى ما هو ابعء من المتطلبات الاقتصادية والقانونية، ويتوجب عليها تحقيق منافع اجتماعية أيضاً. وهي الطريقة التي من خلالها نستطيع تحقيق توازن بين الضرورات والاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وتُعرف أيضاً حسب تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها التزام

الشركات بتحسين الاوضاع المعيشية للعاملين وعائلاتهم (حناوي، ٢٠١٨).

* أبعاد المسؤولية الاجتماعية

١- البعد الإنساني: يحتوي هذا البعد على جميع الأنشطة الانسانية والتطوعية والاختيارية التي تُعد غير ملزمة للمؤسسة، لكنها تبادر فيها بشكل انساني تطوعي بجميع افراد المجتمع وفئاته. ولا تهدف هذه المبادرات لتحقيق الارح او اسهم في السوق وانما لتحسين صورتها وسمعتها ومكانتها بين المؤسسات.

٢- البعد الأخلاقي: مجموعة المبادئ الارشادية التي تتبناها اي مؤسسة في توجه سلوكها الاخلاقي وفق فلسفة اخلاقيات الادارة. وهذا البعد يشكل عنصر قوي من عناصر المسؤولية الاجتماعية، حيث ينعكس عليه نتائج ايجابية متعددة.

٣- البعد القانوني: يتمثل في المسؤوليات والمهام التي تعمل بها مؤسسات الاعمال من حيث القوانين والانظمة والتعليمات والتي يتم تحديدها من قبل حكومات الدول من حيث اتباعها او عدم اتباعها. ف من خلال هذه المسؤوليات تتيح المنظمات فرص عمل لأفراد المجتمع دون تمييز بينهم.

٤- البعد الاقتصادي: جميع المنشورات التي تتعلق بتحقيق وجلب الربح وزدة الاقبال لدى الجامعات من قبل الطلبة وذويهم، وجميع المبادرات والاخبار التي ترفع من صورة واسم الجامعة بشكل خاص دون ذكر الطلبة وإنجازاتهم والاضاع الراهنة.

* معايير المسؤولية الاجتماعية في الجامعات

١- القيم والاخلاقيات: أن تلتزم الجامعة في القيم والممارسات الاخلاقية التي ترتبط في التعامل مع اصحاب الشأن.

٢- العلاقات التعاونية مع شركاء العمل واصحاب المصالح: يجب ان تلتزم لعدالة والصدق والشفافية والموضوعية.

٣- الخدمات ذات الجودة: ان تقدم الجامعات خدماتها على جودة ومستوى وقيمة.

٤- اعادة الاصلاح البيئي والحماية: يتوجب على الجامعة حماية البيئة واعادة اصلاحها من خلال التنمية المستدامة لخدمات والانشطة.

٥- الارتباط المجتمعي: تقوم الجامعة بتعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه ويجب ان تتسم لإيجابية والتعاون المشترك.

٦- تعزيز السلطات وتقويتها: من خلال تحقيق التوازن في الاهداف الاستراتيجية والادارة اليومية بين مصالح اصحاب الشأن.

ولأن الدراسة الحالية تهتم بمعرفة مدى توظيف دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة، فقد كان من الهام توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية. حيث تعكس هذه النظرية الالتزام المهني والأخلاقي للمؤسسات الإعلامية والمجتمعية في دعم القضا الإنسانية والوطنية، لا سيما في ظل الأزمات. واعتمدت هذه الدراسة على النظرية كإطار مفاهيمي، لتقييم مدى استخدام الجامعات الفلسطينية، مثل جامعة النجاح الوطنية وجامعة

بيرزيت، للإعلام الجديد عبر صفحاتها الرسمية على موقع فيسبوك خلال الفترة الزمنية المحددة. وتهدف الدراسة إلى تحليل مدى التزام الجامعات بمسؤولياتها تجاه المجتمع الفلسطيني في ظل أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة، من خلال نشر المبادرات الإنسانية، التوعية المجتمعية، وتسليط الضوء على معاناة الشعب الفلسطيني. وقد أسهمت هذه النظرية في توجيه الدراسة لفهم كيفية تعامل الجامعات مع الأحداث من منظور المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية.

* الدراسات السابقة

* الدراسات العربية

١- دراسة صر (٢٠٢٣) بعنوان: "توظيف ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في إدارة السمعة الإلكترونية- دراسة ميدانية مقارنة على المنظمات العاملة في القطاع الخاص والحكومي في جدة": هدفت الدراسة معرفة مدى استفادة ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات ومنصات الإعلام الجديد بمختلف أنواعها، في إدارة سمعة المؤسسات وتحسين صورتها وإدارة أزماتها، وتعتمد الدراسة المنهج الوصفي التي اعتمدت منهج المسح لتطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة لقطاعات الحكومية والخاصة، وتم توزيع استبانات بلغ عددها (١٥٠)، (٥١) للعام و (٩٩) للقطاع الخاص، واعتمدت في إطارها النظري على نظرية الاتصال الحواري عبر الانترنت وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: ارتفاع معدل استخدام ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في إدارة سمعتها الإلكترونية، ومصداقية المعلومات المستخدمة فيها.

٢- دراسة عبد العزيز (٢٠٢٠) بعنوان: "فاعلية الاتصال الحواري في العلاقات العامة عبر الانترنت مع جمهور مؤسسات التعليم العالي في دولة الإمارات العربية المتحدة": هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اهتمام مؤسسات التعليم العالي عبر مواقعها الإلكترونية بعناصر الاتصال الحواري في تواصلها وحوارها مع الجمهور الداخلي والخارجي، وتم استخدام المنهج المسحي وأيضاً تحليل المضمون، ومن نتائج الدراسة سهولة استخدام المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي من حيث وجود مؤشرات تتيح الروابط الرئيسية للموقع بوضوح في الصفحة الافتتاحية، فضلاً عن وجود خرائط على الموقع بصورة واضحة، ومحرك بحث، وصور ورسومات بيانية، إضافة إلى وجود علاقات حوارية وبناء حلقات تفاعلية بينها وبين الزوار؛ للتعبير عن آرائهم.

٣- دراسة المطيري (٢٠١٨) بعنوان: "استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي": هدفت الدراسة إلى معرفة أبرز وأهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في أماكن عملهم، وبعض المعوقات التي تمنع استخدامها، كما رصدت اتجاههم نحو ممارسة العلاقات العامة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، كما طبقت على عينة بشكل عشوائي مقدارها (٤١) من ممارسي العلاقات العامة، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة: وجود استخدام كبير من قبل ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، وأبرز هذه الوسائل هي: تويتر، يوتيوب، انستغرام، وهناك استخدام دائم لوسائل

التواصل الاجتماعي في الأنشطة والفعاليات، ونشر الأخبار والبيانات الإعلامية الصادرة عن المؤسسة .

٤- دراسة الفارسي آخرون (٢٠٢٢م) بعنوان: " مدى جاهزية مدارس التربية والتعليم في سلطنة عمان لإدارة الأزمات من وجهة نظر مديري المدارس أنفسهم": هدفت الدراسة إلى معرفة مدى جاهزية مدارس التربية والتعليم في سلطنة عمان لإدارة الأزمات من وجهة نظر مديري المدارس أنفسهم، وتكونت عينة الدراسة من (٧٢) مدير ومديرة مدرسة، وتم اعتماد المنهج الوصفي؛ لمناسبته طبيعة العمل، وتم تقسيم الاستبانة إلى مجالين: دور التخطيط في إدارة الأزمات، ودور وسائل الإعلام والاتصال في إدارة الأزمات، وقد توصلت الدراسة إلى وجود مجموعة من الأزمات التي تتعرض لها مدارس سلطنة عمان، وأشارت الدراسة إلى وجود مستوى منخفض في دور التخطيط والإعلام في إدارة الأزمات التعليمية، وفي النهاية قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لتطوير جاهزية مدارس عينة الدراسة .

٥- دراسة سرحان وحرز (٢٠٢١) بعنوان: " دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات، جامعة بيرزيت نموذجاً": هدفت الدراسة لمعرفة دور دائرة العلاقات العامة في جامعة بيرزيت في التواصل خلال الأزمات، والتعرف إلى أبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة خلال الأزمات، إضافة إلى تأثير قرارات الإدارة العليا على هذه الاستراتيجيات. فتناولت أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت والتي استمرت لقراءة أربعة أسابيع، ابتداءً من ٢٠١٩/١٢/١٦ وحتى ٢٠٢٠/٠١/٠٩. استخدم الباحثان

المنهج الوصفي التحليلي، وأداتي المقابلة المعمّقة والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى قيام دائرة العلاقات العامة بجهود اتصالية جيدة وبدور فعال في التواصل خلال الأزمات، وتوظيفها لنظرية التواصل خلال الأزمات الموقفية بشكل جزئي خلال أزمة الأقساط الدراسية، وإحفاقها في توظيف الاستراتيجيات الاتصالية، كما وأظهرت النتائج التأثير الواضح والمباشر للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة خلال الأزمة بقرارات الإدارة العليا. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات: ضرورة تطوير الأدوار الاتصالية للعلاقات العامة خلال الأزمات، عن طريق اتباع آلية جديدة في معالجة الأزمة والتواصل خلالها، هيك عن زيادة المشاركة الفعلية والحقيقية لدائرة العلاقات العامة بعملية صنع القرار مع إدارة الجامعة خاصة خلال الأزمة.

٦- دراسة حناوي (٢٠١٨) بعنوان: " المسؤولية المجتمعية للجامعات العمانية الخاصة ودورها في دعم السمعة التنظيمية " جامعة ضفار أنموذجاً ": هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى اهتمام الجامعات التعليمية بمسؤولياتها الاجتماعية ودراسة ابعادها في دعم السمعة التنظيمية. حيث تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار جامعة ضفار كدراسة حالة لهذه الدراسة. وشملت الدراسة اعضاء الهيئة التدريسية من خلال عينة عشوائية بسيطة حجمها (١٣٢) عضو. واعتمدت الاداة على توزيع الاستبانة على الاعضاء من اجل اختبار فرضيات الدراسة. وتوصلت الدراسة الى ان جامعة ضفار تمارس مسؤوليتها المجتمعية بدرجة مرتفعة بمتوسط (٩٥ ٣) وعلى مستوى الابعاد كان البعد الاقتصادي هو

الأكثر ممارسة وتلاه البعد القانوني ثم البعد الأخلاقي والبعد الإنساني في المرتبة الأخيرة. وهناك اهتمام ملحوظ من قبل الجامعة نحو تحسين سمعتها التنظيمية. وهناك بعدان كبعد الإنساني والاقتصادي لهما ثير طردي على السمعة التنظيمية للمؤسسة وبينما البعدان الآخران ليس لهما أي ثير على السمعة التنظيمية للمؤسسة.

* الدراسات الأجنبية

دراسة Farias & Holanda (٢٠٢٤)
THE CONCEPT OF
CORPORATE SOCIAL
" RESPONSIBILITY

ترجمة العنوان: "مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات".

هدفت هذه الدراسة الى مناقشة المسؤولية الاجتماعية للشركات اعتبارها اطارا اخلاقيا واستراتيجية تهدف من خلاله الى تحقيق التوازن بين الاهداف الاقتصادية للشركات واحتياجات المجتمع. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق الى تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحوله من مجرد التزام اخلاقي الى اداة استراتيجية تعزز من استدامة الاعمال وتحسين السمعة التنظيمية. تم استخدام مراجعة الادبيات كأداة من اجل تحليل الابعاد المختلفة التي ترتبط ب CSR. كالأبعاد الاقتصادية والقانونية والاخلاقية والانسانية ايضا. وتوصلت الدراسة الى ان هناك علاقة ايجابية بين تطبيق CSR والتوصل الى اداء مالي واجتماعي ايجابيان. لإضافة الى ظهور البعد الاقتصادي كأكثر الابعاد استخدام لمقارنة مع الابعاد الاخرى المذكورة

سابقا. وأوصت الدراسة همية تطوير ادوات قياس تتسم لدقة اكثر وأهمية ز دة الوعي ب CSR اعتباره عنصر ضروري في استراتيجيات الشركات.

* التعقيب على الدراسات السابقة

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في التركيز على دور الإعلام الجديد والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز التواصل المؤسسي وبناء السمعة التنظيمية. حيث تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة صر (٢٠٢٣) في توظيف الإعلام الجديد لإدارة السمعة الإلكترونية، إلا أن الدراسة الحالية تتميز بتركيزها على الجامعات الفلسطينية تحديداً واستخدام موقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك"، بينما تناولت دراسة صر المنظمات الحكومية والخاصة بشكل عام. لإضافة الى ذلك، تشابه الدراسة مع دراسة عبد العزيز (٢٠٢٠) في التطرق الى عناصر الاتصال الحوارية عبر الإنترنت مع الجمهور الداخلي والخارجي، إلا أن الدراسة الحالية تتوسع لتشمل تحليل المبادرات المجتمعية خلال فترة الازمات وتحديد احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة.

كما تشترك الدراسة الحالية مع دراسة سرحان وحرز (٢٠٢١) في الاهتمام بدور العلاقات العامة في التواصل أثناء الأزمات، ولكنها تختلف عنها في التركيز على الجامعات الفلسطينية خلال أزمة احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة، في حين ركزت دراسة سرحان وحرز على أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت. ومن جهة أخرى، تي الدراسة الحالية مشاهة لدراسة حناوي (٢٠١٨) التي هدفت الى التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية للجامعات

في دعم السمعة التنظيمية، حيث تسلط الدراسات الضوء على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين صورة المؤسسة، إلا أن الدراسة الحالية تركز على السياق الفلسطيني أثناء الأزمات، بينما تناولت دراسة حناوي السياق العمالي بشكل عام.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، حيث تركز الدراسة الحالية على الجامعات الفلسطينية، تحديداً جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت، خلال الأزمة في أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة. بينما تناولت دراسة حناوي (٢٠١٨) المسؤولية الاجتماعية في الجامعات العمالية، ودراسة Mukhtar وآخرون (٢٠١٨) بحثت في تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في القطاعين العام والخاص في كستان. ومن حيث النطاق المؤسسي، تركز الدراسة الحالية على قطاع التعليم العالي فقط في فلسطين، بينما تناولت دراسة الكوع وأبو عيسى (٢٠٢١) القطاع المصرفي في فلسطين، ودراسة صر (٢٠٢٣) تناولت القطاعين الحكومي والخاص. من حيث الأزمة المدروسة، تركز الدراسة الحالية على أزمة أحداث الحرب الخامسة على قطاع غزة (معركة طوفان الأقصى)، بينما تناولت دراسات أخرى مثل دراسة سرحان وحرز (٢٠٢١) أزمة الأقساط الدراسية في جامعة بيرزيت، ودراسة الفارسي وآخرون (٢٠٢٢) تناولت الأزمات التعليمية في سلطنة عمان. أخيراً، من حيث المنهجية، تعتمد الدراسة الحالية على تحليل محتوى منصات التواصل الاجتماعي، مثل صفحات فيسبوك الخاصة لجامعات الفلسطينية المذكورة سابقاً، بينما اعتمدت الدراسات الأخرى

على أدوات مثل الاستبيانات في دراسة عبد العزيز (٢٠٢٠) أو المقابلات في دراسة سرحان وحرز (٢٠٢١).

* الطريقة والاجراءات

* أدوات الدراسة

تعتمد الاداة المستخدمة في جمع المعلومات على طبيعة الدراسة، حيث يساعد اختيار الاداة المناسبة في تفسير وتحليل المعلومات بعد جمعها، الامر الذي يسهم في تحقيق الباحث الاهداف المرجوة من دراسته. ويمكن للباحث الاعتماد على ادوات متعددة في دراسة واحد لردة الوصول الى كمية المعلومات التي يمكن جمعها. ومع ذلك، من المهم الاخذ بعين الاعتبار اختيار الادوات التي تتناسب مع موضوع البحث القائم لضمان دقة النتائج. ولمعرفة مدى توظيف دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال أحداث معركة طوفان الأقصى، تم الاعتماد على اداة التحليل الموضوعي التي عرفها بوعمر والزريدي (٢٠٢٢) على أهما: عملية التركيز على المحتوى الموضوعي من أجل تحقيق فهم جديد من خلال جمع المعلومات المتشابهة والمتراكبة في مداخل موضوعية واحدة أو متشابهة فيما بينها، والتركيز على القواسم المشتركة والعلاقات القائمة بين البينات.

مجتمع الدراسة: مجتمع الدراسة يشمل جميع الجامعات الفلسطينية الحكومية والخاصة في الضفة الغربية. عينة الدراسة: الصفحة الخاصة لكل من جامعة النجاح الوطنية، جامعة بيرزيت على موقع الفيس بوك. واتخذت هذه الدراسة نهج المسح الشامل من أجل تغطية جميع

المنشورات خلال الفترة الزمنية المحددة. لما يتميز به النهج من قدرة على جمع كمية كبيرة من المعلومات المتعلقة لظاهرة محل الدراسة، ويكمن الهدف الرئيسي منه هو مساعدة الباحث وتمكينه من أجل الوصول الى نتائج علمية دقيقة مع نسبة خطأ منخفضة، الامر الذي يتيح امكانية تعميم النتائج على مجتمع الدراسة ككل (الدشلي، ٢٠١٦). وبلغت عدد العينات " ٦٥٩ " خلال الفترة الزمنية المحددة عبر الصفحات الرسمية لجامعات عينة الدراسة على موقع الفيس بوك، لذلك سوف يتم تعميم النتائج على المنشورات. كما هو موضح في الجدول رقم (١).

القناة	الجامعة	التكرار	%
الفيس بوك	جامعة النجاح الوطنية	309	46.9%
	جامعة بيرزيت	350	53.1%
المجموع		659	100%

جدول رقم (١) عدد منشورات الجامعات المذكورة سابقا عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة المحددة.

* النتائج

الموضوعات التي طرحتها صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك
بعد تحليل منشورات صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة منذ الفترة الزمنية الممتدة ما بين ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). والبالغ عددها (٣٥٠) منشورا، جاء في المرتبة الاولى موضوع الاخبار التي تتعلق في احداث الجامعة وانجازاتها حيث كان أكثر المواضيع ظهورا اثناء هذه الفترة، حيث تكرر

١٠٠ مرة بنسبة ٥٧ ٢٨٪. ويليه في المرتبة الثانية موضوع الاخبار التي تتعلق ب قضا وانجازات الطلبة حيث تكرر ٩٠ مرة بنسبة ١٣ ٢٥٪، وفي المرتبة الثالثة تكرر موضوع الاخبار التي تتعلق في قضا طلبية غزة ٧٠ مرة بنسبة ١٠ ٢٠٪، ويليه في المرتبة الرابعة موضوع الاخبار التي تتعلق في الاوضاع السياسية الراهنة الذي تكرر ٥٠ مرة بنسبة ٢٩ ١٤٪. وفي المرتبة الخامسة والاحيرة حصل موضوع الاخبار التي تتعلق في احياء الجامعة للفعاليات الوطنية على تكرار ٤٠ مرة بنسبة ٤٣ ١١٪. النسب المئوية كانت كالآتي، وجدول رقم (٢) يوضح ذلك:

الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية %
أخبار تتعلق في أحداث الجامعة وانجازاتها	100	28.57%
أخبار تتعلق في قضايا وانجازات الطلبة الجامعية	90	25.71%
أخبار تتعلق في قضايا طلبية غزة	70	20.0%
أخبار تتعلق في الاوضاع السياسية الراهنة	50	14.29%
أخبار تتعلق في احياء الجامعة للفعاليات الوطنية	40	11.43%
المجموع	350	100%

جدول رقم (٢): والذي يوضح الموضوعات الرئيسية التي تحدثت عنها صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تناولتها صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك
أظهرت نتائج تحليل المحتوى استخدام ٤ أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، وهي كالآتي: البعد الانساني، البعد الأخلاقي، البعد الاقتصادي، البعد القانوني. وبعد التحليل تبين أن البعد الأكثر استخداما في المنشورات كان البعد الانساني حيث تكرر ١٩٠ مرة، ويليه البعد الأخلاقي والذي تكرر ٨٧ مرة، والبعد الاقتصادي تكرر ٧٣ مرة، وأخيرا لم

يتم ذكر البُعد القانوني. بناء على التكرارات تم حساب النسب المئوية وكانت كالآتي كما في الجدول رقم (٣):

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية %
البُعد الانساني	190	54.29%
البُعد الأخلاقي	87	24.86%
البُعد الاقتصادي	73	20.85%
البُعد القانوني	0	0%
المجموع	350	100%

جدول رقم (٣): والذي يوضح أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تناولتها صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة.

الموضوعات التي طرحتها صفحة جامعة النجاح الوطنية عبر موقع الفيس بوك

بعد تحليل منشورات صفحة جامعة النجاح الوطنية عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة منذ الفترة الزمنية الممتدة ما بين ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). والبالغ عددها (٣٠٩) منشورا، جاء في المرتبة الاولى موضوع الاخبار التي تتعلق في احداث الجامعة وانجازاتها حيث كان أكثر المواضيع ظهورا اثناء هذه الفترة، حيث تكرر ١١٥ مرة بنسبة ٩٧.٤١٪، ويليه في المرتبة الثانية موضوع الاخبار التي تتعلق ب قضا وانجازات الطلبة حيث تكرر ٩٩ مرة بنسبة ٨٦.١٣٪، وفي المرتبة الثالثة تكرر موضوع الاخبار التي تتعلق في الازواضع الراهنة ٦٠ مرة بنسبة ٥٢.٢١٪، ويليه في المرتبة الرابعة موضوع الاخبار التي تتعلق في قضا طلبة غزة الذي تكرر ٢٥ مرة بنسبة ٢٠.٨٠٪ وفي المرتبة الخامسة والاخيرة حصل موضوع الاخبار التي تتعلق في احياء الجامعة للفعاليات الوطنية على تكرار ١٠ مرات بنسبة

٢٤ ٣٪. النسب المئوية كانت كالآتي، وجدول رقم (٤) يوضح ذلك:

الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية %
أخبار تتعلق في أحداث الجامعة وانجازاتها	115	41.97%
أخبار تتعلق في قضايا وانجازات الطلبة الجامعية	99	36.13%
أخبار تتعلق في الازواضع الراهنة	60	21.90%
أخبار تتعلق في قضايا طلبة غزة	25	8.09%
أخبار تتعلق في احياء الجامعة للفعاليات الوطنية	10	3.24%
المجموع	309	100%

جدول رقم (٤): والذي يوضح الموضوعات الرئيسية التي تحدثت عنها صفحة جامعة النجاح الوطنية عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تناولتها صفحة جامعة النجاح الوطنية عبر موقع الفيس بوك أظهرت نتائج تحليل المحتوى استخدام ٤ أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، وهي كالآتي: البُعد الاقتصادي، البُعد الأخلاقي، البُعد الانساني، البُعد القانوني. وبعد التحليل تبين أن البُعد الأكثر استخداما في المنشورات كان البُعد الاقتصادي حيث تكرر ١٣٠ مرة، ويليه البُعد الأخلاقي والذي تكرر ١٢٥ مرة، والبُعد الانساني تكرر ٦٠ مرة، وأخيرا تكرر البُعد القانوني مر ن. بناء على التكرارات تم حساب النسب المئوية وكانت كالآتي كما في الجدول رقم (٥):

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية %
البُعد الاقتصادي	130	41.01%
البُعد الأخلاقي	117	35.23%
البُعد الانساني	60	18.93%
البُعد القانوني	2	0.63%
المجموع	309	100%

جدول رقم (٥): والذي يوضح أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تناولتها صفحة جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية المحددة.

* مناقشة النتائج

الموضوعات التي طرحتها صفحة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك كان موضوع الاخبار التي تتعلق في أحداث الجامعة وانجازاتها هو أكثر المواضيع رواجاً عبر موقع الفيس بوك لكلا الجامعتين خلال احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة "طوفان الاقصى" (ابتداء من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). حيث شكلت المنشورات التي تطرقت لهذا الموضوع نسبة ٩٧ ٤١٪ لدى جامعة النجاح الوطنية، بينما جامعة بيرزيت نسبة ٥٧ ٢٨٪ من اجمالي المنشورات. حيث حاولت الصفحة الخاصة ب كلتا الجامعتين عبر موقع الفيس بوك على اظهار الاحداث اليومية والانشطة والانجازات العلمية للأكاديميين، إضافة الى الحديث عن اطلاق برامج أكاديمية جديدة. وتوقيع اتفاقيات تعاون مشتركة كما في جامعة النجاح الوطنية "الاتفاقية المشتركة مع جامعة برشلونة التي تضمنت تبادل طلابي وتفعيل برامج أكاديمية مشتركة". وتكريم جامعة بيرزيت لطلابها الحاصلين على جوائز مختلفة مثل " جائزة فريد منى وكنعان خوري في بحوث الاعمال " وأيضاً جائزة " جابي برامكي للتميز " مناصفة لكل من الطالب طارق عودة وليان رجوب. وظهرت في الصفحة الخاصة لكلا الجامعتين منشورات تتعلق في الام الارشادية والتعريفية لطلبة المدارس. كلتا الجامعتين تعتمدان على منصات التواصل الاجتماعي لنشر هذه الأخبار، الامر الذي يساعد على زيادة التفاعل مع الطلبة والجمهور الأوسع. حيث يُبرز هذا

الاستخدام الفعال للأخبار الجامعية كيفية مساهمة هذه الوسيلة في تحقيق أهداف العلاقات العامة، سواء من خلال تعزيز التفاعل الداخلي أو التواصل مع المجتمع المحلي والدولي. موضوع الاخبار التي تتعلق في قضايا وانجازات الطلبة الجامعية احتل المرتبة الثانية في المواضيع التي قشتها صفحة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك خلال احداث الحرب الخامسة على قطاع غزة "طوفان الاقصى" (ابتداء من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). حيث شكلت المنشورات التي تطرقت لهذا الموضوع نسبة ٩٧ ٤١٪ لدى جامعة النجاح الوطنية، بينما جامعة بيرزيت نسبة ٥٧ ٢٨٪ من اجمالي المنشورات. حيث سعت الجامعتين من خلال الصفحة الخاصة بهما عبر موقع الفيس بوك على تعزيز الروح الايجابية بين الطلبة من خلال تسليط الضوء على انجازاتهم مثل نشر ابحاث علمية في مجالات علمية لتشجيعهم على البحث العلمي لتعاون مع الاكاديميين لدى الجامعات. وعرض الانجازات التي تُظهر ابداع وابتكار الطلبة في مجالات مختلفة مثل عرض فريق جامعة بيرزيت " فريق الهاكتون الهندسي للإبداع والابتكار " الذي نظّمته جمعية المهندسين الميكانيكيين والصناعيين مع طلبة كلية الهندسة. وتسليط الضوء على برامج المنح الدراسية في جامعة النجاح الوطنية أو جهود جامعة بيرزيت الامر الذي يُظهر التزام الجامعتين في تطوير مهارات الطلبة وتعزيز التقدم العلمي في فلسطين.

في المرتبة الثالثة التي تبنتها صفحة جامعة النجاح الوطنية عبر موقع الفيس بوك جاء موضوع الاخبار التي تتعلق في الاوضاع الراهنة خلال الحرب الخامسة على قطاع غزة " معركة طوفان الاقصى"، ابتداء من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). وبلغت نسبة المنشورات التي تناولت هذه المواضيع ٩٠ ٢١٪ من إجمالي المنشورات. بينما في نفس المرتبة لدى صفحة جامعة بيرزيت في نفس الفترة الزمنية المذكورة أعلاه. جاء موضوع الاخبار التي تتعلق في قضا طلبة غزة في نسبة ٢٠٪ من إجمالي المنشورات. اظهرت جامعة النجاح الوطنية عبر صفحتها على موقع الفيس بوك الاخبار الراهنة من خلال الحديث عن حملات الاعتقالات والاعتقالات في الضفة الغربية وقطاع غزة. والحرص على التذكير في الامهامة مثل "يوم الارض" و"ذكرى" النكبة". والمعاهدات في المناسبات الدينية. بينما تطرقت جامعة بيرزيت عبر صفحتها على موقع الفيس بوك للحديث عن قضا تتعلق في طلبة غزة من خلال الحديث عن اطلاق مبادرة التعليم عن بعد لطلبة قطاع غزة "اعادة الامل". واعلا ت حول المساندة الاكاديمية لجامعات وطلبة قطاع غزة.

الاخبار التي تتعلق في قضا طلبة غزة حازت على المرتبة الرابعة بنسبة ٩ ٨٪ من إجمالي المنشورات على صفحة جامعة النجاح الوطنية. وفي نفس المرتبة شكلت المنشورات التي تتعلق في الاوضاع السياسية الراهنة لدى صفحة جامعة بيرزيت نسبة ٢٩ ١٤٪. خلال الحرب الخامسة على قطاع غزة "معركة طوفان الاقصى"، ابتداء من ١ شباط ٢٠٢٤

حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). وذلك من خلال اعلان جامعة النجاح الوطنية عن مبادرة تمكين طلبة غزة من استكمال تعليمهم الجامعي الكترونيا كطلبة زائرين. واشتملت على عدة مراحل وافواج لقبول طلبة غزة، حيث تشرفت في ٢ مايو لبدء في تدريس ٣ الاف طالب وطالبة من قطاع غزة ضمن المرحلة الاولى لمبادرة تمكين الطلبة. بينما في نفس المرتبة لدى صفحة جامعة بيرزيت في نفس الفترة الزمنية المذكورة اعلاه. تطرقت للحديث عن حملات الاعتقالات السياسية واستهداف الاحتلال للجامعات والمدارس وتعطيل سير العملية التعليمية. والحديث عن حصيلة ارتفاع عدد شهداء قطاع غزة. وادانة ممارسات الاحتلال على مخيمات الضفة. والحرص على الحديث عن الاداء المعرفية.

أما في المرتبة الخامسة والأخيرة، جاء موضوع الاخبار التي تتعلق في احياء الفعاليات الوطنية في نسب متفاوتة، حيث حازت جامعة بيرزيت النسبة الاعلى ٤٣ ١١٪، بينما حازت جامعة النجاح الوطنية على نسبة ٢٤ ٣٪. خلال الحرب الخامسة على قطاع غزة "معركة طوفان الاقصى"، ابتداء من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). وقامت جامعة بيرزيت في احياء المناسبات الوطنية كملها على صفحة الجامعة عبر موقع الفيس بوك وعلى أرض الجامعة أيضا، واختلفت تلك المناسبات مثل "يوم الاسير الفلسطيني" نصرة ووفاء لتضحيات شعبنا. و "يوم الارض الخالد". وأكثر من وقفات المناصرة والاسناد

من اللقاء الإرشادي والزيارة لمدرسة بنات سيلة الحارثية الثانوية .. تشرفنا بقلوبكم.. شكراً لكم



صورة رقم (٢): لقطة شاشة لصفحة جامعة النجاح الوطنية في تاريخ ٢٤-٣-٢٠٢٤.

في المرتبة الثانية لدى جامعة بيرزيت حاز البُعد الاخلاقي على نسبة ٨٦ ٢٤٪. وحاز البُعد الاخلاقي لدى جامعة النجاح الوطنية على نفس المرتبة ولكن ب نسبة أعلى حيث بلغت ٥ ٣٢٪. وقامت جامعة بيرزيت ب مجموعة من الوقفات التضامنية والمناسبات والفعاليات الوطنية مثل " يوم الاسير " و " يوم النكبة " والوقفات التضامنية اسنادا لشعبنا في قطاع غزة. وقامت جامعة النجاح الوطنية ب مجموعة من وقفات المناصرة والاسناد لتنسيق مع الكتل الطلابية استنكارا للعدوان المتواصل على قطاع غزة.

سلسلة يومية نظمها الكتل الطلابية في #جامعة_بيرزيت، لمناسبة #يوم_الأسير_الفلسطيني، ونصرة ووفاء لتضحيات شعبنا الحبيب. تصوير: الطالب محمد نزال.



صورة رقم (٣): لقطة شاشة لصفحة جامعة بيرزيت في تاريخ ١٨-٤-٢٠٢٤.

تضامنا مع أهلنا وشعبنا في قطاع غزة. وتشابكت بعض المنشورات في جامعة النجاح الوطنية ولكن ب نسب أقل. أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تناولتها صفحة جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك كان البُعد الانساني هو أكثر الأبعاد رواجاً عبر موقع الفيس بوك لدى جامعة بيرزيت حيث بلغت نسبة تكراراته ٢٩ ٥٤٪. بينما كان البُعد الاقتصادي الأكثر رواجاً لدى جامعة النجاح الوطنية حيث بلغت نسبة تكراراته ١ ٤١٪. فيما يتعلق في البُعد الانساني تحدثت جامعة بيرزيت عن اطلاق مبادرة " اعادة الامل " للتعليم العالي في قطاع غزة وعقد الجامعة عدة ندوات عبر الزوم لمناقشة هذا الموضوع. واعلان المساندات الاكاديمية لجامعات وطلبة قطاع غزة، وهذا يبلور دورها تجاه مؤازرة التعليم تجاه التعليم في قطاع غزة. وفي الحديث عن البُعد الاقتصادي تطرقت جامعة النجاح الوطنية الى عقد لقاءات ارشادية وز رات من مختلف المدارس للتعريف عن برامجها الاكاديمية والمرافق الجامعية. حيث تهدف من خلال هذه الفعاليات الى ز دة جذب الطلاب الجدد اليها مما يؤدي الى ز دة ار حها.



صورة رقم (١): لقطة شاشة لصفحة جامعة بيرزيت في تاريخ ١٦-٣-٢٠٢٤.

وفي المرتبة الرابعة والاحيرة، حاز البُعد القانوني على نفس المرتبة لدى كلتا الجامعتين، حيث بلغ في جامعة بيرزيت نسبة ٦٣ ٪. وفي جامعة النجاح الوطنية نسبة ٦٣ ٪. حيث لم تتطرق الجامعتين الى الحديث عن البُعد القانوني في اي من المنشورات.

* الخاتمة

هدفت هذه الدراسة الى معرفة مدى توظيف دوائر العلاقات العامة للإعلام الجديد ومبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال الحرب الخامسة على قطاع غزة " طوفان الاقصى " من خلال المقارنة بين جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت في الفترة الزمنية المحددة من ١ شباط ٢٠٢٤ حتى ٣٠ حزيران ٢٠٢٤، أي الفصل الدراسي الثاني من عامي (٢٠٢٣-٢٠٢٤م). والى التعرف على اهم ابعاد المسؤولية الاجتماعية وكيفية توظيفها. الى جانب التعرف على اهم الموضوعات التي تناولتها الصفحة خلال الفترة الزمنية المذكورة اعلاه. حيث تمتاز وسائل التواصل الاجتماعي بقدرتها على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات والجامعات والمنظمات وغيرها. لإضافة الى قدرتها على خلق انطباع جيد وإيجابي حول انشطتها ومبادراتها وامكانية تطويرها من خلال وسائل الاعلام الجديد وادوات الاعلام الجديد. والاعتماد على الاطار النظري بدلا من مجرد التكهّنات الغير قائمة على الادلة. وبناء على ذلك، تم استخدام نظرية ترتيب الاولويات ونظرية المسؤولية الاجتماعية ب ابعادها في هذه الدراسة من أجل تحليل المنشورات التي تم نشرها خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة والتي تتزامن مع بداية واستمرار



صورة رقم (٤): لقطة شاشة لصفحة جامعة بيرزيت في تاريخ ٢٧-

٢٠٢٤-٥.

في المرتبة الثالثة لدى جامعة بيرزيت حاز البُعد الاقتصادي على نسبة ٨٥ ٪. وحاز البُعد الانساني لدى جامعة النجاح الوطنية على نسبة بلغت ٩٣ ٪. حيث قامت جامعة بيرزيت عبر موقع الفيس بوك للحديث عن افتتاح طلبات الالتحاق للفصل الدراسي الثاني من العام الاكاديمي ٢٠٢٤-٢٠٢٥ لدرجة البكالوريوس والماجستير. وقامت جامعة النجاح الوطنية ب اظهار مسؤوليتها من خلال تنظيم نشاط في جمعية ابناءؤ لذوي الاحتياجات الخاصة في مدينة بلس، لتعاون مع مركز الخدمة المجتمعية وطلبة مساق خدمة مجتمع.



صورة رقم (٥): لقطة شاشة لصفحة جامعة النجاح الوطنية في تاريخ

١٦-٥-٢٠٢٤.

اطلاق مبادرات استئناف التعليم لطلبة قطاع غزة في الجامعات الفلسطينية. وكشفت الدراسة الى أن صفحات الجامعتين المذكورتين قد استخدمت أبعاد المسؤولية الاجتماعية خلال فترة الحرب الخامسة على قطاع غزة بشكل واضح، وتنوعت هذه الأبعاد كالبعد الانساني، الاخلاقي، الاقتصادي، والقانوني التي من خلالها تسعى الجامعات الفلسطينية لتحقيق بُعد انساني واخلاقي تزامنا مع الاوضاع الراهنة في فلسطين.

* الاستنتاجات

١- استخدمت كلتا الجامعتين طرق مختلفة لعرض المنشورات تنوعت بين صور ومقاطع فيديو، من أجل جذب انتباه الجمهور وتحقيق ثير أكبر.

٢- ظهر البعد الإنساني أكثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية استخدامًا في جامعة بيرزيت، ويظهر ذلك دورها في دعم طلبة غزة من خلال مبادرات تعليمية وتوعوية.

٣- ركزت جامعة النجاح الوطنية تركيزًا ملحوظًا على البعد الاقتصادي، من خلال الفعاليات التي تهدف إلى استقطاب الطلبة الجدد.

٤- أظهرت الدراسة أهمية الإعلام الجديد كأداة أساسية من أجل تعزيز التفاعل مع الجمهور، وإدارة الأزمات بفعالية.

٥- ظهر البعد الانساني والاخلاقي لدى الجامعتين بطريقة واضحة. بينما تلاشى ظهور البعد القانوني لدى الجامعتين.

* التوصيات

يوصي الباحثون لآتي: -

١- أهمية تشجيع الجامعات على إبراز البعد القانوني في منشوراتها من أجل تعزيز الالتزام لقوانين، خاصة تلك التي تتعلق في حقوق الطلبة.

٢- أهمية دمج مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والإعلام الجديد في المناهج الأكاديمية من أجل زيادة الوعي لدى الطلبة وتعزيز ثقافتهم هميتها في بناء مجتمعات مستدامة.

٣- أهمية الحديث عن الأوضاع الراهنة بشكل يومي ودوري عبر صفحات جميع الجامعات الفلسطينية، لإعلام الطلبة بمجر ت الاحداث من حولهم.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

العدوي، أ. (٢٠١١). تحليل العلاقات بين الأنظمة الفرعية وأجزاء المنظمة في ضوء نظرية النظم. مجلة الإدارة والتنظيم، ١٧(٣)، ٤٥-٦٠.

رضوان، م. (٢٠١٢). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية. المجلة العربية للإعلام، ٨(٢)، ١٧١-١٧٢.

فيكر، ت. (٢٠٠٤). تفاعل الأنظمة التنظيمية في بيئة متغيرة. مجلة نظم الإدارة، ٢٢(٤)، ١٠٢-١١٩.

العدوي، أ. (٢٠١١). ثير البيئة المحيطة على أداء المنظمة في الأزمات. مجلة الدراسات الإدارية، ١٩(٤)، ٥٥-٧٢.

رضوان، م. (٢٠١٢). إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات. مجلة الإعلام العربي، ١٢(٥)، ١٧٢-١٧٤.

جامعة النجاح الوطنية. (٢٠٢٤). تقارير حول دور الجامعة
في تعزيز المسؤولية الاجتماعية خلال الأزمات.
قسم العلاقات العامة.

جامعة بيرزيت. (٢٠٢٤). أثر الإعلام الجديد في دعم القضا
الوطنية. وحدة الإعلام الرقمي.

ثانياً- المراجع الأجنبية

- W. Timothy Coombs. (2014). Situational Crisis Communication Theory (SCCT): Principles and Application. In R. L. Heath (Ed.), Handbook of Crisis Communication (pp. 275-290). Wiley-Blackwell.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. Corporate Reputation Review, 10(3), 163–176.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- Coombs, W. T. (2015). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.). SAGE Publications.