

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الجامعات الفلسطينية في الضفة خلال الازمات في عام ٢٠٢١

د. إبراهيم العكة

أستاذ الإعلام والعلاقات العامة، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين.

رغد صالح أبو فرحة

الباحثة الأستاذة، برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة،

جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٦ مارس ٢٠٢٥م



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

الملخص

قصيدة من منشورات الجامعة خلال فترة حادثة مقتل الطالب، كما وتم تطبيق أداة المقابلة على العينة القصيدة التي تكونت من موظفين في قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وتم توزيع الاستبيان على طلاب الجامعة عن طريق العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها وظفت العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهرا الخليلية استراتيجية التعزيز بنسبة أعلى، ثم تلتها استراتيجية إعادة البناء، ثم استراتيجية الإنكار، أيضا توصلت النتائج إلى أن الجمهور تقبل الاستراتيجيات الصادرة عن طرف ثالث خلال أزمة مهرا، وأيضا تقبل الاستراتيجيات الاتصالية التي بثتها الجامعة العربية الأمريكية عبر الاعلام التقليدي ووسائل اتصال شفهي بدون أنترنت،

هدفت الدراسة لتحليل الاستراتيجيات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهرا، ولتوضيح شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة، ومعرفة مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة، وأيضا للكشف عن نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية للأزمة، وذلك وفقاً لشكل الرسالة ومصدرها، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالاستعانة بأداة تحليل المضمون والمقابلة والاستبانة الإلكترونية، وقد تم تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة

period of the student murder incident, which represents the period from December 4 to January 4, 2021. The sample size was (20) publications. The interview tool was also applied to (3) employees from the Public Relations Department at the Arab American University, and the questionnaire was distributed to (299) male and female students from within the Arab American University. After the analysis, the study concluded with a number of results, the most important of which were: The frequency of the reinforcement strategy reached first place among the frequency of the communication strategies in crisis management employed by public relations at the Arab American University during the crisis of the killing of student Mahran Khalilah, at 47.5%. Then came the rebuilding strategy, at a rate of 47.5%. 28.5%, then the denial strategy with a rate of 19%, and with regard to the strategy of minimizing the size of the crisis, it came in last place with a rate of 5%. The results also showed that the type of feelings that formed among the audience towards the source of the message sent during the Mehran crisis were feelings of external attribution at a rate of 51%, followed by feelings

ومن أبرز توصيات الجامعة العملية: ضرورة تعزيز شهرة الجامعة بموقعها الإلكتروني كوسيلة اتصال حيوية ورسمية للعلاقات العامة، خاصة في أوقات الأزمات، أنه يجب على متخصصي العلاقات العامة إعطاء الأولوية لفهم مشاعر الجمهور أثناء الأزمة، حيث يمكن لهذه المشاعر أن تؤثر بشكل كبير على استجابة الجمهور لاستراتيجيات إدارة الأزمات أما التوصيات العلمية أوصى الباحثين بإجراء أبحاث متخصصة في موضوع الأزمات والمشاعر.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، وسائل التواصل الاجتماعي، العلاقات العامة، الفيسبوك، والجامعة العربية الأمريكية (AAUP).

Abstract

The study aimed to reveal the form of the message used by PR in the Arab American university during the crisis of killing of student Mahran Khalilah, and to know the public's acceptance of the PR response strategies in the university according to the form of the letter. The study also aims to reveal the kind of public sentiment formed by the PR response to the crisis according to the form of the letter. To achieve the purpose of the study, the study used the descriptive analytical method, relying on the content analysis tool, interviews, and questionnaire. The content analysis tool was applied to a comprehensive survey sample of university publications during the

ويتعاضم دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي خلال فترات الأزمات والكوارث، حيث تعددت الأزمات التي تمر بها الجامعات الفلسطينية خلال السنوات الأخيرة سواء بسبب عوامل خارجية كالأوبئة أو بسبب عوامل داخلية كالصراعات الحزبية داخل الجامعات وغيرها من الأسباب، هنا يظهر دور العلاقات العامة في ممارسة اتصالات الأزمة مع الجماهير الداخلية والخارجية ويعرف اتصال الأزمة بأنه الاتصالات التي تحدث بالتزامن مع الأزمة وهي مرتبطة بوضع المؤسسة وبمراحل التحضير للأزمة، حيث أكد (بابكر، ٢٠١٩) أن أهمية اتصالات الأزمة تكمن في أنها تبني مصدر واحد للمعلومات وتزيل الغموض المحيط بالموقف، وتخفف من حدة السلبية والعدائية من قبل الجمهور ووسائل الإعلام التي تسعى لتغطية الموقف.

يزداد استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعية خلال الأزمات، لأن الجمهور يرى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدي، فهي لا تخضع لرقابة ولا لحارس بوابة كما أنها خط اتصال مباشر ومحدث وتوفر للجمهور معلومات عن الأزمة لا يستطيع الحصول عليها من مكان آخر بالإضافة أنها توفر تواصل ثنائي الاتجاه مع الجمهور (الراشد، ٢٠٢٢).

لا جدال في أن نجاح إدارة الأزمات يعتمد بشكل أساسي على الاتصالات التي تمارس خلال الأزمة ويقصد باتصالات الأزمة الأنشطة والجهود الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة خلال الأزمة وما قبل الأزمة وبعد الأزمة، بما يشمل الاستراتيجيات الموجهة لأنواع مختلفة من الجماهير

independent of attribution at a rate of 32%, then feelings dependent on internal attribution at a rate of 9%. Among the university's most prominent practical recommendations: the need to enhance the university's reputation through its website as a vital and official means of communication for public relations, especially in times of crisis. One of the most prominent scientific recommendations is that public relations specialists must give priority to understanding the public's feelings during a crisis, as these feelings can greatly affect the public's response to crisis management strategies.

Keywords: public relations, digital public relations, social media, Facebook and Arab American University (AAUP).

* المقدمة

تعد دائرة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي حلقة الوصل التي تربط المؤسسة بجماهيرها الخارجية والداخلية، كما تقوم باطلاعهم على برامجها وسياساتها وأنشطتها من خلال وسائل الإعلام المتعددة، بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة ذهنية مثالية، وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال حاجتها للحصول على أي معلومات، حيث تسمو جهود العلاقات العامة في رفع مستوى أداء مؤسسات التعليم الجامعي.

(Benoit, 2004)، ويؤكد كومبس أن اتصالات الأزمات تعتبر قوام الحياة ونواة الجهود الاتصالية الفعالة التي تقوم بها المؤسسات في الأزمات بهدف تقليص النتائج السلبية للأزمة واستغلال الفرص المتاحة خلال الأزمة وتحسين السمعة.

تعرضت الجامعة العربية الأمريكية لأزمة مقتل الشاب مهران خليلية وإصابة آخرين إثر شجار وقع على بوابة الجامعة العربية الأمريكية بتاريخ ١٤ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٢١، حيث شكلت هذه الأزمة تهديدا لسمعة الجامعة واحتاجت لمضاعفة جهود العلاقات العامة في ممارسة اتصالاتها حتى تستطيع إدارة الأزمة، بناءً على ذلك ستقوم الدراسة بتحليل ورصد دور العلاقات العامة في إدارة أزمة الجامعة العربية الأمريكية وفقاً للنظرية الظرفية لاتصال الأزمات التي تركز على فهم اتصالات الأزمات من وجهة نظر القائم بالاتصال، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية تولي أهمية لمشاعر وتقبل الجمهور.

* أسئلة الدراسة

- ١- ما دور العلاقات العامة الرقمية في أزمة مقتل طالب في الجامعة العربية الأمريكية خلال سنة ٢٠٢١؟
- ١- ما أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT)؟
- ٢- ما هو شكل الرسالة المستخدم من قبل العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال الأزمة؟

٣- ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة؟

٤- ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة ولمصدر الرسالة؟

* أهمية الدراسة

تنبثق أهمية الدراسة من كونها تبحث في دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات في كبرى الجامعات الفلسطينية، وأيضاً في تسليط الضوء على أهمية استخدام استراتيجيات إدارة الأزمات لدى العلاقات العامة، في جهد بحثي يسهم في إبقاء دور العلاقات العامة وأهميته في إدارة الأزمات في واجهة القضايا الأكثر أهمية لدى الجمهور والمؤسسات على اختلاف أنواعها، كما ستثير اهتمام مدير العلاقات العامة لتوظيف نظريات اتصالات الأزمات حتى تكون استجابتهم مدروسة خلال الأزمات.

* منهجية الدراسة

وظفت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل البيانات باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجتها إحصائياً.

* حدود الدراسة

- ١- الحدود الموضوعية: تناقش هذه الدراسة دور العلاقات العامة الرقمية في أزمات الجامعة العربية الأمريكية، خلال أزمة مقتل الطالب عام ٢٠٢١.

social-mediated crisis communication model, 2012)

ويعد نموذج إدارة الأزمات بواسطة اجتماعية وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر النماذج شيوعاً في مجال إدارة الأزمات، حيث ينطوي هذا النموذج على أن المنظمات التي تواجه إحدى الأزمات يجب أن تعتمد في اتصالات الأزمة على استراتيجيات ملائمة لنوع الأزمة ومناسبة لها، كما ويوضح هذا النموذج إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات، وكذلك حدد الجماهير النوعية التي تنتج وتستهلك المعلومات الخاصة بالأزمة على وسائل التواصل الاجتماعي (الجندي، ٢٠١٧)، وهناك تنوع في خصائص أفراد الجمهور المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي من حيث الاهتمام بالأزمة ومستوى النشاط تجاه الأزمة، وبهذا يحدد نموذج إدارة اتصالات الأزمة ثلاث فئات للجماهير المتفاعلة مع المنظمة أثناء الأزمة، وهم :- (White, 2011)

١- المؤثرون (Influential social media creators) وهم الأشخاص المعروفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والذين يستغلون الأزمات لإثارتها من خلال نشر ومشاركة المعلومات.

٢- المتابعون (followers media Social) وهم الأشخاص الذين يستخدمون المضمون الذي يقدمه المؤثرون فيما يتعلق بالأزمة الناشئة، ويعيدون نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.

٢- الحدود المكانية: استهدفت هذه الدراسة صفحة الجامعة العربية الأمريكية الرسمية على الفيسبوك، خلال أحداث مقتل الطالب في مقر الجامعة في محافظة جنين- فلسطين.

٣- الحدود الزمانية: تمثل الحد الزمني منذ لحظة وقوع الأزمة أي من تاريخ ٤ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٢١، وهو يوم مقتل الطالب عند بوابة الحرم الجامعي حتى تاريخ عودة الدراسة الوجاهية إلى الجامعة بتاريخ ١٨ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٢١.

٤- الحدود البشرية: تمثل الحدود البشرية في مقابلات مع موظفي العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، واستبانة تم توزيعها على عينة من طلاب الجامعة.

* الإطار النظري

أولاً: نموذج اتصالات الأزمات بواسطة اجتماعية (SMCC)

يمكن تعريف نموذج التواصل أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (SMCC) بأنه إطار عمل جديد يصف الموقف الاتصالي خلال الأزمات، ويشير هذا النموذج إلى نشر المعلومات المباشرة وغير المباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي والتواصل الشفهي الذي يتضمن مجموعات متنوعة من المستخدمين مثل المؤثرين والمتابعين غير النشطاء لذلك يكون هذا النموذج مفيداً للجهود الاتصالية أثناء الأزمات في تحديد الجماهير الأساسية المتأثرة بالأزمة وتحديد أفضل قناة للوصول إليهم (Austin, Fisher Liu, & Jin, How audiences seek out crisis information: exploring the

٣- غير النشط (Inactive media Social): وهم الأشخاص الذين تصل إليهم معلومات الأزمة عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال التواصل الشخصي مع الآخرين. ووفقاً لهذا النموذج هناك خمسة عوامل تؤثر على اتصالات الأزمات (Coombs W. , Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory, 2007) -

١- أصل الأزمة (Crisis Origin): يشير أصل الأزمة إلى نقطة بداية الأزمة، وإذا ما كانت بفعل عوامل داخلية أم خارجية، حيث أن أصل الأزمة يؤثر على إسناد مسؤولية الأزمة فمن المرجح أن يستجيب الجمهور بشكل أكثر سلبية للأزمات ذات الأصل التنظيمي الداخلي مثل: القيادة الفاسدة، وممارسات الموظفين غير العادلة، وسوء إدارة الأموال مقارنة مع الأزمات ذات الأصل الخارجي مثل: الهجوم الإرهابي، والكوارث الطبيعية، وبناء على إسناد المسؤولية يتم اختيار استراتيجيات اتصالية مختلفة—

٢- نوع الأزمة (Crisis Type): يمكن تحديد نوع الأزمة بناء على خصائصها وقد يؤثر ذلك على إسناد المسؤولية، وقد ينظر للأزمة على أنها أزمة ضحية (أي أن المنظمة أيضاً ضحية للأزمة)، أو أزمة عرضية (أي أن الإجراءات التي أدت إلى الأزمة كانت غير مقصودة مثل الأخطاء الفنية)، أو أزمة متعمدة (حيث ينظر للأزمة على أنه يمكن تفاديها وأن المنظمة تعرض الجمهور للخطر) ويجب على المنظمة أن تنظر بعناية

لكيفية تأثير نوع الأزمة على الجمهور واختيار استراتيجيات الاستجابة المناسبة.

٣- البنية التحتية التنظيمية (Infrastructure): تشير البنية التحتية التنظيمية إلى لزوم التعامل مع الأزمة بطريقة مركزية من خلال رسالة تنظيمية موحدة أو من خلال رسائل مخصصة لأزمة عن طريق أحد الفروع، حيث يتم تحديد مستوى الاستجابة بناء على نوع وأصل الأزمة، وقد تكون الرسالة المركزية والتي تنقلها الفروع أيضاً أكثر فاعلية في التعافي من الأزمة.

٤- استراتيجية الرسالة (Message Strategy): تشير إلى محتوى اتصالات الأزمة التي تقوم بها المنظمة، مما يساعد الجمهور على الاستجابة للأزمة وإضفاء معنى لها، حيث من الممكن أن يتضمن محتوى الرسالة على توجيه المعلومات وتكييفها للجمهور المتأثر، والتي تتمثل بإعلام الجمهور بوجود أزمة والإجراءات التي ينبغي عليهم اتخاذها، كما قد تتضمن الرسالة على الدعم العاطفي، حيث تتراوح استراتيجيات إدارة سمعة المنظمة التي تمر بأزمة ما بين الاستراتيجيات الدفاعية والاستراتيجيات التكميلية، فالاستراتيجيات الدفاعية تزيل اللوم عن المنظمة وتتضمن على مهاجمة المتهم، والإنكار وكبح الفداء، والتجاهل، والتعذر، والتبرير، والانفصال، أما الاستراتيجيات التكميلية تؤكد على إصلاح الصورة وهو أمر مهم عند خدش صورة المنظمة، وتشمل على التعزيز، والتسامح، والتعويض للضحية، والاعتذار الكامل.

٥- شكل الرسالة (Message Form): وتتمثل في الوسيلة التي تنشر المعلومات المتعلقة بالأزمة، وهل تم نقلها عبر

الإعلام التقليدي، أم عبر وسائل تواصل اجتماعي، أم عبر التواصل الشفهي دون الاتصال بالإنترنت،

الشكل (١) نموذج اتصالات الأزمات بوساطة

اجتماعية (Austin, Fisher Liu, & Jin, 2012)

ثانياً: النظرية الظرفية لاتصالات الأزمات

يعرف درة (١٩٧٩) النظرية الموقفية على أنها: النظرية التي تقر بوجود اختلاف أو ظروف متباينة في المؤسسات في مختلف المواقف والأوضاع المتنوعة، كما وتؤمن هذه النظرية بعدم وجود طريقة واحدة محددة يمكن اتباعها في المواقف الأزماتية،

وتعتبر هذه النظرية اندماجاً لنظرية الإسناد ونظرية الخطابة، ويشير "كومبس" إلى أنه ينبغي لمديري الأزمات أن يحددوا استراتيجية الاستجابة الملائمة للموقف الأزماتي وفقاً لمعايير، وهي: مقدار مسؤولية المؤسسة عن الأزمة، ودرجة التهديد على سمعة المنظمة، حيث يكون تقييم نوع الأزمة وتاريخ الأزمات وسمعة المؤسسة وفقاً لعلاقتها السابقة (الطريقة التي تعاملت بها المؤسسة مع أصحاب المصلحة في السابق) مما من شأنه أن يساعد مديري الأزمات على التنبؤ بمستوى تهديد السمعة، وكيف يدرك جمهور هذه المنظمة الأزمة، وكيف ينسب هذا الجمهور مسؤولية الأزمة، حيث تكمن أهمية هذه النظرية في أنها تربط بين أنواع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة المناسبة للأزمة، فهي تركز على فهم كيف يدرك أصحاب المصلحة الأزمة، ويتم دمج نوع الأزمة والمكتنفات لتحديد درجة المسؤولية التي يحتمل أن ينسبها أصحاب المصلحة إلى المنظمة (Coombs, 2004).

وقد حدد "كومبس" (Coombs, 2004)

ثلاثة أنواع من الأزمات وفقاً لمدى إسناد المسؤولية للمنظمة، وهي: -

١- مجموعة الضحايا: ويكون فيها إسناد منخفض للغاية لمسؤولية الأزمات، حيث تعتبر المؤسسة نفسها الضحية، مثل: حالات الكوارث الطبيعية، والعنف في مكان العمل، والضرر من قبل طرف خارجي.

٢- مجموعة العرضية: حيث تنتج الأزمة هنا عن خطأ في الإجراءات التنظيمية، ويكون فيها إسناد بدرجة متوسطة للمسؤولية عن الأزمات، مثل حوادث الخطأ التقني والأضرار التقنية الناتجة عن الخطأ.

٣- الأزمات التي يمكن الوقاية منها: وهي الأزمات التي تنتج عن انتهاك القوانين وتسبب بالخطر للناس، ويكون فيها عزو وإسناد قوى لمسؤولية الأزمة، مثل حادث ناتج عن خطأ بشري، وأخطاء تنظيمية وإصابات، حيث تعتبر أزمة الجامعة العربية الأمريكية أزمة يمكن الوقاية منها، لأنها ناتجة عن سوء تنظيم الجامعة وتنتج عنها إصابات وحالة قتل.

* محاور النظرية الموقفية لاتصال الأزمات

* الاستراتيجيات الاتصالية للنظرية

تعتمد النظرية على عدد من الاستراتيجيات الاتصالية حسب تقييم نوع الأزمة والمكتنفات (مسؤولية المؤسسة، سمعة المؤسسة، وتاريخ الأزمات، سمعة المؤسسة وفقاً للعلاقات السابقة) (Coombs H. , 2015): -

١- استراتيجية الإنكار (posture Denial): حيث تلجأ المنظمة لهذه الاستراتيجية عندما تكون مسؤوليتها عن الأزمة

كبيرة أي عندما تتورط في أزمة ما، فتسعى إلى استخدام هذه الاستراتيجية؛ بهدف إزالة أي صلة بين المنظمة والأزمة، وتشمل هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات: -

١- مهاجمة المدعي (Attacking the accuser): حيث يقوم مدير الأزمات وأصحاب المصلحة بمواجهة الشخص أو المجموعة أو المؤسسة التي توجه التهم لهم، وتدعي وجود أزمة، وقد يكون الرد على التهديد بالقوة ضد المتهم مثل: الدعاوى القضائية.

٢- الإنكار (Denial): أي بمعنى أن تنكر المؤسسة وأصحاب المصلحة وجود الأزمة، ويتضمن هذا الإنكار في العادة أسباب عدم وجود الأزمة.

٣- كبش الفدا (Scapegoating): يتمثل هذا التكتيك في إلقاء اللوم في حدوث الأزمة على فرد أو مجموعة من الأشخاص خارج المنظمة.

٢- استراتيجية التقليل من حجم موقف الأزمة (Diminishment Posture): حيث يتم من خلال هذه الاستراتيجية التقليل من حجم الأزمة، والتخفيف من الموقف الأزموي وسلبات الأزمة، وتشمل هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات: -

١- الإعذار (Excusing): حيث تستخدم المؤسسة الموجه لها المسؤولية عن الأزمة مبررات مختلفة؛ للتقليل من مسؤولية المؤسسة عن الأزمة، ويمكن أن تشمل استجابة المؤسسة حول الأزمة إنكار أي نية بإلحاق الضرر أو التحكم بالأحداث التي خلقت الأزمة.

٢- التبرير (Justification): حيث يحاول المدير من خلال هذا التكتيك التقليل من الأضرار الناجمة عن الأزمة إلى أقل حد، ويمكن أن تتضمن الاستجابة عدم حدوث أية أضرار خطيرة أو الزعم بأن ضحايا الأزمة يستحقون ذلك.

٣- استراتيجية إعادة البناء (Rebuilding Posture): حيث تعمل هذه الاستراتيجية على تحسين سمعة المؤسسة من خلال الإجراءات التي يتم العمل بها لإفادة أصحاب المصلحة، والتعويض عن آثار الأزمة السلبية، وتتضمن هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات: -

١- التعويض (compensation): ويتضمن هذا التكتيك قيام المنظمة بتعويض ضحايا الأزمة سواء بالأموال أم بتقديم الهدايا لهم وتعويضهم.

٢- الاعتذار (Apology): حيث تصرح المؤسسة بشكل واضح بأنها المسؤولة عن الأزمة، وبأنها تتحمل أي أضرار نجمت عنها، كما وتطلب المساعدة.

٤- استراتيجية التعزيز (Posture Bolstering): وتشمل هذه الاستراتيجية العديد من التكتيكات: -

١- التذكير (Reminding): تقوم المؤسسة من خلال هذا التكتيك بتذكير جماهيرها والمؤسسات الأخرى بتاريخ المؤسسة وأعمالها وخدماتها الجيدة.

٢- التملق (Ingratiation): حيث تقوم المؤسسة في هذا التكتيك بمدح أصحاب المصلحة، كما ويعزز مدير المنظمة خلال الأزمة دور هذه المنظمة في خدمة الجمهور.

٣- الضحية (victimage): تقوم المؤسسة بدور ضحية الأزمة للجماهير، والمتضررة بشكل مباشر منها.

وبهذا تؤكد نظرية اتصالات الأزمات على أنه من أجل حماية سمعة المؤسسات المختلفة بشكل أفضل خلال فترة الأزمات، يحتاج مسؤولو الأزمات إلى إدارة معاني الأزمة من خلال التوفيق التام بين المسؤولية المنسوبة للمنظمات وبين استراتيجيات الاستجابة للأزمات، كما وتقترح النظرية أنه في ظل المسؤولية المدركة للأزمة، وفقاً لأنواع الأزمات يمكن اختيار استراتيجيات الاستجابة للأزمات المختلفة من بين سلسلة الاستراتيجيات التي حددها النظرية المترواحة بين الاستجابة الدفاعية مثل: مهاجمة المدعي، الإنكار، كبش الفداء، واستراتيجيات التكيف مثل: التعويض والاعتذار (الصيفي، ٢٠٢٠).

* إرشادات نظرية SCCT في اختيار استراتيجية الاستجابة في الأزمات

- ١- عندما يوجد هناك حد أدنى من المسؤولية عن الأزمات (مجموعة الضحايا) ولا يوجد سجل لأزمات مماثلة من قبل وسمعة وطنية أو إيجابية للمؤسسة، يمكن الاكتفاء بعملية الإعلام وضبط المعلومات.
- ٢- يمكن استخدام الضحية كجزء من الاستجابة عن الأزمات الناجمة عن العنف في مكان العمل، والعبث بالمنشآت وتخريب المنتجات، والكوارث الطبيعية والشائعات.
- ٣- يمكن أيضاً استخدام استراتيجية الإنكار في حال الإشاعات، والتحديات الطارئة قدر الامكان، وعند مساءلة أصحاب المصلحة لأفعال المنظمة.
- ٤- يمكن استعمال استراتيجية التقليل للأزمات ذات الحد المنخفض من نسب المسؤولية عن الأزمات للمنظمة: (أزمات

الضحايا، وذلك عند وجود تاريخ بأزمات سابقة مماثلة أو تهديد سابق لسمعة المنظمة (علاقة سلبية مع الجمهور)).

٥- استعمال استراتيجية التقليل للأزمات ذات الحد الأدنى من نسب المسؤولية عن الأزمات للمنظمة (الأزمات العرضية) التي لا يوجد لها تاريخ في أزمات مماثلة ولديها سمعة عادية أو إيجابية في العلاقات السابقة.

٦- استخدام استراتيجية إعادة البناء للأزمات التي لها نسب أدنى من المسؤولية عن الأزمة (الأزمات العرضية) إلى جانب تاريخ الأزمات المماثلة أو سمعة سلبية سابقة في العلاقة مع الجماهير.

٧- استخدام استراتيجية إعادة البناء للأزمات التي لها إسناد قوي بمسؤولية المنظمة عن الأزمة (الأزمات التي يمكن الوقاية منها) بغض النظر عن تاريخ الأزمات أو سمعة العلاقة السابقة.

٨- يجب الحفاظ على الاتساق في استراتيجيات الاستجابة للأزمات، وإن عملية الخلط بين استراتيجيات الإنكار مع أي من استراتيجيات التقليل أو إعادة البناء سيؤدي إلى تآكل فعالية الاستجابة الكلية بسبب التناقض.

٩- يمكن استخدام استراتيجيات التعزيز مع جميع الاستراتيجيات عدا الإنكار.

١٠- يمكن جمع استراتيجيات إعادة البناء والتقليل معاً. وعليه أسقطت الباحثة دراستها على النظرية الطرفية في الاستجابة للأزمات، لأن الأزمة تعتبر حدث سلمي يدفع أصحاب المصلحة للبحث عن شخص أو شيء ما لتحمله مسؤولية الأزمة، كما أن الجمهور يتفاعل مع الحدث عاطفياً أما بالتعاطف أو بالغضب، لذلك بنيت النظرية على

التنبؤ بالأضرار المحتمل حصولها على سمعة المؤسسة وردة فعل الجمهور، وبناء على هذا التوقع يتم تحديد الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة للموقف الأزماي، فالباحثة تريد الكشف عن الاستراتيجيات الاتصالية التي وظفتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل أحد طلابها، ومعرفة ما إذا كانت موفقة في اختيار الاستراتيجيات بناء على النظرية الظرفية لاتصالات الأزمات، من خلال تحديد نوع الأزمة التي مرت بها الجامعة العربية الأمريكية، وتحديد تاريخ الأزمات السابق للجامعة، والسمعة السابقة للجامعة بالتالي معرفة الاستراتيجيات المفترض توظيفها للأزمة.



الشكل (٢)، (٢٠٠٩، Coombs,2012; Coombs,2007; Choi& Lin)

* الدراسات السابقة

١- (الشربيني، ٢٠٢٣) بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية.

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية، وكيف تسعى العلاقات العامة في هذه الجامعات لتحقيق المنفعة المتبادلة

بين المنظمة وجمهورها، ومن ثم تكوين سمعة إيجابية في ذهن الجمهور، كما تطرقت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الجمهور للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات المصرية الخاصة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان، كما وظفت الدراسة نظرية الامتياز، وكانت أهم نتائج الدراسة: ضرورة تفعيل دائرة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، وأهمية حضور العلاقات العامة في بناء حلقة تواصل فعالة بين الطلاب وإدارة الجامعة إضافة للحفاظ على سمعة الجامعة وصورتها أمام المجتمع، وبينت نتائج الدراسة اهتمام الباحثين بمتابعة الموقع الإلكتروني والصفحات الخاصة بالجامعة، حيث يعتمدون عليها بشكل كبير نظرا لمواكبتها للأحداث بشكل مستمر مما رفع مستوى الثقة بها، كما أكدت نتائج الدراسة على أهمية وسائل التواصل في تعزيز ثقة الجمهور بالجامعة وتحسين صورتها أمام الطلاب وذلك لأنها تتميز بسرعتها واحترافها في اطلاع الطلاب على كل ما هو جديد، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في: إقامة دورات تدريبية وتوعوية لمديري وممارسي العلاقات العامة لمختلف المؤسسات على مبادئ العلاقات العامة الإلكترونية وطرق تفعيلها.

التعقيب: تشابهت دراسة الشربيني (٢٠٢٢) مع الدراسة الحالية بجزء من موضوعها وهو تناول دور وتوظيف العلاقات العامة الرقمية في قطاع الجامعات الخاصة، إلا أن الدراسة الحالية تناولت دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعة العربية الأمريكية خلال الموقف الأزماي، واختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في الاعتماد على نظرية الامتياز، حيث اعتمدت الدراسة الحالية على النظرية الموقفية ونموذج

اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، وفيما يتعلق بالمنهج البحثي، اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية، حيث وظفت المنهج المسحي، واقتصرت أيضاً فقط على استخدام أداة الاستبانة في جمع البيانات، إلا أن الدراسة الحالية اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أكثر من أداة تمثلت في الاستبيان والمقابلة واستمارة تحليل المضمون.

٢- دراسة (جانم، ٢٠٢١) بعنوان: استراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور، طلبة جامعة الخليل نموذجاً.

هدفت هذه الدراسة بشكل أولي إلى التعرف على استراتيجيات الاستجابة التي اتبعتها وزارة الصحة الفلسطينية لمواجهة أزمة كورونا، والتعرف على مدى تقبل الجمهور للاستراتيجيات التي اتخذتها وزارة الصحة الفلسطينية بناءً على مصدر وشكل الرسالة التي وصلت للجمهور ضمن استراتيجيات مواجهة الأزمة التي تم استخدامها خلال فترة الدراسة على صفحة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة، كما وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد العواطف والمشاعر التي تشكلت لدى الجمهور وفقاً لمصدر الرسالة وشكلها ضمن استراتيجيات الاستجابة قيد التحليل، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل البيانات المتعلقة بالتعرف على أنواع استراتيجيات الاستجابة قيد البحث، كما وتطرقَت الدراسة إلى نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية؛ لفحص تأثير شكل ومصدر الرسالة على مستوى تقبل الجمهور، وكانت أهم نتائج الدراسة: يفضل في الأزمات الصحية تحديداً الاعتماد على وسائل التواصل

الاجتماعي والتواصل الشفهي كشكل من أشكال المعلومات في بداية الأزمة وخلافاً، كما وتبين أن الاستراتيجيات الداعمة هي الأكثر تقبلاً لدى الجمهور، وخلقت استجابة عاطفية إيجابية بناءً على شكل ومصدر الرسالة، وكان لمصدر الرسالة الأثر الأقوى في تشكيل العواطف المستقلة الإسناد من شكل الرسالة باختلاف الاستراتيجيات المستخدمة، بينما كان لشكل الرسالة الأثر الأكبر في تشكيل العواطف المعتمدة على الإسناد الخارجي والعواطف المعتمدة على الإسناد الداخلي مقارنة مع مصدر الرسالة، وكانت أهم توصيات الدراسة: إجراء المزيد من الأبحاث المستقبلية التي تدرس نموذج اتصال الأزمات بوساطة اجتماعية بالأزمات الصحية لتعزيز نتائج الدراسة الحالية.

التعليق: تشابهت دراسة جانم (٢٠٢١) مع الدراسة الحالية من خلال تناول استراتيجيات الاستجابة لمواجهة الأزمة، والتعرف على العواطف والمشاعر التي تشكلت لدى الجمهور وفقاً لمصدر الرسالة وشكلها ضمن استراتيجيات الاستجابة، إلا أنها لم تتناول دور العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب (٢٠٢١)، حيث تناولت دور وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا، وتشابهت أيضاً في اعتماد النظرية الظرفية للأزمات و نموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية كإطار نظري، ولم تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج البحثي فقد اعتمدت دراسة جانم (٢٠٢١) على المنهج المسحي التحليلي، أما الدراسة الحالية اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، واقتصرت دراسة جانم (٢٠٢١)

على أداتي الاستبانة وتحليل المضمون ولم توظف المقابلات كما الدراسة الحالية.

٣- (Kwok, Lee, & Han, 2022) بعنوان:

التواصل أثناء الأزمات على وسائل التواصل الاجتماعي، ما طبيعة رسائل كوفيد-١٩ التي حظيت بالاهتمام

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل رسائل ثمانية فنادق

عالمية خلال فترة أزمة COVID-19 عبر وسائل التواصل

الاجتماعي، وكيفية تواصل هذه الفنادق مع جماهيرها في

الوقت الفعلي أثناء الأزمة، والتعرف على ردود أفعال

مستخدمي الإنترنت تجاه رسائل الفنادق عبر مواقعهم

الإلكترونية ومواقعهم على وسائل التواصل الاجتماعي،

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام

أداة تحليل المضمون، وتطرقت الدراسة لنظرية الظرفية

لاتصالات الأزمات، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن أكبر

سلاسل الفنادق في العالم فشلت في اتباع نهج استباقي في

الاستجابة لمثل هذه الأزمة المدمرة قبل أن تعلن منظمة الصحة

العالمية رسمياً عن فيروس كورونا المنتشر بالفعل باعتباره وباءً

عالمياً، كما أن الفنادق شاركت خمسة أنماط من رسائل

COVID-19 وهي (الوقاية، والتذكير، والتعزيز،

والضحية)، كما إنها لم تشارك أي معلومات عن

COVID-19 حتى مارس ٢٠٢٠، وعلاوة على ذلك،

شكلت رسائل COVID-19 حوالي ٢٠٪ فقط من جميع

الرسائل الموجهة للجمهور، حيث تشارك الفنادق رسائل

التهنئة والتحيات في أغلب الأحيان، وفيما يتعلق بتفاعل

الجمهور، تلقت هذه الفنادق ردود فعل وتعليقات

ومشاركات وإعادة تغريد أكثر من الرسائل التي كانت خارج

إطار COVID-19 على كل من Facebook

وTwitter.

وتمثلت أهم توصيات الدراسة: أن تستخدم الفنادق

وشركات الضيافة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في

التواصل مع جماهيرها بشأن أزمة فيروس كورونا.

التعليق: تشابهت دراسة Kwok (٢٠٢٢) مع

الدراسة الحالية في تناول موضوع اتصالات الأزمات على

وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها لم تتناول موضوع

الدراسة الحالي المتمثل في أزمة مقتل الطالب مهران في الجامعة

العربية الأمريكية، كما وتشابهت مع الدراسة الحالية في

توظيف النظرية الظرفية لاتصال الأزمات كإطار نظري

للبحث، لكنها لم تتطرق لنموذج اتصالات الأزمات بوساطة

اجتماعية، كما تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في

الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، لكنها اختلفت من

حيث أداة الدراسة، حيث اقتصرَت دراسة Kowk

(2022) على أداة تحليل المضمون للوصول للنتائج، ولم

تتطرق لأداة المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون كما

في الدراسة الحالية.

٤- (Apuke & Tunca, 2019) بعنوان: وسائل

التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات: استعراض وتحليل

الدراسات سابقة.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل استخدام وسائل

التواصل الاجتماعي خلال الأزمات من خلال تحليل

الدراسات والمقالات المتعلقة باتصالات الأزمات، وإدارة

الأزمات، والعلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي على الفيسبوك المنشورة عبر موقع Google Scholar خلال الفترة ما بين أكتوبر ٢٠١٧ ويناير ٢٠١٨. واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي، باستخدام أداة الملاحظة، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي سهل الاتصالات خلال الأزمات؛ لأن هذه الوسائل أصبحت أداة تسمح بمزيد من تفاعل المؤسسات مع جماهيرها، مما يؤدي إلى إنشاء ومشاركة وتبادل المعلومات، والأفكار، والصور، ومقاطع الفيديو في أقل وقت، كما أن الطبيعة التفاعلية والحوارية لوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت منصة أسهل لإنشاء الاحتجاجات وإثارة وجهات نظر مختلفة، كما ويستغل ممارسي العلاقات العامة والمنظمات متابعة نشاط وسائل التواصل الاجتماعي والعمل للتفاوض أثناء الأزمات وتوضيح موقف المؤسسة وتبريراتها، وبالتالي أثبتت هذه الدراسات أهمية وسائل التواصل خلال الأزمات لتخفيف من حدتها ولإصلاح صورة المؤسسات وسمعتها من جديد، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في: أهمية أن تركز الدراسات المستقبلية على مدى اعتماد ممارسي العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، ومتى يكون من الضروري الاستفادة منها أو من الكلام الشفهي أو الحوار وجهاً لوجه.

التعليق: ارتبطت هذه الدراسة Apuka (2018) & Tunca مع الدراسة الحالية في جزئية تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، ألا أنها لم تتطرق إلى موضوع الاستراتيجيات الاتصالية التي

استخدمتها الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهران، وتميزت الدراسة الحالية في توظيفها لإطار نظري تمثل في النظرية الموقفية لاتصالات الأزمات، ونموذج اتصالات الأزمات بوساطة اجتماعية، كما اختلفت دراسة Apuka & Tunca (2018) والدراسة الحالية في المنهج البحثي، حيث استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة المقابلة والاستبيان واستمارة تحليل المضمون، واعتمدت دراسة Apuka & Tunca (2018) على المنهج الاستقرائي، باستخدام أداة الملاحظة.

* منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهجية الدراسة: اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال جمع البيانات من الدراسات والأبحاث السابقة والاعتماد عليه في صياغة الإطار النظري، كما تم اعتماد المنهج الكمي والنوعي في الجزء التحليلي للبحث، ومن ثم استخدام برنامج تحليل احصائي spss للحصول على النتائج المرجوة.

العينة والأدوات: اعتمدت الباحثة ثلاث أدوات بحثية للوصول الى نتائج أقرب للدقة وهي أداة المقابلات من خلال عينة قصدية مع (٣) من موظفين العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وأداة الاستبانة من خلال عينة متاحة من طلاب الجامعة العربية الأمريكية وأداة تحليل المحتوى من خلال تحليل فترة شهر على موقع فيسبوك للجامعة العربية الأمريكية.

* المعالجات الإحصائية للدراسة

بعد الانتهاء من تفرغ إجابات أفراد العينة على أداة الاستبانة، تم ترميزها وإدخال البيانات إلى الحاسوب واستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجتها إحصائياً، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

- ١- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.
- ٢- معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.
- ٣- اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample T-test، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير النوع الاجتماعي.

- ٤- اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات سنوات الخبرة، والتخصص.
- ٥- اختبار المقارنات البعدية لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

* مناقشة النتائج

الباب الأول: النتائج المتعلقة بتحليل المضمون:

أولاً: أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT).

جدول ١: استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات التي وظفتها الجامعة العربية خلال أزمة مقتل الطالب مهراخ الخليلية عبر موقع الفيس بوك.

الاستراتيجيات	التكرارات	النسبة
التعزيز	١٠	٤٧.٥٪
إعادة البناء	٦	٢٨.٥٪
الإنكار	٤	١٩٪
التقليل من حجم الأزمة	١	٥٪
المجموع	٢١	١٠٠٪

وفقاً لنتائج جدول رقم (٦)، بلغت نسبة تكرار استراتيجية التعزيز النسبة الأعلى من بين استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب مهراخ الخليلية بنسبة ٤٧.٥٪، ثم جاءت بعدها استراتيجية إعادة البناء بنسبة ٢٨.٥٪، ثم استراتيجية الإنكار بنسبة ١٩٪، وفيما يتعلق باستراتيجية التقليل من حجم الأزمة جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥٪.

كمثال على استخدام صفحة الجامعة العربية الأمريكية لتكتيك الإنكار في إدارة أزمة مقتل الطالب مهراخ الخليلية عبر الفيس بوك.

بقلوب يعتصرها الحزن والأسى تنعى أسرة الجامعة العربية الأمريكية شهيد العلم والمعرفة، الطالب في كلية التمريض مهراڤ خليلية، الذي توفي نتيجة شجار حصل خارج أسوار الجامعة، وتتقدم الجامعة بخالص العزاء لأسرة الفقيد ولزملائه، سائلين الله أن يسكنه فسيح جناته ويلهمنا وأهله الصبر والسلوان

ولضمان سلامة الطلبة أعلنت الجامعة عن تعليق الدوام اليوم السبت مع إخلاء حرم جنين من الطلبة، وأعلنت عن تجميد الكتل الطلابية وأنشطتها داخل الجامعة.

وفور وقوع الحدث قامت الأجهزة الأمنية بدفع تعزيزات كبيرة للمكان وفرض الأمن في محيط المنطقة.

ومن جانبها تتابع الجامعة بمسؤولية عالية تداعيات هذا الحدث، ودعت إلى ضرورة ضبط النفس، وضرورة تقصي الحقائق من مصادرها، رافضة أي شكل من أشكال العنف داخل أو في محيط حرمها الجامعي، وداعية الأجهزة الأمنية إلى ضرورة تحمل مسؤولياتها من خلال التواجد المستمر لقوى الأمن في المنطقة، وهذا ما طالبت به إدارة الجامعة مراراً وتكراراً.

٣١ مشاركة ١,٤ ألف تعليق
أعجبني تعليق مشاركة

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الخامس من خلال الاستبانة: الذي نص على: ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لشكل الرسالة؟

شكل الرسالة	مشاعر مستقلة الإسناد	مشاعر إسناد داخلي	مشاعر إسناد خارجي
إعلام حديث	٢٠٪	٥٣٪	٢٠٪
إعلام تقليدي	٧١٪	٢٪	٩٪
تواصل شفهي بدون إنترنت	٧٤٪	٤٪	١٠٪

نتائج سؤال الدراسة الفرعي السادس من خلال الاستبانة: الذي نص على: ما نوع المشاعر المتشكلة لدى الجمهور تجاه استجابة العلاقات العامة في الجامعة الأمريكية للأزمة وفقاً لمصدر الرسالة؟

مصدر الرسالة	مشاعر مستقلة الإسناد	مشاعر إسناد داخلي	مشاعر إسناد خارجي
طرف أول	٥٣٪	٨٪	٣١٪
طرف ثالث	١٥٪	١١٪	٦٦٪

* النتائج

١- خرجت نتائج الدراسة المتعلقة بتحليل المضمون أن أهم استراتيجيات الاستجابة التي وظفتها العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية خلال أزمة مقتل الطالب وفقاً للنظرية (SCCT) تمثلت باستراتيجية التعزيز، حيث احتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة التكرار، حيث تضمنت الرسائل

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الثالث من خلال الاستبانة: الذي نص على: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لشكل الرسالة؟

شكل الوسيلة الإعلامية	النسبة المئوية لتقبل الجمهور
الإعلام التقليدي	٨٨٪
الإعلام الحديث	٥٦.٤٪
التواصل الشفهي بدون إنترنت	٨٨.٣٪

نتائج سؤال الدراسة الفرعي الرابع من خلال الاستبانة: الذي نص على: ما مدى تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة وفقاً لمصدر الرسالة؟

مصدر الرسالة	النسبة المئوية لتقبل الجمهور للاستراتيجيات
طرف أول	٥٦.٢٪
طرف ثالث	٦٠.٩٪

الاتصالية للعلاقات العامة تكتيكات دور الضحية، والتذكير، والتملق خلال أزمة مقتل الطالب مهراڤ الخليلية عبر موقع الفيس بوك، تشابهت هذه النتيجة مع دراسة خفش (٢٠٢١)، حيث بلغت استراتيجية التعزيز أعلى نسبة باستخدام أسلوب التذكير والمدح، مع دراسة غول (٢٠١٥)، حيث خرجت الدراسة بأن مدرسة الهدى استخدمت تكتيك لعب دور ضحية مع أهالي الطلاب والمعلمات المتضررين في أزمة حادث السير.

٢- فيما يتعلق بنتائج المقابلات التي أجرتها الباحثة مع موظفي قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، أكد موظفو قسم العلاقات العامة أن الجامعة والعلاقات العامة تتعاملان مع الأزمات بشكل فعال، ولديهما قدرات ومهارات عالية في مواجهة الأزمات، كما وتمكنت الجامعة من مواجهة أي أزمات صادفتها في السنوات السابقة، كما وأشارت نتائج المقابلات أن الجامعة العربية الأمريكية لا تعتبر أي أزمة تحدث خارج إطار الجامعة أزمة تتعلق بها، كما ونفت وأنكرت مسؤوليتها عن مقتل الطالب مهراڤ خليلية، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة غول (٢٠١٥).

٣- وكان تقبل الطلاب للاتصال الشفهي بدون الإنترنت والإعلام التقليدي متقارباً بنسبة ٨٨.٣٪ و ٨٨٪، بينما كان تقبل الطلاب للاستراتيجيات الصادرة عن العلاقات العامة بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٦.٤٪ وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة (Hong & Kim, ٢٠١٨) التي أظهرت بأن هنالك أهمية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات للجامعات، إلا أن كيفية استخدام هذه الوسائل هي

الاستراتيجية الحقيقية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الخفش، ٢٠٢١) التي خرجت بأن أعلى أشكال الاتصال التي تم توظيفها من قبل وزارة الصحة الفلسطينية خلال أزمة كوفيد-١٩ هي وسائل التواصل الاجتماعي عبر موقع الوزارة الإلكتروني.

٤- بينت نتائج الدراسة أن تقبل الجمهور لاستراتيجيات الاستجابة الصادرة عن العلاقات العامة في الجامعة يختلف وفقاً لمصدر الرسالة (معلومات الأزمة الصادرة من المؤسسة نفسها أو الصادرة من طرف ليس له علاقة بالأزمة مثل صفحات إخبارية غير رسمية تنشر أخبار الأزمة)، حيث أن ٦٠.٩٪ من الطلاب تقبلوا المعلومات الصادرة عن الطرف الثالث وقت الأزمة، مقابل ٥٦.٢٪ من الطلاب الذين تقبلوا المعلومات الصادرة عن الطرف الأول وهو الجامعة العربية الأمريكية حيث أكد (coombs, 2014) بأنه عندما تكون المؤسسة أول من يثبت معلومات الأزمة للجمهور فإن أضرار الأزمة تكون أقل مقارنة بحصول الجمهور على المعلومات من مصدر خارجي.

٥- كانت مشاعر الطلبة عند توظيف وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة بالفيديو وإنستغرام مشاعر إيجابية داخلية وهي (الشعور بالذنب، الإحراج، العار)، أما مشاعر الطلبة عند توظيف الإعلام التقليدي خلال أزمة مهراڤ كانت مشاعر مستقلة الإيجابية وهي: (القلق، الخوف، التعاطف، التخوف)، وحين وظفت الجامعة العربية الأمريكية الاتصال الشفهي بدون إنترنت خلال أزمة مهراڤ كانت مشاعر الطلبة مشاعر مستقلة الإيجابية، وهي: (التعاطف، التخوف، الخوف،

القلق) حيث تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Austin, et al, 2012) التي أكدت على أن الغالبية العظمى من الجمهور خلال الأزمات يتجهون لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات الأزمة.

٦- بينت النتائج أن مشاعر الطلاب خلال أزمة مهرجان تختلف حسب مصدر الرسالة، حيث كانت مشاعر الطلاب تجاه تلقيهم معلومات من طرف أول وهو الجامعة العربية الأمريكية مشاعر مستقلة الإسناد، وهي: (التعاطف، الخوف، التخوف، القلق)، أما عند تلقيهم رسائل من مصدر ثالث أي طرف خارجي فكانت مشاعرهم ذات إسناد خارجي، وهي: (اشمئزاز، ازدراء، غضب، حزن) حيث تؤكد دراسة (Liu et al, 2011) على أهمية مصدر معلومات الأزمة في تقبل الجمهور لوسائل الأزمة.

* التوصيات

- ١- وجود خبراء لدى الجامعة في الاتصالات الاستراتيجية يمكنهم مراقبة وتقييم أعمال الجامعة عن كثب خلال أوقات الأزمات، وخاصة جهودها الاتصالية، سواء تم استقبالها بشكل إيجابي أو سلبي.
- ٢- لتعزيز نتائج هذه الدراسة، ينبغي إجراء المزيد من الأبحاث في المستقبل لاستكشاف نموذج الاتصال بالأزمات عبر الوساطة الاجتماعية عبر أنواع مختلفة من الأزمات.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

إبراهيم جمال. (٢٠١٩). دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية دراسة

حالة شركة اتصالات الجزائر. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية الانسانية، ١٨(١)، الصفحات ٢٦-٤٨.

أنيس القروي. (٢٠٢١). استراتيجية الاتصال المتكامل ودورها في إدارة الأزمات - مقارنة نظرية. مجلة إدارة المخاطر والأزمات، ١(٣)، الصفحات ٢٣-٨٥.

إيمان بن الصديق، و فتحية مبروكي. (٢٠٢١). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صور المؤسسة أثناء الأزمات بريد الجزائر نموذجاً. (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد بوضياف- المسيلة.

حسين هتمي. (٢٠١٥). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر والتوزيع.

سعيد عابنة. (٢٠١٨). واقع إدارة الأزمات بالجامعات الأردنية الحكومية في شمال الأردن. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٣(٢٦)، الصفحات ٣٤-٥٦.

عبد القادر صالح. (٢٠٢١). الأبعاد الأخلاقية والقانونية لممارسة مهنة العلاقات العامة. مجلة الجزيرة للعلوم التربوية والإنسانية، ١(١٨)، صفحة ١٢٧.

علي الزعبي، سلوى سليمان، و أسماء عبد الشافي. (٢٠٢٢). دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ١(٨)، الصفحات ١١٧-١٥٦.

لبحوث العلاقات العامة والإعلان (١١)،
الصفحات ٩٧-١٣.

إيمان مرسى. (٢٠٢١). دور العلاقات العامة الرقمية ب
الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا: دراسة
ميدانية على ممارسي العلاقات العامة. المجلة المصرية
لبحوث الإعلام، ٧٥(٧٥)، الصفحات ٣٣٧-
٣٧١.

بسام المشاقبة. (٢٠١٤). معجم مصطلحات العلاقات العامة
(المجلد ١). عمان: نبلاء ناشرون وموزعون ودار
أسامة للنشر والتوزيع.

بلال الأشقر، و هنادي دويكات. (٢٠٢١). دور دائرة
العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية في بناء
الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبتها من وجهة
نظرهم أنفسهم. (رسالة ماجستير). جنين،
فلسطين: الجامعة العربية الأمريكية.

حاتم الصالحى. (٢٠٢١). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة
نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. مجلة
الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ٢(٩)،
الصفحات ٤٧-٧٥.

حسن مكاي. (٢٠٠٥). الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد
١). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حسن نيازي الصيفي. (٢٠٢٠). استراتيجيات الاتصال التي
استخدمتها العلاقات العامة ببوينج عبر الإنترنت في
أزمة تحطم طائرة ماكس: دراسة تحليلية في
الفترة من ١٠ مارس وحتى نهاية يونيو ٢٠١٩.

غازي الصوري. (٢٠٢٢). أزمة التعليم في الجامعات
الفلسطينية وسبل علاجها. (رسالة ماجستير). غزة:

قاعدة بيانات الرسائل العلمية لجامعة الأقصى.
محمد سرحان الحمودي. (٢٠١٥). مناهج البحث العلمي
(المجلد ٣). دار الكتاب.

إبراهيم إمام. (١٩٨١). العلاقات العامة والمجتمع (المجلد
٤). الشروق للنشر والتوزيع.

أحمد الشربيني. (٢٠٢٣). دور العلاقات العامة الرقمية في
إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية (دراسة
ميدانية). مجلة بحوث كلية الآداب، ٤(٤٣)،
الصفحات ٣-٣٥.

أحمد رضوان. (٢٠١٢). استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة
في إدارة اتصالات الازمة: دراسة حالة على شركة
تويوتا. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الصفحات
١٥٩-٢١٤.

الجامعة العربية الأمريكية. (٢٠٢٣). عن الجامعة. تم
الاسترداد

<https://www.aaup.edu/ar/About-AAUP/Overview>

أمد للإعلام. (٢٠٢١). الجامعة الأمريكية بجنين تقرر فصل
كافة الطلبة اللذين شاركوا في جريمة مقتل "مهران
خليلية". تم الاسترداد من

<https://www.amad.ps/ar>

أنجي أبو سريع. (٢٠١٧). استخدام وسائل التواصل
الاجتماعي في إدارة الأزمات. المجلة العلمية

مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ٤(١)، الصفحات ٢٢٨-٢٦٥.

٢٦٥.

حلمي ساري. (٢٠١٥). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية- دراسة ميدانية في المجتمع القطري. مجلة الجامعة، ١(٢٤).

خالد إسحاق. (٢٠٢٠). فاعلية الاتصال الحواري في العلاقات العامة عبر الإنترنت مع جمهور مؤسسات التعليم العالي (دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة). مجلة الباحث العلمي، ٥٠(١)، الصفحات ٣٣-٣٤.

خلف التميمي. (٢٠١٨). استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات. تم الاسترداد من

<http://bit.ly/2VxTGEX>

خيرت عياد. (٢٠١٨). الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢(١٦)، الصفحات ٢٤٧-٢٨٢.

داليا عبد الله. (٢٠١٧). تأثير الاتصالات السلبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة المنتج على سلوك الجمهور المصري نحو مقاطعة شرائه. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٦٢(٢٠١٧)، الصفحات ٢٢٩-٣٠٥.

دانيا تكروني. (٢٠٢١). أثر القيادة التحويلية على أداء العلاقات العامة الرقمية في الجامعات الحكومية

محافظة جدة. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات

الاقتصادية والإدارية، ٢(٢٩)، الصفحات ١٨٥-

٢٠٨.

دنيا جاسم. (٢٠٢١). استراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور: طلبة جامعة الخليل نموذجاً. (رسالة ماجستير). نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

ربحي الجديلي. (٢٠٠٦). واقع استخدام أساليب إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة. (رسالة ماجستير). غزة: قاعدة بيانات الرسائل العلمية في الجامعة الإسلامية.

رشا خفش. (٢٠٢١). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الفلسطينية خلال أزمة وباء كورونا. (رسالة ماجستير). نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

سالم العزاوي. (٢٠٢١). العلاقات العامة الرقمية ودورها في ترتيب أولويات الجماهير: دراسة تحليلية لموقع منظمة الأمم المتحدة الإلكتروني. مجلة الباحث الإعلامي، ٥٤(١)، الصفحات ١٦٩-١٨٤.

سامر غول، و أحمد فتحية. (٢٠١٥). استراتيجيات الاستجابة للأزمات المحتملة الناجمة عن حوادث المدارس الخطيرة في ضوء نظرية الاتصال الموقفية

- للأزمات: دراسة حالة. (رسالة ماجستير). فلسطين: جامعة بيرزيت.
- سعيد السيد. (٢٠٠٢). استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة. القاهرة، مصر: دار العلوم.
- سلوى الجندي. (٢٠١٧). الأنشطة الاتصالية لشركة مصر للطيران لإدارة أزمة الطائرة MS807 القادمة من باريس. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ١(٢٠١٧)، الصفحات ١-٥٣.
- سهيل دياب. (٢٠٠٣). مناهج البحث العلمي. جامعة القدس المفتوحة.
- سيد جاد الله. (٢٠٢٠). دبلوماسية الجامعة العربية في مواجهة الأزمات الإقليمية. المجلة القانونية، ١٢(١)، الصفحات ٤٢-٨٤.
- طارق يونس. (٢٠٠٨). إدارة العلاقات العامة: مفاهيم ومبادئ وسياسات، مع إشارة للمعطى العربي والإسلامي. عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
- عائض الغامدي. (٢٠١٥). إدارة الأزمات لدى القيادات الجامعية بكليات التربية بالجامعات السعودية: دراسة ميدانية. مجلة التربية، ٥(١٦٥)، الصفحات ١٢-٧٥.
- عائدة الحجار. (٢٠١٦). ورقة تحليل سياسات أزمة التعليم العالي في الضفة الغربية وقطاع غزة. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية.
- عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١١). المدخل إلى العلاقات العامة (المجلد ١). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١٢). الإعلام وإدارة الأزمات. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- عبد الصادق حسن. (٢٠١٥). نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ٣(١)، الصفحات ٦٩-٩٨.
- عبد الله الموسى. (٢٠٢٢). خطوات اختيار عينة البحث العلمي. تم الاسترداد من موقع دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة: <https://drasah.com/Description.aspx?id=5752>
- عبد الوهاب كامل. (٢٠١٠). سيكولوجية إدارة الأزمات. دار الفكر.
- عبدالله ملوكي. (٢٠٢٠). فيروس كورونا: الأخبار الكاذبة والتزييف البصري في منصات الإعلام الاجتماعي: بين اتصال الأزمات وأزمات الاتصال. مجلة كلية التربية، ٤١(١)، الصفحات ٧١-٢٤.
- فاطمة حزالله. (٢٠٢٠). دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات، جامعة بيرزيت نموذجاً. (رسالة ماجستير). نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
- فهد بن أحمد الشعلان. (٢٠١٥). "القوة الناعمة في إدارة الأزمة بين التمجيد والتجميد. مجلة الأمن والقانون:

محمد يوسف . (٢٠٠٣). مدخل إلى العلاقات العامة (المجلد

٢). الأكاديمية السورية الدولية.

محمود جادالله. (٢٠١٥). إدارة الأزمات. دار أسامة للنشر والتوزيع.

محمود خلوف. (٢٠١٩). العلاقات العامة في العصر الرقمي. دار أسامة للنشر والتوزيع.

مها الراشد. (٢٠٢٢). دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية، دراسة تحليلية على البنوك في مملكة البحرين. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٦(٨)، الصفحات ١١١-١٢٩.

مي عبد اللطيف. (٢٠١٧). كفاءة الاستراتيجيات الاتصالية للاستجابة للأزمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة: دراسة حالة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ١٦(١٦)، الصفحات ٢٦٣-٣١٠.

نبيل النجار، و ماجد الزعبي. (٢٠١٨). أساليب البحث العلمي. دار الحامد للنشر والتوزيع.

نواف قطيش. (٢٠٠٩). إدارة الأزمات. دار الراية.

وائل فضل الله، و خضر مبارك . (٢٠١١). أثر الفيسبوك على المجتمع. موقع مكتبة النور.

وكالة معاً الاخبارية. (٢٠٢١). الجامعة الأمريكية تصدر قرارات جديدة بعد مقتل الطالب خليلية. تم الاسترداد من

<https://www.maannnews.net>

أكاديمية شرطة دبي، ٢(٢٣)، الصفحات ٣٣٧-٢٨٥.

مبتعث للدراسات والاستشارات الاكاديمية. (٢٠١٧). المنهج الوصفي، تعريفه وخصائصه. تم الاسترداد من <https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185>

محسن الخضيرى. (٢٠٠٣). إدارة الأزمات . مجموعة النيل العربية.

محمد الحريري. (٢٠١٩). استراتيجيات إدارة الأزمات في الجامعات الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في جامعات العالم العربي والإسلامي. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، ٤(١)، الصفحات ١٢-٧٢.

محمد الرويلي. (٢٠١٢). تصورات معلمي المدارس الخاصة لممارسة مديريهم للدور القيادي باستخدام النظرية الموقفية في محافظة القريات. مجلة كلية التربية بالمتصورة(٨١)، الصفحات ٤٩١-٥٤١.

محمد بوقصاع. (٢٠١٦). العلاقات العامة وإدارة الأزمات رؤية قرآنية. مجلة جامعة عمار ثليجي بالأغواط، ٤٣، الصفحات ١-١٨.

محمد حافظ. (٢٠١١). العلاقات العامة. دار الفجر للنشر والتوزيع.

محمد عبد السلام. (٢٠١٥). استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة. القاهرة، مصر: دار العلوم.

- Austin, L., Fisher Liu, B., & Jin , Y. (2012). How audiences seek out crisis information: exploring the social-mediated crisis communication model. *J Appl Commun Res*, 40(2), pp. 188-207.
- Bakos, L. (2018). Crisis management between public relations and the Holonic multi-agent approach. *Procedia-social and behavioral sciences*, 2(28), pp. 527-534.
- Cheng , Y. (2020). The social-mediated crisis communication research: Revisiting dialogue between organizations and publics in crises of China. *Public Relat Rev*, 46(1).
- Coombs, H. (2015). CSR as crisis risk: expanding how we conceptualize the relationship. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(2), pp. 144 - 162.
- Coombs, W. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from situational crisis communication theory. *The Journal of Business Communication* (1973), 41(3), pp. 265-289.
- Coombs, W. (2006). The protective powers of crisis response
- Austin, L., & Jin, Y. (2015). Approaching ethical crisis communication with accuracy and sensitivity: Exploring common ground and gaps between journalism and public relations. *Public Relations Journal*, 8(5), pp. 1-26.
- Garcia, E. (2011). A tutorial on correlation coefficients, information-retrieval. Retrieved from bibbase: file:///C:/Users/user/Downloads /2011-A_Tutorial_on_Correlation_Coefficients.pdf.
- Agnes, M., & Guralnik, D. (1999). Webster's new world college dictionary.
- Alzahrani, F. (2016). The role of public relations in organizational crisis management. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(1), pp. 1085-86.
- Apuke, O., & Tunca, E. (2019). SOCIAL MEDIA AND CRISIS MANAGEMENT: A REVIEW AND ANALYSIS OF EXISTING STUDIES. pp. 199-215.

- on perceived crisis severity and attitudes of key publics. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(10).
- Hussain, S. (2014). Crisis communication at higher education institutions in South Africa: A public relations perspective. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(2), pp. 144-151.
- Kwok, L., Lee, J., & Han, S. (2022). Crisis Communication on Social Media: What Types of COVID-19 Messages Get the Attention? *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(4), pp. 528-543.
- Liu, B., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37(4), pp. 345–353.
- Pahwa, A. (2020). what is Public Relations and its functions. Retrieved from eedough.com/what-is-public-relations-pr-functions-types-examples
- Rensburg, A., Conradie, D., & Dondolo, B. (2017). THE USE OF THE SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3), pp. 241-260.
- Coombs, W. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), pp. 163-177.
- Coombs, W., & Holladay, S. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*(16), pp. 165-186.
- Fraenkel, R., & Wallen, E. (1996). How to design and evaluate research. USA: Mc. Fraw-Hill Inc.
- Freberg, K. (2012). Intention to Comply with Crisis Messages Communicated via Social Media. *Public Relations Review*(38), pp. 416–421.
- Hong, S., & Kim, B. (2018). Exploring social media use in university crisis communication: An experiment to measure impact

THEORY TO STUDY CRISIS
RESPONSE STRATEGIES AT
A UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY. *Communitas*,
22(10).

Wang, Y., & Chen, J. (2022). What
Motivates Information Seeking
and Sharing During a Public
Health Crisis? A Combined
Perspective From the Uses and
Gratifications Theory and the
Social-Mediated Crisis
Communication Model. *Journal
of International Crisis and Risk
Communication Research*, pp.
155-184.

White, C. (2011). *Social Media, Crisis
Communication, and
Emergency Management:
Leveraging Web 2.0
Technologies*. Retrieved from
10.1201/b11251.