



**Prof.Dr Mohamed  
Jiyad Zein El Din**

E-Mail :

[Mohamed\\_m\\_72@yahoo.com](mailto:Mohamed_m_72@yahoo.com)

Phone Number :

07902955027

**Abdul Rahman Imad  
Ismael Al Dulaimi**

E-Mail :

[abdulrahmanemaid1993@gmail.com](mailto:abdulrahmanemaid1993@gmail.com)

Phone Number :

07818119130

Iraqi University/ College of Mass  
Communication/ Public Relations  
Department

*Keywords:*

- Public relations.
- Digital media.
- Management of the Covid-19 crisis.
- Facebook.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received : 4 / 4 /2022

Accepted : 10 / 5 /2022

Available Online : 27 / 6 /2022

## THE USE OF DIGITAL PR IN MANAGING THE COVID-19 CRISIS

Facebook as a model

### ABSTRACT

The study aims to identify the use of digital public relations practitioner in managing the crisis of Covid (19). A dynamic characterized by continuous change and facing various challenges. The need for digital public relations to communicate effectively with the public has emerged, using various tools and means, especially to deal with health crises. It is concerned with several roles to form a link between these institutions and the public, and thus seeks to combat rumors surrounding the institution to adopt A good reputation for the institution with the public, so health institutions are in constant need of digital public relations activities all over the worldThe survey method was used, which is one of the most widely used methods in the fields of media studies, which allows collecting data about the research community to study its reality and achieve its goals.

© 2021 M.S.A.R, College of Media | The Iraqia

University

## استخدام ممارس العلاقات العامة الرقمية في إدارة أزمة كوفيد(١٩)

موقع الفيسبوك انموذجاً

### المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام ممارس العلاقات العامة الرقمية في إدارة أزمة كوفيد(١٩)، تتعرض المؤسسات الصحية كافة بمختلف مجالاتها إلى الكثير من الأزمات، وهي في بيئة تؤثر وتتأثر، مما يتسبب في فقدان وانهيار سمعتها وصورتها الذهنية لدى جماهيرها، فهي تعيش في بيئة ديناميكية تتسم بالتغير المستمر وتواجه تحديات مختلفة فظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة الرقمية للتواصل الفعال مع الجمهور، وذلك باستخدام أدوات ووسائل متعددة خاصة للتعامل مع الأزمات الصحية، فهي معنية بأدوار عدة لتشكيل حلقة وصل بين هذه المؤسسات والجمهور، وتسعى بذلك إلى محاربة الشائعات التي تحيط بالمؤسسة لتبني سمعة طيبة للمؤسسة لدى الجمهور، لذا فإن المؤسسات الصحية بحاجة مستمرة إلى أنشطة العلاقات العامة الرقمية في كل أنحاء العالم، حيث تم استخدام المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج المستخدمة في مجالات الدراسات الإعلامية والتي تتيح جمع البيانات حول مجتمع البحث لدراسة واقعه وتحقيق أهدافه.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام،

أ.د. محمد جواد زين الدين

الإيميل :

[Mohamed\\_m\\_72@yahoo.com](mailto:Mohamed_m_72@yahoo.com)

رقم الهاتف : ٠٧٩٠٢٩٥٥٠٢٧

عبد الرحمن عماد

إسماعيل الدليمي

الإيميل :

[abdulrahmanemaid1993@gmail.com](mailto:abdulrahmanemaid1993@gmail.com)

رقم الهاتف : ٠٧٨١٨١١٩١٣٠

### عنوان عمل الباحث:

الجامعة العراقية/ كلية الإعلام/  
قسم العلاقات العامة

### الكلمات المفتاحية:

- العلاقات العامة.
- الإعلام الرقمي.
- إدارة أزمة كوفيد ١٩.
- موقع فيسبوك.

### معلومات البحث

### تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٢ / ٤ / ٤

القبول : ٢٠٢٢ / ٥ / ١٠

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٢ / ٦ / ٢٧

**المقدمة :** أصبحت العلاقات العامة مع التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال والتنظيمات ضرورة لا غنى عنها لأي تنظيم يستهدف الثبات والاستقرار، وتعد إدارة العلاقات العامة جزءاً حيوياً من البناء التنظيمي لأي مؤسسة، ولأيمكن ان نتغافل أهمية دورها في كسب السمعة الطيبة وبناء الثقة المتبادلة بين

الإدارة العليا للمؤسسة والجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة على اختلاف وتنوع فئاته وتتضح أهمية العلاقات العامة عند مواجهة المؤسسة لازمة ما، حيث تقوم بدورها قبل وبعد حدوث الازمة، وذلك عن طريق التخطيط الوقائي والعلاجي والطارئ التي تعمل باستمرار في وضعها وتطويرها، الامر الذي حول ممارسي العلاقات العامة من العمل كمنفذي اتصالات الى مشاركي في إدارة الازمة وعملية صنع القرار الخاص باستراتيجية اتصالات الازمة وأساليب تنفيذها، ولما كانت المواقع الالكترونية من العوامل الأساسية في المساعدة على تطوير قدرة العلاقات العامة بدرجة تجعلها تؤدي دورًا أكثر فاعلية في المؤسسات الخاصة والحكومية ، فقد عكست هذه التطورات تغيرات في توجهات ممارسي العلاقات العامة وسعيهم نحو إيجاد افضل الطرق لخدمة الجمهور من خلال قنواتهم الاتصالية، وقد أسهمت تكنولوجيا الاتصال في إدارة الازمات خلال السنوات الأخيرة أي منذ القرن العشرين، وبعد ان كانت دراسات إدارة الازمة تميل الى الاهتمام بالجوانب الاقتصادية والإدارية والسياسية لها، ومع دخول الالفية الثالثة نركز الاهتمام على اتصالات الازمة باعتبارها محورًا اساسيًا لا غنى عنه لنجاح إدارة الازمات على اختلاف نطاقها ومجالاتها وانواعها، ومن ناحية أخرى أصبحت اتصالات الازمات لا تعني فقط بمواجهة احداث الازمة، والحد من تأثيراتها السلبية، وانما تنطرق الى الاهتمام بالاستراتيجيات الوقائية التي تعمل على منع الازمة وتلافي أسباب حدوثها على نطاق البيئتين الداخلة والخارجية للمؤسسات، ونظرًا لأهمية العلاقات العامة الرقمية، ودورها في إدارة الازمات كان موضوع هذا البحث " استخدام ممارسي العلاقات العامة الرقمية في إدارة ازمة كوفيد ١٩ .

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث:

بعد مراجعة البحوث والدراسات المتاحة التي قامت بدراسة فاعلية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الصحية تبين أن هناك قصوراً واضحاً في دراسة هذا الجانب المهم، لذا فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول فاعلية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الصحية، عن طريق دراسة تحليلية لموقع وزارة الصحة العراقية، وقد تحددت مشكلة البحث في تساؤل رئيسي (مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة الرقمية في إدارة أزمة كوفيد ١٩) وينبثق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

١- ما الاساليب الاقناعية التي يستخدمها موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية في مواجهة أزمة كوفيد ١٩؟

٢- ما أهداف منشورات موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية؟

٣- ما المصادر التي يعتمد عليها موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية في جمع المعلومات عند مواجهة أزمة كوفيد ١٩؟

### ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يتصدى له، ويمثل مقدمة علمية للدراسات المستقبلية في واحدة من أهم مجالات الحياة وهي الازمات الصحية، والتي أصبحت حديث الساعة والقضية الأكثر تداولاً في المشهد العالمي اليوم، لتكن بذلك محل اهتمام الدول والحكومات والمنظمات الدولية على

اختلاف سياستها وتوجهاتها لارتباطها بوعي الفرد والمجتمع ، وإبراز فاعلية العلاقات العامة في ذلك. ويمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى أهمية تطبيقية ، أهمية علمية كالاتي:

١ - **الأهمية العملية:** تحدد الأهمية العملية لهذا البحث في النقاط التالية:

- أهمية فاعلية العلاقات العامة الرقمية في جميع المنظمات والأجهزة والقطاعات الأهلية والحكومية.
- أهمية وزارة الصحة العراقية كوزارة مسؤولة عن الاهتمام بالصحة العامة للمواطنين ورسم خطة السياسة الصحية بالعراق .
- يمكن أن يكون هذا البحث إحدى الأدوات التي توفر فرصة لتطوير أداء عمل العلاقات العامة بوزارة الصحة.

٢ - **الأهمية العلمية:** تتحدد الأهمية العلمية لهذا البحث في النقاط الآتية:

- يعد موضوع البحث الحالي من الموضوعات التي لم تتناول بالشكل الكافي والعميق الذي تستحقه، لذا تعد هذه الدراسة إضافة مهمة للحقل العلمي المتخصص، وبخاصة في مجال جوهري من مجالات العلاقات العامة
- توفر مادة علمية للباحثين تفتح لهم أفاقاً جديدة في دراسة العلاقات العامة وإدارة الأزمات الصحية.

### **ثالثاً: أهداف البحث:**

يهدف هذا البحث الى تحقيق الإجابة على التساؤلات التي وضعها الباحث في عرض مشكلة الدراسة والمتمثلة بالآتي:

- ١- التعرف على الاساليب الإقناعية التي يستخدمها موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية في مواجهة أزمة كوفيد ١٩ .
- ٢- معرفة أهداف منشورات موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية.
- ٣- رصد المصادر التي يعتمد عليها موقع الفيسبوك لوزارة الصحة العراقية في جمع المعلومات عند مواجهة أزمة كوفيد ١٩ .

### **رابعاً: نوع البحث ومنهجه:**

اقتضت الدراسة اعتماد (المنهج المسحي) الذي يضمن تحديد متغيرات البحث وتأثيرها نحو الظاهرة موضوع البحث، فضلاً عن كونه من المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، من أجل جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها على وفق أسلوب علمي ومنهجي، وتم الإستعانة بأداة تحليل المضمون وهو الأسلوب الذي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون.

## خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بـ (الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة العراقية)، وتم اعتماد أسلوب الحصر الشامل لموضوعات الموقع الإلكتروني، للمدة من (٢٠٢١ /٣/١م الى ٢٠٢١/٦/١م) حيث تم حصر جميع منشورات الموقع والبالغ عددها (٦٤٩) منشوراً والمتعلقة بالأزمات الصحية ولمدة ٣ اشهر.

## سادساً: حدود البحث:

اتخذ البحث حدود، تمثلت على وفق الآتي:

١. **الحدود المكانية:** تضمنت الحدود المكانية للبحث الصفحة الرسمية لوزارة الصحة العراقية على موقع الفيسبوك كونها الأكثر نشرًا لموضوعات أزمة كوفيد ١٩ من غيره من المواقع والتطبيقات التي تستخدمها الوزارة.

٢. **الحدود الزمانية:** ويتمثل في المدة الزمنية المحددة للبحث التي تم تحديدها للمدة من ٢٠٢١/٣/١م الى ٢٠٢١/٦/١م، كون هذه المدة شهدت عدة أزمات صحية منها أزمة جائحة كورونا، وهذا انعكس على نشاط الصفحة الرسمية لوزارة الصحة العراقية على موقع فيسبوك وتكثيف نشر الموضوعات الخاصة بالتوعية والتنقيف الصحية.

## المبحث الثاني: العلاقات العامة الرقمية

### أولاً: العلاقات العامة الرقمية:-

انعكست التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن أهمها الانترنت على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة واتصالية في المؤسسة، فأصبح لزاماً على ممارسيها إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية على ضوء البيئة الاتصالية الجديدة التي أفرزت مصطلح "العلاقات العامة الإلكترونية"<sup>(١)</sup>، ولم يقتصر التأثير في تغيير طرق التواصل التي يتبعها المتخصصون في هذا المجال، بل اتسع نشاطها عن طريق قنوات اتصالية حديثة مستخدمة، البريد الإلكتروني، مواقع الويب، الرسائل الفورية، الدردشة، لوحات الإعلانات، التلفزيون التفاعلي، مجلة المؤسسة الإلكترونية ومازالت هذه القائمة في تزايد مستمر، دون تجاوز العديد من أشكال الاتصال الأخرى على غرار الإشهار الإلكتروني، التسويق الشبكي، التعاملات التجارية عبر الأنترنت... وغيرها<sup>(٢)</sup>.

وقد استفادت العلاقات العامة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في فتح مجالات مختلفة لعلم العلاقات العامة والتفاعل مع جمهورها عبر أدوات التواصل التي أتاحتها شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وعزز من ذلك زيادة استخدام شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية تجمع بين نمطي

(١) جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ٢٦.

(٢) رفاص الوليد، العلاقات العامة الإلكترونية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة الحقوق، والعلوم السياسية، الجزائر، جامعة عباس لغزور، العدد ١٢، ٢٠١٩م، ص ٢٦٢.

الاتصال الشخصي مع جمهورها، وأصبح استخدام المواقع الإلكترونية من أبرز أساليب التواصل بين المؤسسة<sup>(٣)</sup>.

كما أن المؤسسات الحكومية في الوقت الراهن تواجه تحديات كبيرة، ولاسيما بعد ظهور وسائل الإعلام الرقمي، مما فرض عليها ضرورة مواكبة التطورات الراهنة، فلا بد من تزويد العلاقات العامة بكافة وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تساعدها على الكفاح من أجل البقاء، لأن أي ضعف في الوسائل الاتصالية قد يسبب فجوة في عمل العلاقات العامة يصعب على المؤسسة تجاوزها، ويتبعه فشل في أداء وظائف العلاقات العامة والتواصل مع الجمهور، ومن ثم كان لظهور العلاقات العامة الرقمية أثراً كبيراً في زيادة قدرة المؤسسة على خدمة المجتمع بشكل أكثر فاعلية، وزيادة تواصل المؤسسات الحكومية وقربها من الجمهور الداخلي والخارجي مما يساعدهم أن يكونوا أكثر مشاركة في الإدارة والسياسة العامة للمؤسسة وفي المقابل تكون أكثر استجابة لهم، كما تسهم في إدارة الأزمات بشكل أكثر سرعة وفاعلية، وبإمكان المؤسسات الحكومية الاعتماد على الاتصال الرقمي في دعم عمل العلاقات العامة من أجل الوصول إلى أهداف المؤسسة التي تسعى إلى تحقيقها<sup>(٤)</sup>.

وتعرف العلاقات العامة الرقمية بانها: "العملية التي يتم بها استخدام أدوات وتقنيات الانترنت مثل محركات البحث والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية في نقل الرسائل الى الجمهور، ونشر المعلومات بدون الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية"<sup>(٥)</sup>.

## ثانياً: أهمية ومهام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية

إن عصر المعلومات ترك للانترنت والتكنولوجيا أثر فعال في العلاقات العامة كسرعة توفير المعلومات وإعداد النشرات باستخدام أجهزة الطباعة السريعة، مما جعل إمكانية إجراء المسح وتقديم النشرات الإخبارية وطباعة الكتب والأدلة وتقديم الدراسات المتعلقة، ميسورة بشكل لا يقارن بما سبقه، كما أن الحاسب الآلي والانترنت الآن ضرورياً في كل مكاتب ممارسي العلاقات العامة الحديثة، فضلاً عن ميزات وفوائده المعروفة في معالجة المسائل والمعادلات وإعداد الجداول وحفظ المعلومات والملفات الهائلة، إذ أصبح ضرورة أساسية في الطباعة بلغات متعددة، وإنجاز التصاميم الفنية والعلمية وأغلفة المجلات والكتب وكذلك الربط بشبكات الإنترنت والاتصال بالمواقع الإلكترونية والاجتماعية، وقد

(٣) Spiro Kiouis، Jasje Strobak، Principles And Applications Political Public Relations، (New York: Routledge for Published, 2011)، P20.

(٤) محمود عبدالباسط، أحمد هاشم، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة، دراسة من منظور ممارسي العلاقات العامة في العالم العربي، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، المجلد ٩، العدد ٣، ٢٠١٤م، ص ٤٠.

(٥) حاتم علي، العلاقات العامة والاتصال التفاعلي على المواقع الإلكترونية والاجتماعية، ( القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٨م)، ص ٩٤.

برزت العلاقات العامة الرقمية أكثر فعالية وكفاءه من ذي قبل وذلك بسبب ما قدمته التكنولوجيا من سهوله" في الاتصالات كما أنها قللت التكلفة والوقت لموظفي العلاقات والمستهلكين<sup>(٦)</sup>.

كما تعددت استخدامات الإنترنت في عمل العلاقات العامة الرقمية وتبوتت مكاناً بارزاً حيث ان المؤسسات و الشركات الصغيرة منها غير الربحية ان تصمم لها مواقع على الشبكة، والذي بدوره يمثل الوجه الأول لتلك المؤسسة أمام مئات الملايين من الجمهور، وسخرت أقسام العلاقات العامة أخصائيين ومجموعات لتطوير تلك المواقع، بينما ازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الإعلام الجديدة والاتصالات المباشرة، ونتيجةً للازدهار الهائل في اتصالات الإنترنت فليس ثمة وسيلة للاتصال بالجمهور أفضل من تطوير المواقع على الشبكة والعمليات بين مواقع الإنترنت، وعلى الشاكلة ذاتها اصبح الاهتمام بالكمبيوتر وما يقدمه لموظف العلاقات العامة كثيرًا على معظم نقاش صناعة العلاقات العامة، ومثل هذا التطور ليس وقتياً، بل سيتواصل ويدوم ويتطور، ويتطلب كل ذلك من ممارسي العلاقات العامة مواكبة هذه التطورات<sup>(٧)</sup>.

### ثالثاً: اهداف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية وهي:<sup>(٨)</sup>

١. إدارة سمعة المؤسسة والأفراد عبر الانترنت.
٢. استخدام الانترنت في نقل ثقافه المؤسسة الى المجتمع وتوضيح أهدافها للجمهور الداخلي والخارجي.
٣. بناء علاقات مع قادة الراي العام في المجتمع، عن طريق الانترنت والقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع.
٤. إدارة الازمات التي تتعرض لها المؤسسة عن طريق الانترنت.
٥. تدعيم العلاقات مع الفئات النوعية للجمهور الذي تتعامل معه المؤسسة كجمهور المستثمرين والموردين باستخدام أدوات الانترنت.

### رابعاً: وسائل الاتصال الحديثة للعلاقات العامة الرقمية

ترتبط العلاقات العامة ارتباطاً جذرياً بالاتصال (Communication) باعتبار أن الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار و الشيوخ و الفهم المشترك لفكرة أو موضوع أو قضية، عن

(٦) وليدة حدادي، العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ٣٠، ٢٠١٨م، ص ١٠١.

(٧) Peter Langgolan, Yang, International Public Relations and Public Diplomacy (New York: Library of Congress, 2015), p3.

(٨) ياس خضير البياتي ، الاعلام الجديد، (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٤م)، ص ٢٣١.

طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات<sup>(٩)</sup>.

أدت التطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الحديث للاتصال الى تغيير طبيعة المهنة وطرق ممارستها، وكان تأثير تكنولوجيا المعلومات قد احدث تأثيراً على ممارسة العلاقات العامة، حيث استفادة منه في القيام بأعمالها وتنفيذ مهامها وتحقيق أهدافها<sup>(١٠)</sup>، وفي عصر التكنولوجيا الاتصالية الرقمية يتطلب ضرورة تطوير العمل والأداء الى استخدام تكنولوجيا الاتصال الرقمي داخل المؤسسات المختلفة وهو الدور المهم التي اتجهت إليه العلاقات العامة، وعملت على تحقيقه بجانب أدوارها المعتادة بما تطلب تطوير ثقافتها وألياتها ووسائلها وتطوير استراتيجياتها للتعامل مع جمهورها المتنوع وتوصيل رسائلها اليهم، ولتحقيق اهدافها يتطلب استخدام وسائل الاتصال الرقمية، والتي شهدت تطورات كثيرة خلال السنوات الأخيرة، وتزايد الاقبال عليها مع اكتساب الخبرات والمهارات لتحقيق الفائدة الكبرى واستخدام الإمكانيات المهمة، وتطلب ذلك تغير الاستراتيجيات العامة والتوجهات التي تعتمد عليها العلاقات العامة<sup>(١١)</sup>.

وتقوم العلاقات العامة بتطوير برامجها واستراتيجياتها لتتلاءم مع عصر الاتصال الرقمي وهو ما عملت عليه اغلب المؤسسات الحديثة التي تهتم بجمهورها وخدمتهم وانشاء مواقع الكترونية حديثة لمؤسساتهم لغرض سهولة وسرعة الوصول الى الجمهور.

والعلاقات العامة الرقمية تعتمد التطورات التكنولوجية الحديثة للاتصال والتواصل مع جمهورها عبر الطرق الاتية<sup>(١٢)</sup>:

١. الموقع الإلكتروني : وهو الموقع الذي تبنيه المؤسسة على الشبكة الإلكترونية، فضلاً عن أنه مركز النشاط الإلكتروني لممارسي العلاقات العامة لبناء علاقاتها مع الجمهور الإلكتروني.
٢. الرسالة الإخبارية الإلكترونية : هي امتداد وتطوير طبيعي للرسالة الإخبارية التقليدية وتستخدمها أغلب المؤسسات الحديثة لتتصل بجمهورها.
٣. البريد الإلكتروني : ويعد أكثر الأشكال انتشاراً على شبكة الانترنت ويكون أداة فعالة من أدوات العلاقات العامة الحديثة، إذ يستخدم لإرسال الرسائل الإخبارية لعدد واسع من الجمهور المستخدم والمستهدف.

(٩) خيرت عياد، احمد فاروق، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت، ط٢،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٧ م)، ص ١٩.

(١٠) فؤاده البكري، العلاقات العامة الالكترونية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٨م)، ص ١٠٦.

(١١) السيد حنفي عوض، العلاقات العامة واساليب اتصال المجتمع، (الإسكندرية: دار الكتب والدراسات العربية، ٢٠١٨م)، ص ١١٥.

(١٢) محمد ناجي الجوهر، المواد الاعلامية والتقليدية والالكترونية في العلاقات العامة، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٣م)، ص ٢٠٦.

٤. **جماعة المناقشة** : تؤدي جماعات المناقشة عبر الانترنت أهمية خاصة بالنسبة لوظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة لمنع أي سوء فهم أو نقل لمعلومات غير صحيحة عنها.

٥. **مواقع التواصل الاجتماعي** : تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي، ولاسيما استخدامات العلاقات العامة في عمل المؤسسات الحديثة مثل: الفيس بوك و التويتير واليوتيوب دوراً مهماً في نقل الإخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في المؤسسة لأهميتها الخاصة لإدارات العلاقات العامة<sup>(١٣)</sup>.

**خامساً: المبادئ الأخلاقية لممارسي العلاقات الرقمية** : تتجسد المبادئ الأخلاقية لممارسي أنشطة العلاقات العامة الرقمية على وفق الآتي:<sup>(١٤)</sup>

١. ينبغي لممارسي العلاقات العامة في ظل التحول الهائل السريع للعالم الذي بات أشبه بقرية عالمية توظف هذه الثورة الهيكلية لمعلوماتهم، والتعامل مع القضايا التي تظهر فجأة وتغييرات السوق.

٢. باتت المؤسسات وموظفو العلاقات العامة على حد سواء أمام تحدي في كيفية توجيه اتصالاتهم مع الجمهور بشكل أكثر تركيزاً، ومحددًا بشكل كبير، ويتم ذلك عن طريق تحديد الأفكار وتكثيفها، ومعرفة الشريحة التي يخاطبونها.

٣. عدم الاسهاب والإيجاز في عرض البيانات والمعلومات على شبكة الويب؛ نظرًا للتطور التعليمي للزبائن الذين باتوا أكثر ذكاءً وقدرةً على استخدام أوساط الإعلام وأجهزة الكمبيوتر.

٤. عدم استغلال الحوار عن بعد بغرض الترمويه والتتكر.

٥. نزاهة آلات البحث والتصفح والأمانة العلمية والملكية الفكرية.

٦. ضرورة أن تكون التكنولوجيا آمنة وعدم تهديد حرية الإنسان وخصوصيته الفردية.

### سادساً: مفهوم الأزمة:

تعد الأزمة من الأحداث المهمة في دورة حياة المؤسسات والمجتمعات كافة، كما لم يحدد لها مفهوماً محدداً وشاملاً؛ وذلك لاختلاف وجهات النظر في هذا المصطلح، تبعاً لطبيعة الجهات التي تتعامل مع الجوانب المهمة لظهور الأزمة وأهدافها ومتطلبات تلك الجهات، فضلاً عن معالجتها بحرفية تمنع تفاقمها<sup>(١٥)</sup>، ومصطلح الأزمة (Crisis) يرجع إلى الأصل اللاتيني ذات الأصول الإغريقية (Krineir) وتعني نقطة التحول التي تحدث عندما يتغير الحال إلى الأفضل أو الأسوأ، وهي لحظة حاسمة أو وقت

<sup>(١٣)</sup> صباح انور محمد، استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية، دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة، جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣٧، ٢٠١٧م، ص ٧٩.

<sup>(١٤)</sup> محمود شافعي فرحات، المهارات الاتصالية لممارسي العلاقات العامة، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٢٥١.

<sup>(١٥)</sup> بلال خلف السكارنه، إدارة الازمات، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ٤٠.

حرج وعصيب<sup>(١٦)</sup>، ويتحدد مفهوم الأزمة بأنها موقف مفاجئ يحدث عنه إرباكاً في تسلسل الأحداث اليومية للمؤسسة، ويؤدي إلى جملة من التفاعلات ينجم عنها تهديدات ومخاطر مختلفة للمؤسسة، مما يجب اتخاذ قرارات سريعة ومدروسة لتجاوز الأزمة<sup>(١٧)</sup>.

### سابعاً: خصائص وسمات الأزمة:-

من التعريفات الأنفة الذكر، تتضح لنا قوة التحديات التي تواجه القائمين على إدارة الأزمات، فهذه الإدارة تتطلب التخطيط العلمي والتدريب على التحرك السريع والإعداد للتفاعل الإيجابي مع أحداث يصعب التنبؤ بها وبتطوراتها على نحو دقيق؛ لذلك فالأزمات تتسم بالخصائص الآتية<sup>(١٨)</sup>.

١. إن الأزمة حدث مفاجئ .

٢. إن الأزمة يتعرض لها الجميع على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمع المحلي والقومي والهيئات والمؤسسات .

٣. إن الأزمة نقطة تحول تزداد فيها الحاجة إلى زيادة الأفعال وردودها لمواجهة الظروف الطارئة

٤. الأزمة عملية واضحة ينشأ عنها توتر وقلق وضغوط تتطور بسرعة عبر الزمن، تؤدي إلى إرباك كبير، وتثير مشاعر الخوف والصدمة وينتج عنها حدوث مشكلات كبيرة .

٥. إن حل أي أزمة لا يعني تقديم ضمانات أو تأمين بعدم تكرار أزمة مثلها في المستقبل، فالأزمة يمكن أن تتكرر وتحدث في أي وقت .

٦. تتميز الأزمة بدرجة عالية من الشك في القرارات المطروحة ويصعب فيها التحكم في الأحداث.

٧. ضغط الوقت وضيقه والحاجة إلى اتخاذ قرارات صائبة وسريعة مع عدم وجود احتمال للخطأ، إذ لا وقت لإصلاح الخطأ .

٨. التهديد الشديد للمصالح والأهداف، مثل انهيار الكيان الإداري أو سمعة مُتخذ القرار وكرامته .

٩. المفاجأة والسرعة التي تحدث بها، كما تحدث أحياناً على الرغم من أنها قد تكون متوقعة وغير مفاجئة<sup>(١٩)</sup>.

(<sup>١٦</sup>) مهند محمود وهيب، سحر خليفة سالم، المعالجة الصحفية لازمات المياه، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م)، ص ٦٠.

(<sup>١٧</sup>) روبرت أولمر، التواصل الفعال مع الازمات، ترجمة احمد الغربي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٣.

(<sup>١٨</sup>) روبرت أولمر، التواصل الفعال مع الازمات، ترجمة احمد الغربي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٣.

(<sup>١٩</sup>) حنان احمد سليم، العلاقات العامة وإدارة الأزمات، (القاهرة: دار الكتاب الحديث للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٣٤.

## ثامناً: أنواع الازمة: تصنف الازمة في العالم والمجتمعات الى أنواع متعددة منها:

١. الازمة الاقتصادية: وهي اضطراب مفاجئ يطر على التوازن في احد الأنشطة الاقتصادية أو في مجمل النشاط الاقتصادي في بلد ما أو عدة بلدان من العالم، وبصورة عامة تطلق على الخلل الناشئ على اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، وخير دليل على ذلك ازمة (كوفيد ١٩) التي أوقفت جميع مفاصل الحياة الإنتاجية والصناعية في اغلب بلدان العالم.<sup>(٢٠)</sup>

٢. الازمة السياسية: وتعد من أكثر الأزمات شيوعاً، وأكثرها تداولاً في وسائل الإعلام يومياً بوجوه مختلفة، فالنظم السياسية في دول العالم المختلفة، تمر بأزمات منها أزمات الثقة، والأزمات الدستورية، والأزمات الوزارية، وأزمات القيادة، وأزمات النظام، سواء على الصعيد المحلي أو الإقليمي.<sup>(٢١)</sup>

٣. الازمة الاجتماعية: وهي تشير الى توقف الاحداث المنظمة والمتوقعة، من خلال اختلال في العادات والأعراف والتقاليد والمفاهيم ، مما يتطلب اجراء التغيير السريع لإعادة التوازن.

٤. الازمة الأمنية: تعني حالة عدم الأمن والاستقرار في المجتمع نتيجة حدوث تهديدات أمنية أو وقوع أعمال إرهابية، سواء على المستوى الدولي أو المحلي أو الإقليمي.

٥. الازمة الصحية: وهي حالة من الخوف والتوتر والقلق التي تصيب المجتمع نتيجة الأوبئة والأمراض الخطيرة، وفي ضل استجابة ضعيفة ورعاية صحية غير كافية من قبل الأجهزة المعنية، ومن امثلة هذا النوع ازمة كورونا التي اجتاحت العالم مؤخراً والتي تعد ازمة صحية عالمية.<sup>(٢٢)</sup>

٦. الازمة الدولية: تعرف انها" تصاعد الصراعات في العلاقة ما بين الدول الى مستوى يهدد طبيعة هذه العلاقات كأن تتول من علاقة سلم الى حرب، أو هي نقطة تحول في العلاقات الدولية أو النظام الدولي.<sup>(٢٣)</sup>

## تاسعاً: أسباب حدوث الازمة وطرق معالجتها:

تنشئ الأزمة نتيجة لوجود فشل أداري لدى متخذين القرار نتيجة بعدم الخبرة أو خلل في النظام الاداري، و غالباً ما تكون هناك مقدمات أو مظاهر تشير إلى احتمال حدوث أزمة، وعلى الفريق الاداري ان يقوم بدراسة تلك المظاهر التي تقوم بتهديد نجاح المنظمة وتؤدي الازمة الى نتائج سلبية وخسائر

(٢٠) نبيل جعفر عبد الرضا، عدنان فرحان الجوارين، تاريخ الازمات الاقتصادية في العالم، (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٣م)، ص ٣٨.

(٢١) محمد سرور الحريري، إدارة الازمات السياسية واستراتيجيات القضاء على الازمات الدولية، (عمان: دار الحامد، ٢٠١٢م)، ص ٢٤.

(٢٢) علي هلول الرويلي، إدارة الازمات استراتيجية المواجهة، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٤م)، ص ١٩.

(٢٣) السيد بهنسي، الإعلام وإدارة الازمات الدولية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٢٠م)، ص ٢٥.

عظيمة واحداث متوالية ومتغيرات غير معروفة المصير تؤثر على الحاضر و المستقبل، وهناك العديد من الاسباب التي تؤدي الى حدوث الازمة، ومن اهم تلك الاسباب ما يأتي<sup>(٢٤)</sup>:

١. سوء الفهم: يعد سوء الفهم من اهم الاسباب التي تؤدي إلى نشوء الازمة، وهو يشير إلى حدوث خطأ في استقبال وفهم المعلومات المتاحة حول الازمة، ويحدث سوء الفهم نتيجة عامل أساس هو: القصور في المعلومات، وذلك بسبب الاتي:-

• قلة المعلومات والاشارات المبكرة عن احتمال وقوع الازمة.

• عدم القدرة على ربط المعلومات بالأزمة.

• عدم القدرة على جمع معلومات متكامل.

• تضارب وتشويش وتناقض المعلومات.

٢. سوء التقدير والتقييم:- ينشأ سوء التقدير نتيجة للثقة الزائدة في النفس والمغالاة في التقديرات الذاتية بالإضافة لعدم التقدير السليم لنقاط الضعف والقوة للأطراف المختلفة، ومن اهم الاسباب التي تؤدي إلى سوء التقدير هي<sup>(٢٥)</sup>:-

• الثقة في النفس المبالغ فيها.

• المغالاة في قيمة المعلومات الخاصة بالأزمة.

• التأثر بشعارات وهمية لا وجود لها.

٣. الرغبة في الابتزاز:- يسعى الراغبون في صنع أزمة بمحاولة السيطرة على متخذ القرار في الادارة من خلال تعريضه إلى ضغوط أو اغراءات ( نفسية أو مادية ) أو بمحاولة استغلال مجموعة من التصرفات الخاطئة و السرية التي قام بها في الماضي والتي لا يعلم بها احد، من اجل اجباره على القيام بتصرفات خاطئة ومضرة، ومن اسباب الابتزاز ما يلي<sup>(٢٦)</sup>:-

• استعراض القوة امام الآخرين.

• الرغبة في تدمير الآخرين أو المؤسسات الأخرى المنافسة.

• تعارض المصالح.

• الرغبة في صنع الازمة.

٤. الادارة العشوائية:- عندما يتدهور النظام الإداري يتوقع توالي الازمات و تحطيم وتدمير الامكانيات للكيان الإداري مما يؤدي إلى عدم القدرة على مواجهة اي أزمة مهما كان حجمها، فالإدارة العشوائية

<sup>(٢٤)</sup> اشرف السعيد احمد، الإعلام المعاصر وإدارة الازمات، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص٧٣.

<sup>(٢٥)</sup> عماد بركات، ادارة الازمات والكوارث بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠١٢م)، ص١٨.

<sup>(٢٦)</sup> دحان حزام ناصر، إدارة الازمات بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار الكتب والدراسات العربية، ٢٠١٨م)، ص٢٧.

تقوم على الجهل والتسيب، والانغماس في المصالح الذاتية، مع غياب النظرة العلمية لاستراتيجيات طويلة الأجل، ومن اسباب سوء الادارة ما يلي<sup>(٢٧)</sup>:-

• القصور في نظام المعلومات وعدم الاهتمام به، والاعتماد على الخبرة الشخصية.

• عدم الاعتراف بالتخطيط واهميته.

• الصراعات الادارية بين المديرين أو بين الافراد والكيان الإداري.

٥. **سوء الادراك:-** ادراك قائد المنظمة للأمر بطريقة غير سليمة يؤدي لسلوك في اتجاه غير سليم ويؤدي لقرارات خاطئة، يمكن ان تؤدي لوجود ضغوط مولدة للازمات، حيث يمثل الادراك مرحلة استيعاب المعلومات التي امكن الحصول عليها والحكم التقديري عليها<sup>(٢٨)</sup>.

٦. **الإشاعات:-** وهي أحد المصادر المهمة للأزمات بل أن كثيرا من الأزمات يكون مصدرها الوحيد هي الإشاعات التي تم توظيفها، ويتم تسخير الإشاعة باستخدام مجموعة حقائق صادقه

ومعلومات من قبل قطاع كبير من الأفراد وبالتالي احاطتها بكم هائل من المعلومات الكاذبة يفجر الأزمة<sup>(٢٩)</sup>.

٧. **الازمات المتعمدة:-** وهي افعال المشاكل والأزمات أما للتمويه على أزمات أكبر أو محاولة لصرف النظر عن أزمة حقيقية بافتعال أزمة جانبية وهمية أو من خلال افعال أزمة لتحقيق مصالح وأغراض إدارية أو شخصية أو اقتصادية، والسبب في افعال الازمات يرجع إلى مايتي<sup>(٣٠)</sup>.

• محاولة تحقيق مكاسب شخصية على حساب الآخرين.

• محاولة تحقيق نجاحات وهمية بافتعال أزمة والسيطرة عليها.

٨. **تعارض الأهداف :-** انه تعارض الاهداف بين الاطراف المختلفة تؤدي الى حدوث أزمة بينهم خصوصاً اذا جمعهم عمل مشترك فكل طرف ينظر الى العمل من وجهة نظره والتي قد لا تتفق مع وجهة نظر الطرف الاخر نتيجة لتعارض الاهداف فتحدث الأزمة، ويتمثل تعارض الاهداف في اختلاف الرؤى في الاهداف بين صانعي القرار والمستفيدين منه وكذلك بين منفي القرار في الكيان الإداري وبين متخذي القرار في هذا الكيان<sup>(٣١)</sup>.

(٢٧) اشرف السعيد احمد، مرجع سابق، ص ٧٥.

(٢٨) عماد بركات، مرجع سابق، ص ١٨.

(٢٩) بطرس حلاق، العلاقات العامة والازمات، (دمشق: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م)، ص ٢٤.

(٣٠) شهرزاد لمجد، الإعلام وإدارة الازمات، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ٦٢.

(٣١) محمد عبدالله المرعول، الازمات مفهومها واسبابها واثارها ودورها في تعميق الوطنية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٤م)، ص ٤٢.

## عاشراً: اساليب معالجة الازمات والتعامل معها:

هناك نوعان من اساليب معالجة الازمات الاول معروف متداول ويطلق عليه بالطرق التقليدية والثاني عبارة عن طرق لا تزال في معظمها قيد التجريب ويطلق عليها بالطرق غير التقليدية.

### ١- الطرق التقليدية واهم هذه الطرق:

هناك عدة طرق تعد من الطرق التقليدية في معالجة الأزمات منها<sup>(٣٢)</sup>:

أ- انكار الازمة: حيث تتم ممارسة تعميم اعلامي على الازمة وانكار حدوثها، مع اظهار صلابة الموقف وان الاحوال على احسن ما يرام وذلك لتدمير الازمة وكذلك السيطرة عليها، وتستخدم هذه الطريقة غالباً في ظل الانظمة الدكتاتورية التي ترفض الاعتراف بوجود اي خلل في انظمتها.

ب- كبت الازمة: وتعني استخدام العنف والقوة لتدمير العناصر الاولية لازمة وبشكل عام، وعدم الاستجابة لأية ضغوط وذلك حتى لا تتصاعد الازمة وتظهر للعديد من الافراد.

ت- اخماد الازمة: يتم فيها استخدام العنف المبالغ والتعامل الصريح عن طرق الصدام العلني مع كل القوة المؤثرة على الازمة مع تصنيفها بدون مراعاة لأي قيم ويتم اللجوء لهذه الطريقة اذا ما وصلت الازمة لمرحلة التهديد الخطير<sup>(٣٣)</sup>.

ث- بخس الازمة: اي التقليل من شأن الازمة (تأثيرها ونتائجها) وهنا يتم الاعتراف بوجود الازمة ولكن باعتبارها ازمة غير مهمة.

ج- تنفيس الازمة: يجأ فيها المدير إلى تنفيس الضغوط اي اخراج العناصر والمسببات التي من الممكن ان تؤدي لانفجار الازمة.

ح- تفرغ الازمة: حسب هذه الطريقة يتم ايجاد مسارات بديلة ومتعددة امام قوة الدفع الرئيسية والفرعية المولدة لتيار الازمة ليتحول إلى مسارات عديدة وبديلة تستوعب جهده وتقلل من خطورته، ويكون التفرغ على ثلاث مراحل هي مرحلة الصدام ومرحلة وضع البدائل ومرحلة التفاوض مع اصحاب كل فرع أو بديل.

خ- عزل قوى الازمة: يقوم مدير الازمات بمراقبة وتحديد القوى الصانعة لازمة وعزلها عن مسار الازمة وعن مؤيديها وذلك من اجل منع انتشارها وتوسعها وبالتالي سهولة التعامل معها.

### ٢- الطرق غير التقليدية:

وهي طرق مناسبة مع تطور العصر ومتوافقة مع متغيراته واهم هذه الطرق ما يلي<sup>(٣٤)</sup>:

(٣٢) عبدالرزاق الدليمي، العلاقات العامة وادارة الازمات، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٧٣.

(٣٣) غسان قاسم داود اللامي و خالد عبدالله ابراهيم العيساوي، ادارة الازمات الاسس والتطبيقات، (عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ٤٢.

(٣٤) عبدالرزاق الدليمي، العلاقات العامة وادارة الازمات، مرجع سابق، ص ١٧٥.

أ- طريقة فرق العمل: وهي من أكثر الطرق استخداماً في الوقت الحالي حيث يتطلب وجود أكثر من خبير ومتخصص في مجالات مختلفة حتى يتم حساب كل عامل من العوامل وتحديد العمل المطلوب مع كل عامل.

ب- طريقة الاحتواء: أي محاصرة الأزمة واحتوائها في نطاق ضيق ومحدود.

ت- طريقة تصعيد الأزمة: وتستخدم عندما تكون الأزمة غير واضحة المعالم وعندما يكون هناك تكتل عند مرحلة تكوين الأزمة مما يجعل المتعامل مع الأزمة إلى تصعيدها من أجل تفكيكها وتقليل ضغط الأزمة.

ث- طريقة تفريغ الأزمة من مضمونها: وهي تعد من أنجح الطرق المستخدمة حيث يكون لكل أزمة مضمون معين قد يكون سياسي أو اقتصادي أو صحي أو اجتماعي أو ديني وغيرها ومهمة المدير هو إفقاد الأزمة لهويتها ومضمونها وبالتالي فقدان قوة الضغط المسلط على الأزمة<sup>(٣٥)</sup>.

ج- احتواء وتحويل مسار الأزمة: وتستخدم مع الأزمات بالغة العنف والتي لا يمكن وقف تصاعدها هنا يتم تحويل الأزمة إلى مسارات بديلة ويتم احتواء الأزمة عن طريق استيعاب نتائجها والاعتراف بأسبابها ثم التغلب عليها ومعالجتها.

### أحد عشر: إدارة أزمة (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ان لإدارة أزمة (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتحدد في خطوات عدة، منها<sup>(٣٦)</sup>:

١. أهداف الأزمة: حددت أهداف الأزمة على أساس حماية ووقاية الجمهور وعدم إصابتهم أو نقل الفيروس إلى الآخرين، عن طريق الابتعاد عن المخالطة والجلوس في البيت، فضلاً عن إبراز صورة وزارة الصحة والبيئة العراقية على أنها مهتمة ومتابعة للأزمة منذ بدايتها، وتسعى بجد لتخطي الأزمة واحتوائها بأقل الخسائر الممكنة.

١. تحديد فريق إدارة الأزمة: يمثل فريق إدارة الأزمة العقل المخطط والمنفذ لإدارة الأزمة، فضلاً عن التشخيص الدائم ومتابعة الفريق منذ البداية للأزمة الصحية والتعامل معها، ويتحدد عمل الفريق منذ البداية للأزمة الصحية إلى ختام خطواتها بنجاح، فضلاً عن توزيع المهام على اللجان والتنسيق مع جميع الجهات المعنية للخروج من الأزمة بنجاح وبأقل الخسائر.

٢. تصميم شعار للأزمة: وهي عبارة عن جمل وكلمات قصيرة استخدمت في الإعلانات والأماكن العامة وفي وسائل الاتصال المختلفة، وكانت أبرزها عبارة (خليك بالبيت) مع الهاشتاك كإسلوب أو رمزاً للجلوس في البيت وهو الابتعاد عن الاختلاط التي تزامنت مع إجراءات حظر التجوال في العالم بشكل عام والعراق بشكل خاص.

(٣٥) غسان قاسم داود اللامي و خالد عبدالله ابراهيم العيساوي، مرجع سابق، ص ٥٨.

(١) نهلة نجاح عبدالله العنزي، العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية، بحث منشور، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد ٣، العدد ٣٨، ٢٠٢٠م، ص ٤٧١.

٣. **المتحدث الرسمي:** يشكل المتحدث الرسمي الجزء الاساسي في اتصالات الأزمة، والذي يشكل جزءاً مهماً ضمن اعضاء خلية الأزمة امام وسائل الإعلام المختلفة، ولذلك لابد للمتحدث أو الناطق الرسمي ان يكون واضحاً وصادقاً في تزويد وسائل الإعلام والصحفيين بالإجراءات المتخذة في معالجة الأزمة، فضلاً عن مصداقية ما ورد في البيانات والأفكار متتالية وبشكل منطقي ليصل إلى الجمهور بانسيابية ووضوح، لاسيما إجراءات معالجة إدارة الأزمة<sup>(٣٧)</sup>.

٥. **وسائل اتصال الأزمة:** تمثل وسائل الاتصال المختلفة مرتكزا أساسياً ومهماً في إدارة الأزمات، ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي مثل ( فيس بوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام)، حيث إذ أدت دوراً بارزاً ومؤثراً في إدارة الأزمة الصحية لجائحة كورونا، ولاسيما مع تزايد استخدامها عبر الهواتف المحمولة، الأمر الذي أسهم في جعل الهواتف المحمولة أداة مهمة لإدارة الأزمات عبر سرعة اتصال الرسائل والتفاعل التي تتميز بها تلك الوسائل، فضلاً عن الحظر الذي فرض على الجمهور مما جعل لتلك المواقع ملاذاً يلجأ اليه الافراد لمعرفة الأخبار وآخر المستجدات لأزمة كوفيد (١٩) والإجراءات المتخذة، ولاسيما دفع الجمهور لأخذ جرعات اللقاح كونها جزء اساسي لإنهاء الازمة وتجاوزها بنجاح.

١. **أنشطة اتصال الأزمة:** وتتضمن أنشطة اتصال الأزمة ما تحويه من رسائل وفعاليات، فضلاً عن اختيار الوسائل التي عن طريقها يتم بث تلك الرسائل، إذ تسهم الأنشطة الاتصالية بدور كبير في إدارة الأزمة والمحافظة على صورة وسمعة المؤسسات في ظل الأزمات والأحداث الطارئة<sup>(٣٨)</sup>. **وتتمثل الأنشطة الاتصالية للأزمات الصحية (كوفيد ١٩)، على وفق ما يلي<sup>(٣٩)</sup>:**

أ. إصدار البيانات والمواقف البوائية عبر وسائل الاتصال المختلفة إلى الجمهور، عن طريق المتحدث الرسمي لإدارة الأزمة باسم الوزارة.

ب. استخدام شخصيات فنية ورياضية مؤثرة في المجتمع العراقي يدعوهم للبقاء في المنزل وحمايه انفسهم من خطر الوباء.

ت. إطلاق شعارات (خليك\_ بالبيت) تمثلت بحملة الكترونية وعبر قنوات فضائية ركزت على اتباع التعليمات مثل: التباعد الاجتماعي، لبس الكمامات، الالتزام بالتعقيم والنظافة وأخذ اللقاح في المستشفيات والمراكز الصحية والاطمئنان على المرضى.

ث. إصدار مطبوعات وفولدرات هدفها توعية الجمهور من خطر الوباء المميت.

ج. الرد على الإشاعات التي انتشرت بشكل واسع أثناء الأزمة للحد من الفوضى والقلق الذي تسببه في المجتمع.

ح. تسليط الضوء على الحالات الايجابية لرفع الروح المعنوية لدى الجمهور.

خ. تقديم الدعم ورفع الروح المعنوية للملاكات الطبية، المرضى، المحليين ... الخ)، وجميع الملاكات، فضلاً عن إطلاق العبارات منها وصفهم بالجيش الابيض.

(٢) شيما السيد سالم، دور وسائل الاعلام الاجتماعي في ادارة اتصالات الازمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد ٧١ ، ٢٠٢٠م، ص ٣٥٤.

(١) Lee, Sabinne and Others, "Policy Learning and Crisis Policy Making: a Quadruple Loop learning and Covid 19 Responses in South Korea". Policy and Society, Vol, 19, 2020, p 11.

(٢) نهلة نجاح عبدالله العنزي، مرجع سابق، ص ٤٧٥.

د. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية مختلف الأنشطة الاتصالية التي تمارسها الوزارة ازاء أزمة جائحة كورونا .

ذ. استخدام الإعلانات الخاصة بجائحة كورونا، والاعتماد على الملصقات واللافتات وغيرها من الأماكن العامة والمؤسسات كافة

ر. إقامة وتنظيم المؤتمرات الصحفية الخاصة بأزمة كورونا<sup>(٤٠)</sup>.

٢. **تحديد ميزانية الأزمة:** وتعد التخصيصات المالية وتحديدتها من اولويات نجاح الازمة، لان الميزانية الكافية تتيح لإدارة الأزمة توفير كافة المستلزمات من اجهزة ولقاحات وقفازات ومواد معقمة ، فضلا عن توفير الكميات اللازمة من اللقاحات للجمهور سيؤدي إلى تخفيف تراكم الأزمة بشكل سلبي، ولذا عملت الجهات الحكومية المسؤولة لوزارة الصحة بتوفير الميزانية المناسبة لشراء وتوفير أجهزه وأماكن وقاعات صحية في مستشفيات تعنى بالمرضى المصابين بجائحة كورونا.

٣. **تقييم نجاح الأزمة:** تتحدد إدارة الأزمة ومدى نجاحها، وفقا للإجراءات والتدابير اللازمة من ناحية اختيار فريق إدارة الأزمة، ويتطلب التقييم معرفة وقياس كل مرحلة والنتائج المترتبة عليها، ولتقييم الأزمة وقياس نتائجها لابد للأزمة عند حدوثها تكون مرتبكة وعند انطلاقها غالبا تهدر الأموال والوقت والجهد، ولذا فإن تقييم الأزمة يجب ان يكون على أسس ومعايير موضوعية من ناحية توفير حجم المستلزمات الصحية من لقاحات ومعقات وكفوف ولوازم اخرى، فضلا عن تعزيز الملاكات الطبية وتواجدهم بأوقات إضافية مع المرضى، ويكون التقييم للأزمة على وفق حجم المصابين والوفيات مقارنة الازمة والاجراءات المتبعة من قبل إدارة الأزمة لوقفها وتقليل اثارها السلبية وصولاً الى الحد الذي تسعى ادارة الأزمة لتخفيفها على المجتمع العراقي.

### **المبحث الثالث: عرض وتفسير نتائج تحليل المضمون**

يتمثل هذا المبحث بعرض وتفسير نتائج تحليل المضمون الكمي والكيفي، حيث تم تحليل مضمون منشورات الموقع الالكتروني لوزارة الصحة العراقية، للمدة من ٣/١ الى ٢٠٢١/٦/١م، وكيف تمت إدارة الأزمات التي واجهت الوزارة، حيث بلغ عدد تكرار مجموع منشوراتها خلال مدة التحليل (٦٤٩) منشوراً، وجاءت نتائج البحث كالآتي:

(١) غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، (القاهرة: اطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٠م)، ص ٤٩.

(٢) محمد جواد زين الدين المشهداني، الحملات الإعلانية لشركات الاتصال المتنقلة، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٨٤.

جدول (١) بين الفئات التي تناولت موضوعات و مضامين المنشورات التي تناولتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة العراقية ضمن إدارة أزمة كورونا على موقع فيسبوك

ت	الفئة الرئيسية	التكرار	%	المرتبة
١	الحملات الصحية	١٨٧	٢٨.٨%	الأولى
٢	إدارة الأزمة الصحية	١٥١	٢٣.٢%	الثانية
٣	مبادرات خلية الأزمة الحكومية	١٥٠	٢٣.١%	الثالثة
٤	توفير الأجهزة والمستلزمات الصحية والوقائية	١٢٤	١٩.٢%	الرابعة
٥	مبادرات مجتمعية	٣٧	٥.٧%	الخامسة
	المجموع	٦٤٩	١٠٠%	

يتضح من الجدول (١) الذي يتناول مضامين المنشورات التي تناولتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة العراقية ضمن إدارة أزمة كورونا على موقع فيسبوك، ان فئة ( الحملات الصحية ) جاءت بالمرتبة الأولى بـ (١٨٧) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٨.٨%)، ذلك يدل على ان وزارة الصحة ركزت بموضوعاتها الرئيسية على هذا الفئة لما لها من أهمية في توعية وتثقيف الجمهور حول خطورة فايروس كورونا وطرق الوقاية منه وحول كيفية اخذ اللقاح المضاد له إذ وضفت الوزارة كل الإمكانيات المادية والبشرية من اجل نجاح حملاتها الصحية التي تعد من اهم الخطوات التي اتخذتها من اجل مواجه ازمة كورونا، ونالت فئة (إدارة الازمة الصحية) المرتبة الثانية بـ (١٦٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٦%)، وذلك يشير الى ان وزارة الصحة حرصت على إدارة الأزمة بالمستوى الذي يتلائم مع حجم الأزمة وتداعياتها للحد من انتشار الفايروس وضمان وصول اللقاحات المضادة الى الجمهور بكل سهول عن طريق فتح مراكز صحية ومنافذ تلقيحيه وغيرها الكثير من الاجراءات الحيوية التي اتخذتها الوزارة لتفادي الازمة بشتى الطرق، اما فئة (مبادرات خلية الازمة الحكومية) جاءت بالمرتبة الثالثة بـ (١٥٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٤%)، وذلك يوضح ان خلية الأزمة الحكومية أخذ على عاتقها خطورة الوباء وقامت بتشكيل فريق لإدارة الأزمة والتعاقد مع شركات عالمية لغرض توفير اللقاح المضاد لفيروس كورونا وغيرها من المهام الاخرى وهذا ما بينته منشورات صفحة الوزارة على الفيسبوك، واحتلت المرتبة الرابعة فئة (توفير الأجهزة، والمستلزمات الصحية والوقائية) بـ (١٢٤) تكراراً وبنسبة قدرها (١٩.٢%)، ذلك يعني إن الوزارة تسعى جاهدة على توفير متطلبات ومستلزمات الوقاية والعلاج ضد فايروس وتم ذلك بأشكال منها توفير الادوية واللقاحات المضادة من شركات عالمية، (سينوفارم، استرا زنكا، فايزر)، من أجل الاستعداد التام لمواجهة الأزمة، واحتلت المرتبة الخامسة والاخيرة فئة ( المبادرات المجتمعية) بـ (٢٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٣.٧%).

جدول (٢) يبين الاساليب الإقناعية التي يستخدمها الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة العراقية في مواجهة الأزمات الصحية

ت	الفئة الفرعية	التكرار	%	المرتبة
١	تكرار المعلومة	٢١١	٣٢.٥%	الاولى
٢	تقديم الحجج الإقناعية	١٩١	٢٩.٤%	الثانية
٣	استخدام احتياجات الجمهور	١٣٣	٢٠.٥%	الثالثة
٤	تقديم خدمات مجانية	١١٤	١٧.٦%	الرابعة
	المجموع	٦٤٩	١٠٠%	

يوضح الجدول رقم (٢) أساليب الإقناع التي وضفتها وزارة الصحة في منشوراتها على الفيس بوك إذ جاءت بالمرتبة الأولى فئة (تكرار المعلومة)، بـ (٢١١) تكراراً وبنسبة قدرها (٣٢.٥%)، وهذا يبين أن إدارة الصفحة اعتمدت تكرار المعلومة لغرض أهمية مضمون المنشور ولوصول المعلومة الى ذهن الجمهور، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (تقديم الحجج الإقناعية)، بـ (١٩١) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٩.٤%)، إنَّ استخدام الحجج والبراهين في مضمون المنشورات لغرض إقناع الجمهور بأخذ اللقاح، وتفادي أعراض الإصابة كان من أهم منشورات الصفحة، أما في المرتبة الثالثة فجاءت فئة (استخدام احتياجات الجمهور)، بـ (١٣٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٠.٥%)، والمرتبة الرابعة كانت للفئة (تقديم خدمات مجانية)، بـ (١١٤)، تكراراً وبنسبة قدرها (١٧.٦%). ويبين ان الغرض من استخدام الاساليب اللغوية كانت لتخويف والرهبان وبين الطلب والامر ولغرض اقناع الجمهور على اهمية الرسالة التي يتضمنها المنشور.

جدول (٣) أهداف منشورات الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية

ت	الفئة الفرعية	التكرار	%	المرتبة
١	التعريف بنشاطات الوزارة وانجازاتها	١٩٧	٣٠.٣%	الاولى
٢	إعلام وتوعية الجمهور	١٨٩	٢٩.١%	الثانية
٣	ارشادية خدمية	١٣٦	٢١%	الثالثة
٤	اخبارية ومعلوماتية عامة	١٢٧	١٩.٦%	الرابعة
	المجموع	٦٤٩	١٠٠%	

يبين الجدول رقم (٣) أهداف منشورات صفحة وزارة الصحة على موقع فيسبوك إنَّ لكل منشور على صفحة الوزارة له هدف معين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى فئة ( التعريف بنشاطات و انجازات الوزارة )، بـ (١٩٧) تكراراً، وبنسبة قدرها (٣٠.٣%)، ويتضح من ذلك أنَّ أغلبية الأهداف في منشورات الوزارة كانت لغرض التعريف بإنجازات الوزارة ونشاطاتها، و جاءت في المرتبة الثانية فئة (إعلام وتوعية الجمهور)، بـ (١٨٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٩.١%)، يتبين من ذلك أنَّ الهدف إعلام وتوعية الجمهور كان له أهمية في منشورات الوزارة لغرض توعية الجمهور وتنقيفه بكل ما يتعلق بالأزمة، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة (إرشادية خدمية)، بـ (١٣٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٢١%)، وأما فئة (إخبارية ومعلوماتية عامة)، بـ (١٢٧) تكراراً وبنسبة قدرها (١٩.٦%)، مما يدل ذلك على تنوع

الأهداف التي تسعى إدارة الصفحة إلى تحقيقها عن طريق منشوراتها في صفحتها على موقع فيسبوك في ظل أزمة كورونا.

جدول (٤) يبين المصادر التي يعتمد عليها الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة العراقية في جمع المعلومات عند مواجهة الأزمات.

ت	الفئة الفرعية	التكرار	%	المرتبة
١	الوحدات الإعلامية في المستشفيات والمراكز الصحية	٥٦٤	٨٦.٩%	الاولى
٢	منظمة الصحة العالمية	٦٣	٩.٧%	الثانية
٣	الجهات الحكومية	١٤	٢.٢%	الثالثة
٤	الصحف والقنوات الفضائية	٨	١.٣%	الرابعة
	المجموع	٦٤٩	١٠٠%	

يبين الجدول (٤) المصادر التي يعتمد عليها الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة العراقية في جمع المعلومات عند مواجهة الأزمات ليشكل بذلك فورية في نقل الاخبار والمعلومات التي تخص الأزمات الى الجمهور لكي يطلع على اخر مستجدات، وحلت بالمرتبة الاولى فئة (الوحدات الإعلامية في المستشفيات والمراكز الصحية) بـ (٥٦٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٨٦.٩%)، ثم حلت بالمرتبة الثانية فئة (منظمة الصحة العالمية) بـ (٦٣) وبنسبة قدرها (٩.٧%)، ثم حلت بالمرتبة الثالثة فئة (الجهات الحكومية) بـ (١٤) وبنسبة قدرها (٢.٢%)، وجاءت بالمرتبة الرابعة فئة (الصحف والقنوات الفضائية) بـ (٨) وبنسبة قدرها (١.٣%).

جدول(٥) يبين اساليب الاتصال التي وظفتها ادارة صفحة وزارة الصحة على موقع فيسبوك للتواصل مع الجمهور

ت	الفئة الفرعية	التكرار	%	المرتبة
١	الرسالة الاعلامية	٢١	٥٣.٨%	الاولى
٢	المتحدث رسمي	٩	٢٣.١%	الثانية
٣	البث المباشر ( Live )	٥	١٢.٨%	الثالثة
٤	طرح اسئلة واجوبة علمية حول الفايروس	٤	١٠.٣%	الرابعة
	المجموع	٣٩ (*)	١٠٠%	

يوضح الجدول (٥) اساليب الاتصال التي وظفتها ادارة صفحة وزارة الصحة على موقع فيسبوك للتواصل مع الجمهور، حيث جاءت في المرتبة الاولى فئة (الرسالة الاعلامية) بـ (٢١) تكراراً وبنسبة قدرها (٥٣.٨٤%)، وذلك يبين ان الرسائل الاعلامية كانت لها المجال الاكبر في منشورات وزارة

(\*) كان مجموع تكرارات فئة أساليب الاتصال لصفحة وزارة الصحة العراقية على موقع الفيسبوك قد بلغ (٣٩) تكراراً من مجموع تكرارات(٦٤٩)، وهذا يبين ان أساليب الاتصال لم تكن بمستوى الطموح حيث تضمنت تكرارات الرسالة الإعلامية، المتحدث الرسمي، البث المباشر، طرح أسئلة أجوبة، حيث مثلت فئات قليلة بالنسبة للفئات الأخرى.

الصحة العراقية لا نها تضمنت رسائل عدية ومختلفة بكل ما يخص ازمة كورونا. وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة (المتحدث رسمي)، ب (٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٣.٠٧%)، ان للمتحدث الرسمي الدور الاهم والبارز في اطلاع الجمهور بكل ما يخص ازمة كورونا، واخر مستجدات هذا الوباء، اما في المرتبة الثالثة جاءت الفئة ( البث المباشر Live )، ب (٥) تكراراً وبنسبة قدرها (١٢.٨٣%)، ان البث المباشر كان يجرى حول أي حدث مهم مثل وصول اللقاح وكيفية طرق التطعيم وامان اخذ اللقاح وغيرها من المعلومات التي يحب الجمهور معرفتها، حيث كان المتحدث الرسمي هو المسؤول عن هذا البث ، وكان البث يصدر من اماكن مهمة مثلاً عند وصول اللقاح صدر بث مباشر من مطار بغداد الدولي، وصدر اخر من قلب وزارة الصحة عندما اخذت الوزارة توزيع اللقاح على المنافذ المخصصة في بغداد والمحافظات، اما المرتبة الرابعة كانت للفئة (طرح اسئلة واجوبة علمية حول الفايروس)، ب (٤) تكراراً وبنسبة قدرها (١٠.٢٦%)، وذلك يدل على ان اساليب الاتصال المستخدمة في صفحة الوزارة كان لها الاثر الواضح على ثقافة ووعي الجمهور حول معرفة كل ما يتعلق بفايروس كورونا.

## ❖ الاستنتاجات

- ١- كان من اهتمامات وزارة الصحة العراقية في معالجة الأزمات اتباعها الاساليب الاقناعية التي وضفتها عبر منشوراتها على الموقع الالكتروني هو تكرار المعلومة للتأكيد على الاخذ بالإجراءات الصحية عند مواجهة الازمات.
- ٢- اوضحت الدراسة التحليلية ان من الاهداف الرئيسية التي ركز عليها الموقع الالكتروني لوزارة الصحة العراقية هو التعريف بنشاطاتها وحملاها وندواتها وتأثيرها المستمر للقضاء على الأزمات الصحية والذي يعد من اهم انجازات الوزارة.
- ٣- افرزت الدراسة التحليلية ان الجهات الرسمية التي كانت تعتمد عليها وزارة الصحة العراقية في الحصول على المعلومات والاطار من الوحدات الاعلامية في المستشفيات والمراكز الصحية واعتمادها على التقارير و الاحصائيات و البيانات الخاصة بالأزمات الصحية التي تصدر عن طريق هذه الوحدات الإعلامية.

## ❖ المصادر

- (١) اشرف السعيد احمد، الإعلام المعاصر وإدارة الازمات، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٢) السيد بهنسي، الإعلام وإدارة الازمات الدولية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٢٠م).
- (٣) السيد حنفي عوض، العلاقات العامة واساليب اتصال المجتمع، (الإسكندرية: دار الكتب والدراسات العربية، ٢٠١٨م).
- (٤) بطرس حلاق، العلاقات العامة والازمات، (دمشق: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
- (٥) بلال خلف السكارنه، إدارة الازمات، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).
- (٦) جاسم رمضان الهاللي، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).
- (٧) حاتم علي، العلاقات العامة والاتصال التفاعلي على المواقع الالكترونية والاجتماعية، ( القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٨م).
- (٨) حنان احمد سليم، العلاقات العامة وإدارة الأزمات، (القاهرة: دار الكتاب الحديث للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٩) خيرت عياد، احمد فاروق، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت، ط٢، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٧م).
- (١٠) دحان حزام ناصر، إدارة الازمات بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار الكتب والدراسات العربية، ٢٠١٨م).
- (١١) رفاص الوليد، العلاقات العامة الالكترونية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة الحقوق، والعلوم السياسية، الجزائر، جامعة عباس لغزور، العدد ١٢، ٢٠١٩م.
- (١٢) روبرت أولمر، التواصل الفعال مع الازمات، ترجمة احمد الغربي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- (١٣) شهرزاد لمجد، الإعلام وإدارة الازمات، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).
- (١٤) شيماء السيد سالم، دور وسائل الاعلام الاجتماعي في ادارة اتصالات الازمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد ٧١، ٢٠٢٠م.
- (١٥) صباح انور محمد، استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية، دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة، جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣٧، ٢٠١٧م.
- (١٦) عبدالرزاق الدليمي، العلاقات العامة وإدارة الازمات، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).

- (١٧) علي هلول الرويلي، إدارة الازمات استراتيجية المواجهة، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٤م).
- (١٨) عماد بركات، ادارة الازمات والكوارث بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠١٢م).
- (١٩) غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، (القاهرة: اطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٠م).
- (٢٠) غسان قاسم داود اللامي و خالد عبدالله ابراهيم العيساوي، ادارة الازمات الاسس والتطبيقات، (عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- (٢١) فؤاده البكري، العلاقات العامة الالكترونية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٨م).
- (٢٢) محمد جواد زين الدين المشهداني، الحملات الإعلانية لشركات الاتصال المتنقلة، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- (٢٣) محمد سرور الحريري، إدارة الازمات السياسية واستراتيجيات القضاء على الازمات الدولية، (عمان: دار الحامد، ٢٠١٢م).
- (٢٤) محمد عبدالله المرعول، الازمات مفهومها واسبابها واثارها ودورها في تعميق الوطنية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٤م).
- (٢٥) محمد ناجي الجوهر، المواد الاعلامية والتقليدية والالكترونية في العلاقات العامة، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٣م).
- (٢٦) محمود شافعي فرحات، المهارات الاتصالية لممارسي العلاقات العامة، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٢٧) محمود عبدالباسط، أحمد هاشم، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة، دراسة من منظور ممارسي العلاقات العامة في العالم العربي، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، المجلد ٩، العدد ٣، ٢٠١٤م.
- (٢٨) مهند محمود وهيب، سحر خليفة سالم، المعالجة الصحفية لازمات المياه، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م).
- (٢٩) نبيل جعفر عبد الرضا، عدنان فرحان الجوارين، تاريخ الازمات الاقتصادية في العالم، (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٣م).
- (٣٠) نهلة نجاح عبدالله العنزي، العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وادارة الازمة الصحية ، بحث منشور ، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد ٣، العدد ٣٨، ٢٠٢٠م.
- (٣١) وليدة حدادي، العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ٣٠، ٢٠١٨م.

(٣٢) ياس خضير الباياتي ، الاعلام الجديد، (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٤م).

(33) Lee, Sabinne and Others, "Policy Learning and Crisis PolicyMaking Quadruple Loop learning and Covid 19 Responses in South Korea". Policy and Society, Vol, 19, 2020

(34) Peter Langgolan, Yang, International Public Relations and Public Diplomacy (New York: Library of Congress, 2015).

(35) Spiro Kiouisis, Jaspe Strombak, Principles And Applications Political Public Relations, (New York: Routledge for Published, 2011).