



استراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع الازمات الدولية "دراسة تحليلية لموقع الامم المتحدة على منصة X"

حنان حيدر البحراني

كلية الاعلام – الجامعة العراقية hanan.h.sahib@aliraqia.edu.iq

ريام علاء الدين عبد الحميد

كلية الاعلام – الجامعة العراقية riyam.a.abdulhameed@aliraqia.edu.iq

ملخص البحث :

ينظر إلى العلاقات العامة على أنها جهاز مهم في أي منظمة لأنها مسؤولة لضمان الحفاظ على سمعة المؤسسة ومراقبة تواصلها مع الجمهور من خلال أداء أنشطة الاتصال المختلفة. ودورها أكثر أهمية أثناء الأزمات، لا سيما في البيئة العالمية التي تحدث فيها مشكلة عادة ما تكون معقدة ومتعددة الأوجه. وفي هذا الإطار، يهدف البحث الحالي إلى تحليل فعالية العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع الأمم المتحدة كمثال. مناهج الاتصال التي يتم استخدامها من أجل معالجة الرسائل وخلق صورة المنظمة وتأسيسها سمعتها في الأزمات والكوارث، وتحديد الحرب على فلسطين وتداعياتها الإنسانية والبيئية. وبناء على ذلك، فإن مشكلة البحث تدور حول، ماهية الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة للأمم المتحدة لإدارة التواصل مع الجمهور خلال أزمة الحرب على فلسطين؟ وما مدى فعالية إدارتهم لهذه الاستراتيجيات للتعامل مع الكارثة الإنسانية والبيئية، بينما تركزت أهداف البحث حول دراسة دور العلاقات العامة في المنظمات الدولية في حالات الأزمات من خلال دراسة حالة الحرب على فلسطين من أجل فهم كيف تساعد أنشطة العلاقات العامة في بناء وتعزيز صورة وسمعة المنظمة أثناء الأزمات. فحص وتقييم فعالية استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة في اتصالات الأزمات وفي الحفاظ على مصداقية المنظمة. تستند الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل محتوى التغريدات التي تنشرها الأمم المتحدة على منصة X (تويتر سابقاً)، كقناة اتصال رقمية مركزية تستخدم في إدارة الأزمات ومعالجتها الجماهير الدولية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات العلاقات العامة – الازمات الدولية – الامم المتحدة - منصة X

Public Relations Strategies in Dealing with International Crises "An Analytical Study of the United Nations Website on the X Platform"

Hanan Haider Al-Bahrani

College of Media, University of Iraq, hanan.h.sahib@aliraqia.edu.iq

Riyam Alaa El-Din Abdel Hameed

College of Media, University of Iraq, riyam.a.abdulhameed@aliraqia.edu.iq

Research Summary:

Public relations is viewed as an important tool in any organization because it is responsible for ensuring the preservation of the organization's reputation and monitoring its communication with the public through various communication activities. Its role is even more critical during crises, particularly in a global environment where problems are typically complex and multifaceted. In this context, the current research aims to analyze the effectiveness of public relations in international organizations, with the United Nations as an example. It also aims to examine the communication approaches used to address messages, create an organization's image, and establish its reputation during crises and disasters,



specifically the war on Palestine and its humanitarian and environmental repercussions. Accordingly, the research problem revolves around: What strategies did the United Nations' public relations department use to manage public communication during the war on Palestine? And how effective were these strategies in dealing with the humanitarian and environmental disaster? The research objectives focused on examining the role of public relations in international organizations in crisis situations by studying the case of the war on Palestine. This aims to understand how public relations activities help build and enhance the organization's image and reputation during crises. It also examines and evaluates the effectiveness of public relations strategies used in crisis communications and in maintaining the organization's credibility. The study is based on a descriptive-analytical approach, through analyzing the content of tweets published by the United Nations on the X platform (formerly Twitter), a central digital communication channel used in crisis management and addressing international audiences.

Keywords: Public relations strategies - international crises - United Nations - X platform

اولا: الاجراءات المنهجية للبحث :

1- مشكلة البحث

ان تطور وسائل الاتصال والانظمة التكنولوجية يحتم على المؤسسات استخدامها لتواصل اكثر فعالية مع الجمهور ، ولان منصة (x) اصبحت الان منصة ذات طابع سياسي واجتماعي واقتصادي تستخدمه المؤسسات الكبرى في ادارة السمعة والتواصل عبر استراتيجيات مدروسة ومنظمة من خلال ذلك تنشأ مشكلة البحث في تساؤلها الرئيسي " ما اهم استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة في المنظمات للتعامل مع الأزمات الدولية ؟ " ويتفرع من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية :

1- ما اهم الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة المستخدمة في بناء صورة صفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) اثناء الازمات الدولية ؟

2- ما ابرز اشكال التواصل والتفاعل في صفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) مع الجمهور ؟

3- ما مدى فاعلية توظيف استراتيجيات العلاقات العامة لصفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) في التعامل مع الازمات الدولية ؟

4- ما اهم الاساليب الاتصالية المستخدمة لصفحة منظمة الامم المتحدة في تصميم الحملات الاعلامية على منصة (x) خلال الازمات الدولية ؟

2- اهمية البحث

تبرز أهمية البحث من الجانب العلمي في اثراء المعرفة وفهم العلاقة بين استراتيجيات الاتصال وادارة الازمات و كذلك سد الفجوة المعرفية حول كيفية توظيف استراتيجيات العلاقات العامة في السياقات الدولية والازمات ، وتأتي اهمية البحث من الجانب النظري بانها تشكل نقطة انطلاق لمزيد من البحوث في هذا الموضوع و اضافة نظرية الى الدراسات والمكتبات العلمية ، ايضا تعزز الوعي المجتمعي في فهم دور



المنظمات الدولية و طبيعة الازمات وتجنب الشائعات والمعلومات المظلمة وتعزيز الثقة بين المجتمعات والمنظمات .

3- اهداف البحث

يحقق هذا البحث مجموعة من الاهداف تتمثل بـ :

- 1- التعرف على اهم الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة المستخدمة في بناء صورة صفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) اثناء الازمات الدولية .
- 2- الكشف عن ابرز اشكال التواصل والتفاعل في صفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) مع الجمهور .
- 3- التحقق من مدى فاعلية توظيف استراتيجيات العلاقات العامة لصفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) في التعامل مع الازمات الدولية .
- 4- معرفة اهم الاساليب الاتصالية المستخدمة لصفحة منظمة الامم المتحدة في تصميم الحملات الاعلامية على منصة (x) خلال الازمات الدولية .

4- منهج البحث

في ضوء الاهداف التي يسعى البحث لتحقيقها ، قامت الباحثتان بمسح عينة من صفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (x) بهدف التعرف الى نوع المضامين المنشورة والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في بناء الصورة صفحة الامم المتحدة على منصة (x) ، ومعرفة اهم الاشكال التواصلية والتفاعلية مع الجمهور بالاضافة الاساليب المستخدمة في تصميم الحملات الاعلامية كذلك مدى فاعلية توظيف هذه الاستراتيجيات اثناء الازمات الدولية من خلال استمارة تحليل مضمون لتحقيق اهداف البحث .

5- مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث التحليلي بصفحة منظمة الامم المتحدة على منصة (X) ، وقامت الباحثتان بأخذ عينة من منشورات الصفحة الخاصة بالازمات الدولية بمدة زمنية تمثلت بالمدة (2024/12/1) الى (2025/6/1) ، حيث قامت بتحليل المنشورات والمعلومات المتاحة على صفحة الأمم المتحدة وكل ما يخص الازمة الفلسطينية وقد تم التركيز على فهم كيفية تفاعل المنظمة الدولية مع هذا الصراع، ودور العلاقات العامة في تشكيل وتوجيه الرسائل والتواصل مع الجمهور حول هذا الموضوع الحساس .

6- مجالات البحث

- 1- المجال الموضوعي (استراتيجيات العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في التعامل مع الازمات الدولية)
- 2- المجال الزمني: امتد المجال الزمني للبحث من حيث اعداد الاستمارة الى مدة التحليل من (2024/12/1) الى (2025/6/1) .
- 3- المجال المكاني: يتعلق المجال المكاني بالفضاء الرقمي لمنصة X تويتر سابقاً الحساب الرئيسي للأمم المتحدة (UN@) على المنصة وكل مايتعلق بالتغريدات الخاصة بالحرب على فلسطين منذ بداية طوفان الاقصى ولمدة ست اشهر منذ نشأة الحرب على فلسطين ، وتعد منصة X من المنصات التي تعتمد الامم المتحدة في إدارة التواصل مع الجمهور الدولي أثناء الأزمات، ولما توفره من معلومات وتصريحات وبيانات كجزء من ادارة الازمة تسهل عملية التحليل لمضمون الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الرأي العام العالمي.

7- التعريفات الاجرائية للبحث

- استراتيجيات العلاقات العامة : وهي الخطط المنظمة التي تعتمد عليها العلاقات العامة في منظمة الامم المتحدة لادارة التواصل مع الجمهور وبناء وتعزيز الصور السمعة اثناء الازمات .
- الامم المتحدة : وهي منظمة دولية تأسست في عام 1945 تسعى الى تعزيز حقوق الانسان ودعم الشعوب المتضررة من الكوارث الطبيعية والعسكرية وتضم عددا من الهيئات العاملة في المجالات الانسانية والاغاثية



، لها حسابات رسمية في منصات رقمية متنوعة، أبرزها منصة X (تويتر سابقاً)، بوصفها أداة للتواصل مع الجمهور الدولي وبناء صورتها الذهنية خلال الكوارث والنزاعات.

• **الالتزامات الدولية:** حالة من عدم الاستقرار الأمني والعسكري ناجمة عن الإجراءات العسكرية والصراعات الجيوسياسية التي يتبعها الكيان الصهيوني في فلسطين المحتلة ، ما أدى إلى انتهاكات لحقوق الإنسان، وتساعد العنف، وكوارث الجوع والابادة ، بالإضافة إلى تفاقم الأزمة الإنسانية والبيئية في المنطقة .

• **منصة x:** وهي من أبرز منصات التواصل الاجتماعي في الفضاء الرقمي ، تتسم غالباً بالخطابات السياسية عرفت بأسم تويتر سابقاً ، تستخدمها المنظمات الرسمية كمنصة لمخاطبة الرأي العام وإدارة التواصل مع الجمهور.

ثانياً: المقاربة النظرية للبحث

أولاً: مفهوم العلاقات العامة واستراتيجياتها

تعريف العلاقات العامة

تعددت تعريفات العلاقات العامة واختلفت وتباينت فيما بينها طبقاً لتخصص وهدف من يقوم بوضع التعريف ونوع الوسائل والأدوات والطرق التي تستخدم لتحقيق الهدف ولا يوجد تعريف واحد جامع للعلاقات العامة ، فيرى البعض مفهوم العلاقات العامة في ضوء الفكر الإداري أو من وجهة نظر علم الاتصال والاعلام أو التسوي أو علم الاجتماع .

وتعرف الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة على أنها " عملية الاتصالات الاستراتيجية التي تبني علاقات ذات منفعة متبادلة بين المنظمة وجمهورها " (ميسون، 2013، صفحة 303) وتعرف كذلك بأنها " الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي وقد ازدادت فاعلية هذا الجهاز كنتيجة للتقدم التكنولوجي وظهور وسائل الاعلام الرقابية والتغيير المستمر للعالم وزاد بذلك الطلب عليه وتعاضلت حاجة الجمهور له " (طايبي، 2017، صفحة 39).

و يعود اهتمام العلاقات العامة بالمشاركة في إدارة الأزمات إلى فترة مبكرة ، حيث إن رائد العلاقات العامة " (إيفي لي) قام عام 1906 أثناء عمله بإدارة أزمة نشبت أصحاب الشركة وعمالها أدت إلى إضرابهم عن العمل ، وهذه المهمة هي أول إدارة مهنية للعلاقات العامة في إدارة وحل الأزمات، وهو بذلك يعتبر المؤسس الأول لإستراتيجيات العلاقات العامة . (التحرير، 2010، صفحة 2)

وبذلك تعرف استراتيجيات العلاقات العامة بأنها "الخطط العامة التي تواجه مراحل المعركة ، فإنها تهدف إلى تبيان أساليب العمل في العلاقات العامة " (عجوة، 2009، صفحة 144) كذلك تعرف بأنها " مجموعة القرارات المهمة والمستقلة عن بعضها ، والتي تتخذها المؤسسة لتحقيق أهداف معينة باستعمال وسائل اتصال متنوعة " (يامين، 2006، صفحة 57)

ثانياً : **الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في ممارسة العلاقات العامة** (عياد، 2009، صفحة 45) (خيرت معوض عياد ، راسم محمد جمال ، 2008) (تويم، 2007، الصفحات ص34-35) (محمد، 2012، صفحة 99)

1- **استراتيجية الإعلام :** أن استراتيجيات الإعلام في المؤسسات الحكومية تتمثل في إجراء مسح وبحث غير رسمية للتعرف على موقف الإعلاميين تجاه المؤسسة و تنفيذ حملات العلاقات العامة والإعلانات الخاصة بالمؤسسة كذلك توزيع النشرات الإخبارية لشرح المواقف المختلفة لوسائل الإعلام واستخدام وسائل الاتصال الحديثة للتواصل مع الإعلاميين .

2- **استراتيجية الاستعلام :** أن استراتيجيات الاستعلام في المؤسسات الحكومية تتمثل في إجراء البحوث والدراسات وجمع المعلومات عن جمهور المؤسسة والوصول إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفه تجاه المؤسسة



و تحليل اتجاهات الجمهور تجاه المؤسسة ومتابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها ودعم الايجابية منها بالإضافة الى متابعة ما ينشر عن المؤسسة عبر وسائل الاعلام والتصدي للرد على أي شائعات أو أخبار عن المؤسسة عبر وسائل الاعلام والتصدي للرد على أي شائعات أو أخبار كاذبة أو مضللة ، التأكد من صحة المعلومات التي تصل إلى الجمهور والعمل على تصحيحها وتدارك الموقف في حالة المعلومات الخاطئة ، ومن الملاحظ أن استراتيجية الاستعلام تهتم بشكاوي ومقترحات الجمهور ومعالجة الجوانب السلبية التي قد تطرأ على التعامل مع الجمهور .

3- استراتيجية التنسيق : أن استراتيجية التنسيق في المؤسسات الحكومية تتمثل في تحقيق الانسجام والتكيف بين إدارة المؤسسة وبين الجمهور كذلك ربط خطط العلاقات العامة مع خطط الادارات الاخرى في إطار الخطة العامة للمؤسسة ، تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المؤسسة والمشاركة في اتخاذ القرار ، التنسيق بين الادارات المختلفة لتحقيق الانسجام بينها ، التأكد من صحة المعلومات التي تصل إلى الجمهور والعمل على تصحيحها وتدارك الموقف في حالة المعلومات الخاطئة ، واهتمت هذه الاستراتيجية بتحقيق التفاهم بين المؤسسة والجمهور وبين إدارات المؤسسة ككل .

4- استراتيجية الحوار: ان استراتيجية الحوار في المؤسسات الحكومية تمثلت في تناقش المؤسسة مع الجمهور في الازمات المتوقع حدوثها وكيفية الاستجابة لها كما تأخذ المؤسسة بأراء جمهورها في مختلف القضايا و تعتمد إدارة المؤسسة في حوارها مع الجمهور على الاتصال الشخصي وتقوم المؤسسة باستشارة جمهورها في سياساتها ، ومن الملاحظ ايضا أن هذه الاستراتيجية تهتم بمعالجة الازمات التي قد تتعرض لها المؤسسة

5- استراتيجية الإقناع : أن استراتيجية الحوار في المؤسسات الحكومية تتمثل في تعبير المضمون الاتصالي عن رؤى كل من المؤسسة وجمهورها ، وأن تأخذ المؤسسة بأراء جمهورها في مختلف القضايا ، كما تعتمد المؤسسة على الاعلانات لتعريف الجمهور بسياسة المؤسسة كذلك تعمل العلاقات العامة على إقناع الجمهور بأهداف المؤسسة .

مفهوم الازمة وادارتها

تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الأزمة كنتيجة مباشرة للتغيرات البيئية الداخلية والخارجية السريعة والمتلاحقة والتي تعمل في إطارها المنظمات سواء كانت إنتاجية أو خدمية ، الأمر الذي يترتب عليه حدوث أزمات تفرض على المنظمات إدارتها بكفاءة وفعالية وبهدف الحد من نتائجها السلبية والاستفادة من نتائجها الإيجابية . (Hunter، 2016، الصفحات 8-9)

وتعتبر الأزمة لحظة حرجة وحاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي يصاب بها، ومشكلة تمثل صعوبة حادة أمام متخذ القرار تجعله في حيرة بالغة فيصبح أي قرار يتخذه داخل دائرة من عدم التأكد، وقصور المعرفة، واختلاط الأسباب بالنتائج والتداعي المتلاحق الذي يزيد درجة المجهول في تطورات ما قد ينجم عن الأزمة . (محمود، ٢٠١٠، صفحة 6)

وبذلك تعد إدارة الأزمة هي منهجية التعامل مع الازمات في ضوء الاستعدادات والمعرفة والوعي والادراك والامكانيات المتوافرة والمهارات وانماط الادارة ، مما يعني ان ادارة الازمة تعني كيفية التغلب على الازمة والتحكم في ضغطها ومسارها واتجاهاتها وتجنب سلبياتها والاستفادة من ايجابياتها . (محمود م، 2017، صفحة 723)

بالإضافة الى ان ادارة الازمة تعرف بانها الاستراتيجيات والخطط والاساليب التي تتبعها المنظمات وادارتها لمواجهة الحالات التي تهدد اهداف المنظمة وانشطتها ، مما يعني تركيز الجهود في استعمال الاستراتيجيات للتحكم في استجابات المنظمة اثناء حدوث الازمة . (العنزي، 2020، صفحة 470)



مبادئ وأسس ادارة الازمات الدولية

ان مواجهة الازمة الدولية والتعامل معها يتطلب الالتزام بعدة مبادئ اساسية اهمها : (الرويلي، 2012، الصفحات 71-72)

- 1- تحديد الأسبقيات : يتم ذلك من خلال وضع الأهداف الرئيسية والثانوية عن طريق جمع المعلومات والبيانات حول الأزمة الدولية ومكانها ومدى خطورتها والتي على أساسها يتم وضع خطة يتم تنفيذها بغية تحقيق الأهداف المنشودة .
- 2- تحقيق عنصر المفاجأة : يتيح هذا العنصر الحد من خطر الأزمة الدولية ويساهم في القضاء عليها كما أنه يؤثر على أطراف الأزمة ويحرمهم من اتخاذ القرارات السليمة ويكشف جوانب الضعف لديهم .
- 3- حشد الطاقات والإمكانات : يتم ذلك من خلال توفير كافة الجهود البشرية والمالية والمادية لحل الأزمة الدولية بتفويض المسؤوليات والمشاركة في وضع القرارات ، إضافة إلى العمل على توفير المعدات والأجهزة وغيرها.
- 4- توفير المعلومات: إن توفير المعلومات إلى المتعاملين مع الأزمة الدولية يعد أمراً ملحاً ومهما ليس فقط أثناء إدارة الأزمة بل قبلها وبعدها أيضاً لأن ذلك سوف يساهم في بناء القرارات الصحيحة والسليمة ويساعد على اتخاذ الإجراءات المناسبة لانتهاء الأزمة أو التقليل من أضرارها وبذلك يحقق التكيف السريع لمواجهة الأزمة بفاعلية.

العلاقات العامة كإحدى الاستراتيجيات الفعالة لإدارة الأزمات الدولية

تعتبر الأزمة عن حدث مفاجئ غير متوقع يحتاج إلى أن يتم اتخاذ قرارات سريعة وارتجالية، وبذلك تشكل خطراً على حياة الفرد والمجتمع ككل كما أنها تؤثر على البيئة الداخلية وما يحيط بها في الخارج، وبلتالي فهي تحتاج إلى أن يتم فهمها و معرفة أبعادها وأسباب حدوثها إضافة إلى البحث عن آليات للتحكم فيها حتى لا تتفاقم وتخرج عن سيطرة الإنسان، وهنا يكون دور العلاقات العامة من خلال الاعتماد على مختلف وسائل الاتصال في تغطية الأزمة الدولية في مختلف مراحلها والمساهمة في اتخاذ القرارات الصحيحة إضافة إلى طمأنة الجمهور وإيصال المعلومات التي يحتاجها حول الأزمة وطرق الحماية من أجل خفض الخسائر البشرية والمادية قدر الإمكان.

حيث انها تمر بمراحل تختلف من حيث سرعة تشكيلها وتطورها لمكان وزمان وقوعها وبالتالي فالفرد يحتاج إلى أن يكون متيقظاً بشكل دائم وأن تكون هناك خطط تنبؤية لهذه الاختلالات التي تؤثر على المستويات الفردية، الاجتماعية والتنظيمية وتعرقل كافة المجالات بمختلف تخصصاتها، فهي تتميز باللتشابك والترابط والتعقد ، لدرجة أن أزمة واحدة قد تؤدي إلى حدوث عدة أزمات في وقت واحد مما يصعب على متخذي القرار السيطرة على الأوضاع وهو ما حدث في الصين سنة 2019 عندما تم اكتشاف لأول مرة فيروس (كوفيد19) حيث ان تجاهل هذه الأزمة التي مست قطاع الصحة وعدم تغطيتها أدت إلى أزمات اقتصادية، اجتماعية وسياسية وحتى نفسية والتي تطلب فيما بعد الإسراع في إيصال المعلومات المرتبطة بالجائحة للجمهور بكل الطرق المتاحة معتمدين في ذلك كل وسائل الاتصال من أجل إقناعه بمدى خطورة الوضع وتوعيته لأهمية الإجراءات الوقائية، وذلك لان العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً في مختلف المجالات خاصة في مرحلة الأزمات أي انها تكون حلقة وصل بين المؤسسة مهما كان نوعها وبين الجمهور المستهدف، لذلك لابد أن تكون هناك نظرة شاملة وبلورة للمفاهيم المرتبطة بعلاقات العامة والتي تساهم في ادارة الأزمات الدولية حيث يحتاج ذلك وضع خطة مع تقييم المخاطر التي قد تقع فيها المؤسسات مع العلم أنه لا يمكن اعتبارها انها قاعدة موحدة فقط وإنما هي شبكة من العمليات المرتبطة ببعضها البعض والتي توضع فيها خطوات محددة من قبل متخذ القرار للتمكن من الوصول إلى حلول تخدم مصالح الهيئة المعنية، كما يمكن اعتبارها فن كونها ترتبط فقط بفئة محددة، حيث أنه لا يمكن أن يتم تطبيق نفس الخطة في عدة مؤسسات قد



تختلف في الأهداف والخبرة ، ومن أجل اضمحلال الأزمة لابد أن يتم الإحاطة بها في مختلف مراحلها وعدم إهمال أي مرحلة كون كل مرحلة تتميز بجملة من الخصوصيات كما أن العلاقات العامة لها دورا يختلف حسب مرحلة الأزمة ويتمثل المراحل بـ :

مرحلة قبل وقوع الأزمة : يرى (طايبي، 2017، صفحة 40) أنه لابد من الاستناد إلى مجموعة من العمليات تتمثل في الإسهام في عملية التنبؤ في الأزمة وتوقعها من خلال إعداد سيناريوهات التصدي ومنع الأزمات إضافة إلى العمل على توعية الجمهور بخطورة الأزمات المحتملة من خلال اعتماد وسائل الاتصال المختلفة مع وضع إجراءات وقائية في حالة وقوع أزمات أخرى، ووضع أساليب مناسبة مع العمل على تدريب الأفراد وتنمية مهاراتهم وتأهيلهم عمليا لمواجهة الأزمة خاصة التدريب العملي الذي يسمح بتحسين الجانب الأدائي وذلك عن طريق استخدام أساليب التدريب الشائعة مثل: الإنذار الكاذب أو البلاغ الوهمي.

مرحلة أثناء وقوع الأزمة: عندما تبدأ الأزمة يتم اتباع الخطوات التي تم اتخاذها قبل بدأ مسار العملية الاتصالية حيث يكمن دور العلاقات العامة وفريقها المتخصص في التعامل مع المواقف وتجميع المعلومات الشاملة والدقيقة عن الأزمة كما يختبر برنامجهم المعد مسبقا ويحاول التعديل والتطوير إضافة إلى إبلاغ الأطراف ذوي العلاقة بأقصى سرعة ممكنة ، كما أنه لابد من جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حتى يتمكن متخذي القرار من التعامل مع الأزمة مع الاتسام بدرجة عالية من الهدوء عند القيام بالوظيفة الاعلامية كما يلعب الاحتواء النفسي وطمأنة الجمهور دورا في التقليل من الخوف حيث لابد أن لا يتم تهويل الأوضاع مما يخلق الرعب في نفوسهم مع تقديم نصائح حول كيفية التعامل مع الأزمات والإجراءات الوقائية وأساليب الحماية التي يجب اعتمادها، بحيث يشعرهم ذلك بأنه يمكنهم السيطرة على الوضع كما يجب العمل على تجنيد الفاعلين في إدارة الأزمة من أجل متابعتها والبحث عن الحلول المناسبة حتى يمكن اتخاذ قرارات مجدية لحل الأزمة حيث لابد من اتباع الخطوات التالية :

- 1- التعرف على الحقائق المتعلقة بالأزمة من أجل اتخاذ القرارات المناسبة.
- 2- توزيع وتنظيم مصادر القوة والضعف مع تحديد المخاطر المتوقعة.
- 3- تجهيز التقارير الصحفية.
- 4- التعامل مع استفسارات وسائل الإعلام والقيام بالاتصالات الضرورية.
- 5- تنظيم وتنسيق ندوات صحفية ومؤتمرات وطنية ودولية من أجل تفسير أسباب الأزمة للجمهور وبيان درجة خطورتها .
- 6- التحكم في إجراءات التغطية لأحداث الأزمة من خلال اتخاذ قرارات مناسبة مع وضع بدائل في حالة الفشل في إدارة الأزمة.
- 3- **بعد وقوع الأزمة :** في هذا الإطار لابد من التأكيد على أن نهاية الأزمة لا يعني عدم تجدد لها فهذا فإن العمل على وضع استراتيجية فعالة في حالة تكرار الأزمة أمر ضروري، كما أنه لا بد من توفير الإمكانيات البشرية والمادية والمالية التي تمكنها من كسب جمهورها من جديد وتحسين صورتها في أذهانهم والتأكد من أنه قد تم السيطرة تلقائيا على الوضع وأنه غير قابل للتجدد والتطور إضافة إلى التحقق من مدى فاعلية وسائل الاتصال في إيصال المعلومات للجمهور و كذلك الفاعلية من حيث تخطي الأزمة وماهي التناقضات التي يجب تغطيتها من خلال عمليات التدريب ، حيث انه لا يتوقف عمل العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة، بل يجب الاستمرار في الحفاظ على العلاقات التي تم اكتسابها مع الجمهور وعناصر الأزمة، كذلك ضرورة الاستمرار في الاتصالات الوقائية التي من أهم غايتها وقاية المؤسسة من الأخطار المحيطة بها، إضافة إلى بناء سمعة طيبة للمؤسسة وضرورة الحفاظ عليها. (عاشور، 2019، صفحة 71)
- ومن زاوية أخرى فإن العلاقات العامة تفرض جملة من المبادئ التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إدارة الأزمات والتي تتمثل فيما يلي: (طايبي، 2017، ص40) (احمد، 2010، صفحة 31)



1- وضع مصلحة الجمهور في المقام الأول لان العلاقات العامة في أي مجال تقوم به تستند إلى فلسفة اجتماعية تتبناها إدارة المؤسسة وتضع بذلك مصلحة ومتطلبات الجمهور في المقدمة، وبما أن العلاقات العامة هي وظيفة مهامها تقديم الخدمات، فلا بد لها من وضع الجمهور في المقام الأول واعتباره هو من منحها هذه الصلاحية في تأدية مهامها.

2- المسؤولية الاجتماعية حيث إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن ان المؤسسة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي تحيط به فيؤثر فيها وتتأثر به، لذلك فإن هناك مسؤولية اجتماعية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع، والتي تتمثل فيما تقدمه من مساهمات في دعم مختلف النشاطات المجتمعية .

3- عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور تعتبر الثقة التي يتم تشكيلها بين المؤسسة والجمهور أهم عنصر في العلاقات العامة، ذلك أنه لا يمكن تحقيق وظيفة الإقناع إلا من خلال المعلومات والصورة التي تظهرها المنظمة أمام جمهورها، فالولاء لا يتحقق إلا في الصدق وكذلك تغيير اتجاهات الأفراد يمكن أن يصبح سهلاً في هذه الحالة فلا تحتاج المؤسسة إلى التبرير لجذب الأفراد ولتحقيق القبول من طرفهم يكفي أن يعلمون أن هذه المؤسسة تبحث عن تحقيق مصالحهم وإشباع حاجتهم بصدق وهذا ما يسمح بتحقيق رابط عاطفي لا يسهل تفكيكه أو هدمه مهما حاولت المؤسسات الأخرى تشويه سمعة المؤسسة تبقى صورتها حسنة وسمعتها جيدة في نظر جمهورها إلى درجة الدفاع عنها في حالة المساس بكيانها .

4- إتباع الأساليب العلمية في البحوث: وذلك من خلال الاعتماد على التخطيط المسبق من خلال جمع معلومات وبيانات حول الجمهور من حيث اتجاهاته قيمه عاداته وتقاليده و الثقافات التي تغلب على المجتمع، إضافة إلى التركيز على البيئة الداخلية من خلال تحديد نقاط القوة والضعف والبيئة الخارجية من خلال تحديد الفرص المتاحة والمخاطر والاختلالات التي تهدد المنظمة من كوارث وأزمات، كل ما سبق ذكره يحتاج إلى التقييم العلمي معتمدين في ذلك خبراء ذوي كفاءة عالية وأساليب علمية دقيقة وأدوات ذات مصداقية، بحيث يمكن اعتمادها في القياس كونها تتميز بقابلية التطبيق في الواقع العملي، مما يسمح بذلك بجمع معلومات دقيقة تساعد متخذي القرار على اختيار البدائل المناسبة كحلول لمختلف العراقيل التي تواجه المؤسسات، سواء كانت أزمات أو قوى منافسة أو صراعات أو تضارب مصالح أو غيرها.

سادساً: منظمة الأمم المتحدة ودورها في ادارة الازمات على منصة (x) (المتحدة، 2023)

الأمم المتحدة (UN) هي المنظمة الحكومية الدولية التي أنشئت بموجب توقيع ميثاق الأمم المتحدة في 26 يونيو 1945 بهدف الحفاظ على السلام والأمن الدوليين ، وتنمية العلاقات الودية بين الدول ، وتعزيز التعاون الدولي، والعمل كمرکز لتنسيق تصرفات الدول في تحقيق تلك الأهداف. تقوم منظمة الأمم المتحدة بإدارة الأزمات الدولية على منصة X (تويتر سابقاً) من خلال استراتيجية اتصالية مدروسة تهدف إلى:

1- التوعية والتثقيف

بمعنى نشر معلومات دقيقة ومحدثة حول الأزمات (مثل النزاعات، الكوارث، الأوبئة) و توضيح المواقف الرسمية للأمم المتحدة وقرارات مجلس الأمن أو الجمعية العامة بالإضافة الى تسليط الضوء على القوانين الدولية وحقوق الإنسان في سياق الأزمة.

2- التنسيق الإنساني

أي مشاركة التحديثات من وكالاتها المختلفة (مثل اليونيسف، برنامج الغذاء العالمي، المفوضية السامية لشؤون اللاجئين) واستخدام المنصة لتسهيل عمليات جمع التبرعات أو التنسيق بين الشركاء الدوليين والمنظمات غير الحكومية.

3- الرد السريع والشبكة العالمية

إصدار بيانات فورية حول تصاعد الأوضاع أو نتائج اجتماعات عاجلة كذلك استخدام الوسوم (#) الخاصة بالأزمات لتسهيل الوصول إلى المعلومات وربطها بسياقات أكبر (مثلاً: #Ukraine #Gaza #ClimateCrisis).



4- مكافحة المعلومات المضللة تصحيح الأخبار الزائفة المنتشرة حول الأزمات

بمعنى نشر فيديوهات قصيرة للدعوات الكاذبة بطريقة مبسطة ورسومية

5- المناصرة والدبلوماسية الرقمية أي الضغط الإعلامي والرمزي على الأطراف المعنية لاتخاذ خطوات نحو الحلول السلمية و مشاركة جهود الوساطة واللقاءات الدبلوماسية التي تشارك فيها المنظمة أو مبعوثوها الخاصون.

كما تستخدم منظمة الامم المتحدة عدة اساليب وتقنيات على منصة (x) منها :

- 1- استخدام المحتوى متعدد الوسائط : كالصور، فيديوهات، إنفوغرافيك، خرائط تفاعلية و التغريدات المتسلسلة (Threads) لشرح خلفيات الأزمات أو جهود الاستجابة.
- 2- اللغة المتعددة : النشر بلغات مختلفة للوصول إلى جمهور عالمي.
- 3- الوسوم العالمية الرسمية : لضمان ظهور المحتوى ضمن النقاشات العالمية.
- 4- البث المباشر : عبر X Spaces أو منصات مرتبطة لمؤتمرات صحفية أو تقارير ميدانية.

واستنادا إلى ما سبق يمكننا القول أن الأزمات هي جزء من الحياة العادية للمجتمعات في العالم، فهي مواقف طارئة تكون نتيجة عن تراكمات أو مشكلات فجائية لهذا فإن العمل على صدها تعتبر من الضروريات وذلك من خلال إيجاد حلول مناسبة بحيث يتكفل أفراد ذوي كفاءة عالية باتخاذ القرارات في وجود وسائل وآليات تتناسب مع الوضعية المطروحة، ومن بين الاستراتيجيات التي يمكن أن تساهم في التقليل من وطأة الأزمات الدولية هي الاعتماد على العلاقات العامة باعتبارها من أكثر المجالات مساهمة في حالة حدوث أزمات دولية كما أن جهود العلاقات العامة مستمرة ولا تنتهي بانتهاء الأزمة حيث يجب على المؤسسة ان تضع في اعتبارها عند رسم سياستها أن تكون مهية للتعامل مع مطالب الجمهور والاستجابة له إذا ثبت للمؤسسة صحة وجهة نظر الآخرين، ومن ثم المباشرة فوراً في اتخاذ الإجراءات لحل الأزمة وتعديل الوضع القائم أو تغييره فسياسة التجاهل قد تزيد الأمر سوءاً، وتضخم المشكلة وبالتالي تفقد المؤسسة مصداقيتها، لهذا فإن العلاقات العامة تمثل مجالاً هاماً واستراتيجية فعالة عندما يتم استغلالها وفقاً للمبادئ الصحيحة من خلال كسب ثقة وولاء الجمهور إضافة إلى التقليل من حدة الأزمة الدولية والحفاظ على التوازن والاستقرار على كافة المستويات الدولية .

ثالثاً: الإجراءات التطبيقية للبحث :

اعتمد البحث على اسلوب تحليل المضمون بعده احد الدراسات الوصفية التي تسعى الى تحليل الرسائل الموجه للجمهور، وشملت تغريدات الحساب الرسمي لمنظمة الامم المتحدة الدولية على منصة x بلغت مايقارب 160 تغريدة بما يخص الحرب على فلسطين وتدايها، تم تحليلها وفق معايير دقيقة تركزت على صلتها بموضوع البحث، حيث خضعت التغريدات لعملية تصنيف منظمة ضمن فئات تحليل المحتوى

كما تم إجراء تحليل شكلي للتغريدات، لمعرفة توزيع الأشكال المختلفة للرسائل ومدى تأثير كل شكل في توصيل المعلومة وبناء الصورة الذهنية للأمم المتحدة خلال الأزمة.

بناءً على هذه البيانات المصنفة، تم تطبيق منهجية التحليل الضمني لفحص مضمون الرسائل، وتحديد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، وقياس فعاليتها في إدارة الأزمة وتعزيز مصداقية المنظمة.

فئات تحليل المضمون

1- فئة نوع المحتوى :

جدول فئات (1) يبين نوع المحتوى في منشورات الامم المتحدة على منصة x



نوع المحتوى	التكرار	النسبة
اعلامي	61	38.1%
سياسي	24	15%
اقتصادي	16	15%
انساني	43	26.9%
بيئي	13	8.1%
ثقافي – رمزي	3	1.9%

يتبين من الجدول اعلاه ان نوع المحتوى في صفحة الامم المتحدة جاء بالنسبة الاعلى للمحتوى الاعلامي اذ يتضمن معلومات رسمية وبيانات واحصائيات وتقارير اعلانات حول جلسات مجلس الأمن او بيانات من الأمين العام أو مبعوثي الأمم المتحدة فضلاً عن نشر تقارير أممية اما لتقييم الوضع في فلسطين او اخبار تتعلق بانشطتها وبرامجها ، اما المرتبة الثانية للمحتوى الانساني مايعكس اهتمام المنظمة بالازمة الانسانية في فلسطين مثل النزوح والجوع وازمات المعيشة وجاء ذلك للفت الانتباه الدولي للحالة الإنسانية والمطالبة بالاستجابة الدولية. كما ان الامم المتحدة برزت كمنظمة دولية مدافعة عن حقوق الانسان في العالم اما المحتوى السياسي فهو في الغالب محدود نسبياً تعتمد المنظمة على استخدام لغة دبلوماسية ومحايدة وتتجنب توجيه التهم المباشرة والانحياز العلني ، كما ان الاشارة الى القانون الدولي وقرارات مجلس الامن تم وردها ضمن منشورات الصفحة اشارة الى اهمية المحاسبة للكيان المغتصب لارض فلسطين ، والمرتبة الاخيرة جاءت للمحتوى الثقافي وهذه النوع من المحتوى مقترن بالمناسبات ويوجه لتعزيز القيم العالمية .

2- فئة التخطيط للازمة

جدول فئات (2) يبين فئة التخطيط للازمة في منشورات الامم المتحدة على منصة x

فئة التخطيط للازمة	التكرار	النسبة
تشكيل لجان او فريق ازمة	6	21.4%
اعداد خطة للطوارئ	5	17.8%
تحليل الضرر والمخاطر	13	46.5%
التخطيط الاستراتيجي للازمة	4	14.2%
المجموع	28	100

يتبين من الجدول اعلاه ان (تحليل الضرر والمخاطر) النسبة الاعلى من المنشورات التي تحتوي على محاولة للتخطيط للازمة ، اذ جاءت بنسبة (46.5%) ما يعكس تركيزاً على وصف وحجم الضرر للازمة من بنى تحتية و ارواح المدنيين والخدمات الصحية والتعليم وكل مقومات العيش ، كما ان تحليل المخاطر والضرر يمكن ان يحرك الرأي العام ويحفز التمويل والمساعدات الطارئة بغض النظر عن مدى قدرة هذه المساعدات الوصول الى الاراضي الفلسطينية في ضل الاحتلال الاسرائيلي ، اما في المرتبة الثانية فجاءت (لتشكيل لجان او فرق ازمة) مع ان النسبة ليست عالية لكن الامم المتحدة قامت بتشكيل فرق تعمل على ارض الواقع لتخفيف الازمة مثل الاونروا لتقديم خدمات اغاثية الى جانب المنظمات الدولية الاخرى كالصليب الاحمر واليونيسيف تركيز هذه المنظمات على تخفيف حدة الازمة ولكنها لاتعتبر جزءاً من



التخطيط الاستراتيجي لحل الازمة ، اما التخطيط الاستراتيجي لازمة جاء بنسبة (14.2%) يظهر غياب التخطيط المعلن وان واقع الازمة معتمداً على الاطراف السياسية ، ما يعكس واقعا دولياً معقداً اذ تضل الحلول السياسية والاجتماعية غير فعالة بينما يتصدر الخطاب الانساني الاعلامي دون حلول واقعية وان الامم المتحدة تعمل بناء وفق سياسات دول الاعضاء بالتنسيق مع الحكومات المحلية يكمن دورها في تكثيف الجهود الدبلوماسية والسياسية وتحقيق تسويات سلمية معتمدة بالاساس على حقوق الانسان وهم المدنيين في فلسطين .

3- فئة التفاعل مع الجمهور ووسائل الاتصال

جدول فئات (3) يبين كيفية التفاعل مع منشورات الامم المتحدة على منصة x

النسبة	التكرار	فئة التفاعل مع الجمهور ووسائل الاعلام
52.6%	60	تقديم البيانات والاحصائيات
11.4%	13	محاربة المعلومات المضللة ودحضها
26.3%	30	التواصل مع الاطراف المعنية رسمياً
9.6%	11	متابعة ردود فعل الجمهور ووسائل الاعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي
100	114	المجموع

يتبين من الجدول اعلاه ان الاستراتيجية التي تعتمد عليها الامم المتحدة تركز على نقل المعلومات الرسمية وفق بيانات واحصائيات اذ وردت بنسبة بلغت (52.6%) بالاعتماد على تقارير الأونروا و OCHA لتوثيق الخسائر البشرية تشمل اعداد المصابين والشهداء ونسب التهجير ونسب الفقر والجوع سيما ان هذه الاحصائيات والادلة هي اساساً قانونياً لادانة الانتهاكات التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني منذ الاحتلال الاسرائيلي ، اما في المرتبة الثانية فجاءت لتواصل مع الأطراف المعنية رسمياً بنسبة بلغت (26.3%) هذه الممارسة تعكس دور الامم المتحدة كوسيط دولي لحل الازمة فضلاً عن التنسيق مع الدول والمنظمات الدولية لضمان تقديم المساعدات الانسانية

اما محاربة المعلومات المضللة ودحضها فجاءت بنسبة محدودة بلغت (11.4%) وهذا يعكس عدم اهتمام المنظمة بانتشار الاخبار المضللة سيما انها جزءاً اساسياً من الاستراتيجية كما ان الاخبار المضللة ذات انتشار سريع في الازمات والحروب كما انها تؤثر على تصورات الراي العام بطرق ممنهجة اذ لم يرد اي خطاب تصحيحي موجه للجمهور سيما في مدة التحليل كانت الاخبار الزائفة على فلسطين هي الاكثر انتشاراً انذاك

ان متابعة ردود فعل الجمهور ووسائل الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي (9.6%) مثلت النسبة الأدنى اذ تشير إلى أن مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ليست المهمة الرئيسية، لكنها تُستخدم لقياس الراي العام وضبط الرسائل الإعلامية. على سبيل المثال، تستخدم الأمم المتحدة منصة X لنشر تصريحات الأمين العام وتقارير الأونروا، مع الاستجابة للهاشتاغات الشعبية مثل #CeasefireNow ،

4- فئة استراتيجيات اصلاح الصورة :

جدول فئات (4) يبين استراتيجيات اصلاح الصورة في منشورات الامم المتحدة على منصة x



النسبة	التكرار	استراتيجيات اصلاح الصورة
50%	22	تخفيف شناعة الحدث
27.2%	12	التهرب من المسؤولية
15.9%	7	تحويل اللوم
4.5%	2	انكار الازمة المتعمد
2.2%	1	الاعتراف بالذنب او الاعتذار
100	44	المجموع

يتبين من الجدول اعلاه ان استراتيجيات اصلاح الصورة جاءت في منشورات الامم المتحدة على منصة X بالمرتبة الاولى التهرب من المسؤولية بنسبة (50.%) وهي النسبة الاعلى ويتضح في منشورات الامم المتحدة عجز المنظمة في اتخاذ موقف حازف جراء الانتهاكات الانسانية التي مارسها الاحتلال الاسرائيلي ازاء الشعب الفلسطيني وتوجه الى التركيز على المساعدات الانسانية وعمليات الاغاثة في مقابل تجاهل الماساة الانسانية هذا سيعمل على تهدئة الرأي العام ازاء المنظمة ومن جهة اخرى مبرر واضح لدورها خلال هذه الازمة وفي المرتبة الاخيرة (انكار الازمة المتعمد) بنسبة (2.2%) و(الاعتراف بالذنب أو الاعتذار) بنسبة بلغت (4.55%)

5- فئة استراتيجيات التواصل الانساني :

جدول فئات (5) يبين نوع الرسائل في منشورات الامم المتحدة على منصة x

النسبة	التكرار	استراتيجيات التواصل الانساني
30%	48	دعوات اغاثة
25%	40	التركيز على حقوق الانسان
20%	32	دعوات السلام
25%	40	وقف العنف
100	160	المجموع

يتضح من الجدول اعلاه ان استراتيجية التواصل الانساني تضمن بشكل اساسي (دعوات اغاثة) بالمرتبة الاولى وبنسبة بلغت (30%) بينما جاء (التركيز على حقوق الانسان) و(وقف العنف) بنسبة بلغت (40%) ويعود ذلك الى مدى تقاوم الازمة الانسانية والتصعيد العسكري اذ تركز الامم المتحدة على الحاجة العاجلة لتقديم مساعدات غذائية وطبية وماوى للنازحين بالاعتماد على الحقائق والتقارير التي تؤكد الى الحصار الغذائي الذي يمارسه الكيان الصهيوني بينما تسعى الامم المتحدة كمنظمة دولية الى تحقيق حماية مدنية وتسليط الضوء على الانتهاكات التي لا تتنافى وحقوق الانسان وكرامته سيما مع العمليات العسكرية التي تستهدف البنى الامنة المدنية كالمدارس والمستشفيات ، اما دعوات السلام) فجاءت بنسبة (20%) مايعكس الخطاب التقليدي للمنظمة بوقف اطلاق النار والدعوة للسلام والهدنة والتفاوض مع ذلك فإن الخطاب عادة ما يواجه بالابتعاد عن الواقع بسبب عدم تناسبه مع حجم الكارثة الحقيقية وهو مايدفع الجمهور الى عدم الايمان بخطاب المنظمات الدولية باعتباره خطابا رسميا اكثر من كونه اداة فاعلة للتغيير للمشهد السياسي والعسكري

6- فئة الجمهور المستهدف :



جدول فئات (6) يبين الجمهور المستهدف في منشورات الامم المتحدة على منصة x

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
الحكومات والمسؤولين	62	38.8%
الجمهور العام	33	20.6%
الشباب	24	15%
المنظمات الدولية	41	25.6%
المجموع	160	100%

يتضح من الجدول اعلاه ان الجمهور المستهدف من خطابات الامم المتحدة حول قضية فلسطين تستهدف بالمرتبة الاولى (الحكومات والمسؤولين) ونسبة بلغت (38.8%) وهي غالبا ما توجه الى رؤساء الدول والقادة والسفراء وصناع القرار بعدهم هم من يؤفرون على القرارات السياسية واداة للضغط السياسي غالبا ما يتضمن الخطاب بيانات رسمية وتجسيد للارزمة الانسانية بحق الشعب الفلسطيني وتدعو بتبني قرارات المبادرات الاممية واحترام القانون الدولي من حماية المدنيين واجراء مفاوضات سلمية ويتم ذلك من خلال دعوات علنية او جلسات طارئة تدين الهجمات على المنشآت المدنية ، اما الخطاب الموجه الى المنظمات الدولية فجاء بنسبة (25,6%) يتضمن هذا الخطاب تنسيق الجهود واستمرارية عمليات الاغاثة وتنظيم الشراكات والاجتماعات التي تهدف الى التخفيف من حدة الازمة ، مثل مشاركة بين UNRWA و OCHA توضح نقص التمويل في غزة وتدعو الدول المانحة للتدخل ، اما خطابات الجمهور العام جاءت بنسبة بلغت (20.6%) تستهدف الرسائل الموجهة للجمهور المهتمين بالقضية الفلسطينية تتضمن حكايات الضحايا والمعاناة ودعوات انسانية للتضامن بالتكاتف والنشر ورفع الروح المعنوية للشعب اذ يتسم الخطاب بالعاطفية والتبسيط والرمزية ما يعكس اهتمام المنظمات الدولية بالرأي العام كجزأ من الضغط على المجتمع الدولي

ز- فئة استراتيجية رواية القصص:

جدول فئات (7) يبين استراتيجية رواية القصص في منشورات الامم المتحدة على منصة x

استراتيجية رواية القصص	التكرار	النسبة
استخدام القصص المؤثرة	33	33.0%
رواية التجارب الانسانية	42	42.0%
اعادة رواية القصص التاريخية	15	15.0%
قصة مستقبلية	10	10.0%



يتضح من الجدول السابق ان الامم المتحدة تعتمد بالدرجة الاولى في استراتيجيتها القصص الى سرد القصص الانسانية للضحايا لا على اعتبارهم مجرد اعداد سقطو نتيجة القصف العسكري وهذا مايعزز من مفهوم انسنة الاعلام وخلق الرابط الانساني المباشر مع الجمهور

فيما تعتمد الى عرض القصص المؤثرة التي تحتوي على نهايات ملهمة وتحفيزية لتوجيه رسائل قوية عن حقوق الانسان وكرامته

تشير النسب اعلاه الى استخدام استراتيجيات القصص التاريخية بنسبة بلغت (15%) وتعتمد على استدعاء لحظات تاريخية او خلفيات الصراعات الاهلية او السياسية كجزء من التحذير للعواقب الوخيمة للحروب والنزاعات ما يشير الى ان القصور في التركيز على المعاناة الحالية واسترجاع سرد الماضي ما يضعف من اهمية الاهتمام بالقضية الفلسطينية كقضية انسانية دولية مهمة .

ف- فئة الرسائل في المنشورات:

جدول فئات (8) يبين نوع الرسائل في منشورات الامم المتحدة على منصة x

فئة اشكال التواصل مع الجمهور	التكرار	النسبة
نص و صورة	160	41.0%
نص وفيديو	145	37.2%
إنفو غرافيك	70	17.9%
روابط لمصادر خارجية	15	3.8%
المجموع	390	100

يتبين من الجدول اعلاه ان المنشورات في صفحة الامم المتحدة على منصة x ان النصوص هي الشكل الرئيس للتواصل مع الجمهور حيث وردت في كل المنشورات نصوص تعبر عن فحوى الرسالة الاتصالية سواء كانت خبرا ام بيان صحفي او روابط او هاشتاك (الوسوم) اذ جاءت بنسبة (41.0%) وذلك بحسب طبيعة المنصة التي تعتمد على النصوص بالدرجة الاساس في التواصل مع الجمهور

اما قلة نسب استخدام الفيديو والانفو غرافيك بسبب اتجاه الجمهور للمحتوى النصي في منصة x كما تعتمد المنظمة على رفد المنشورات بالروابط المعززة للمواقع الاخرى التابعة لها واحالة الجمهور الى محتوى خارجي او توثيقي للنص .

نتائج البحث

1- اظهرت نتائج التحليل الضمني لفئة وحدة نوع المحتوى التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة اعلامي حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (38.1%) من بين الفئات الفرعية الاخرى

2- بينت نتائج التحليل الضمني لفئة التخطيط اللازمة التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة تحليل الضرر والمخاطر حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (46,5%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .



- 3- كشفت نتائج التحليل الضمني لفئة التفاعل مع الجمهور ووسائل الاعلام التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة تقديم البيانات والاحصائيات حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (52,6%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .
- 4- توصلت نتائج التحليل الضمني لفئة استراتيجيات اصلاح الصورة التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة تخفيف شناعة الحدث حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (50%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .
- 5- وضحت نتائج التحليل الضمني لفئة استراتيجيات التواصل الانساني التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة دعوات الاغاثة حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (30%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .
- 6- اظهرت نتائج التحليل الضمني لفئة الجمهور المستهدف التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان فئة الحكومات والمسؤولين حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (38.8%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .
- 7- كشفت نتائج التحليل الضمني لفئة استراتيجيات رواية القصص التي تركز صفحة الامم المتحدة على نشرها في منصة (x) ان رواية التجارب الانسانية حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (42%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .
- 8- حققت نتائج التحليل الضمني لفئة اشكال التواصل مع الجمهور التي تركز صفحة الامم المتحدة على استخدامها للنشر في منصة (x) ان فئة نص وصورة حصلت على اعلى نسبة مئوية قدرها (41%) من بين الفئات الفرعية الاخرى .

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث حول استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات الدولية، لاسيما الأمم المتحدة نقدم التوصيات الآتية:

- 1- تعزيز توظيف التكنولوجيا الرقمية من خلال اعتماد أدوات الذكاء الاصطناعي ومنصات الرصد والتحليل الإعلامي في ممارسات العلاقات العامة وذلك لتحسين القدرة على التنبؤ بالأزمات ومتابعة تطوراتها .
 - 2- ترسيخ مبدأ الشفافية في الاتصال وقت الأزمات وذلك من خلال بناء استراتيجية اتصالية قائمة على الشفافية وتوفير المعلومات الدقيقة والمحدثة باستمرار، بما يساهم في مكافحة الشائعات والمعلومات المضللة.
 - 3- تطوير مهارات المتحدثين الرسميين في إدارة الأزمات من خلال تدريب فرق اتصال ومتحدثين رسميين على المهارات اللازمة للتعامل مع الضغوط الإعلامية، واستخدام خطاب متزن يستند إلى الحقائق، مع تجنب التأجيج أو الانحياز في الطرح.
 - 4- توسيع التعاون مع وسائل الإعلام المحلية والعالمية إضافة إلى المنصات الرقمية ، لضمان الانتشار الواسع للرسائل الاتصالية والتحكم في تدفق المعلومات أثناء الأزمات.
 - 5- تأسيس وحدة دائمة ومتخصصة للرصد الإعلامي تكون مسؤولة عن متابعة التغطيات الصحفية ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل مستمر لرصد أي مؤشرات مبكرة للأزمات أو التضليل المعلوماتي .
- قائمة المصادر :

1. أحمد، سعاد عبد القادر. (2010). *إدارة العلاقات العامة في الأزمات*. القاهرة: عالم الكتب.
2. العنزي، ناصر فهد. (2020). *إدارة الأزمات والكوارث في المؤسسات الحكومية*. الرياض: دار الفكر العربي.
3. عياد، خيرت معوض، والجمال، راسم محمد. (2008). *استراتيجيات العلاقات العامة والإعلام*. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.



4. التحرير، فريق. (2010). *مدخل إلى العلاقات العامة*. بيروت: دار الجيل.
5. الرويلي، خالد بن عبد الله. (2012). *الاستراتيجيات الحديثة في إدارة الأزمات الدولية*. الرياض: معهد الإدارة العامة.
6. عاشور، حسام الدين. (2019). *العلاقات العامة وإدارة السمعة المؤسسية في الأزمات*. عمان: دار صفاء.
7. طايبي، نجات. (2017). *العلاقات العامة: المفاهيم والاستراتيجيات في إدارة الأزمات*. الجزائر: دار الهدى.
8. عجوّة، حسن. (2009). *العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
9. محمد، فتحي عبد المجيد. (2012). *إدارة العلاقات العامة في المؤسسات*. القاهرة: عالم الكتب.
10. ميسون، جورج. (2013). *أسس العلاقات العامة الحديثة*. ترجمة: سامي عبد الله. بيروت: دار الكتاب الجامعي.
11. محمود، عبد العزيز. (2010). *إدارة الأزمات: الأسس والمفاهيم*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
12. محمود، محمد. (2017). *استراتيجيات الإدارة في الأزمات المعاصرة*. القاهرة: دار الفجر للنشر.
13. يامين، محمد عبد الفتاح. (2006). *مدخل إلى العلاقات العامة الحديثة*. عمان: دار الشروق.
14. Hunter, N. (2016). *Crisis Management in the 21st Century*. London: Routledge. (باللغة الإنجليزية)
15. المتحدة، منظمة الأمم. (2023). *الموقع الرسمي للأمم المتحدة على منصة X*. <https://www.un.org> تمت الاستفادة من منشورات مباشرة)