



استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في متابعة القضايا الدولية المشتركة))
(دراسة تحليلية)

Digital Public Relations Strategies in Following Up on Common International Issues

(Analytical Study)

الاسم الاول: م.م محمد رعد عبد

Mohammed Raad Abd

[الميميل : mohammed.r.abed@aliraqia.edu.iq](mailto:mohammed.r.abed@aliraqia.edu.iq)

الاسم الثاني: م. احمد خيرى احمد

Ahmed khairi Ahmed

[الميميل : ahmed.k.ahmed@aliraqia.edu.iq](mailto:ahmed.k.ahmed@aliraqia.edu.iq)

جامعة العراقية/ كلية الاعلام – قسم العلاقات العامة

Al-Iraqiya University / College of Media - Public Relations Department

Keywords: Strategies, Digital Public Relations, Follow-up, Common International Issues

Research Abstract: The research analyzed the content of the UNHCR's Instagram page, studying several aspects of the organization's posts. A total of 88 posts were analyzed over an eight-month period from February 28, 2025, to October 27, 2025, using a comprehensive enumeration approach. Based on this, a content analysis form was developed and designed according to the research requirements. The researchers relied on analyzing the "theme or idea unit" as it was suitable for the research topic of the UNHCR's posts on Instagram. The content analysis form was designed according to the research requirements into (categories of what was said?) and (categories of how it was said?). The research problem was defined by the main question: "What are the digital public relations strategies in following up on common international issues?" Several sub-questions emerged from this, and a set of results were obtained, including that the organization plays a vital role in providing work and supporting refugees, which is a priority in its program to provide information and services.

مستخلص البحث:

تناول البحث تحليل مضامين موقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر الانستغرام، اعتمد الباحثان في دراسة عدة مضامين لموقع المنظمة، وتم تحليل (88) منشور لمدة ثمانية اشهر عن طريق استخدام اسلوب الحصر الشامل للمدة من (2025/2/28 الى 2025/10/27) وعلى ضوء ذلك تم تحديد اداة استمارة تحليل المضمون وتصميمها وفقا لمتطلبات البحث، واعتمد الباحثان في ذلك الموضوع على تحليل (وحدة الموضوع أو الفكرة) كونها الملائمة لموضوع البحث لمنشورات موقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر صفحتها على الانستغرام على الرابط الالكتروني https://www.instagram.com/unhcr_arabic?igsh=YzljYTk1ODg3Zg. وتم تصميم استمارة التحليل المضمون وفق متطلبات البحث الى (فئات ماذا قيل؟) و(فئات كيف قيل؟) وحدد مشكلة البحث بتساؤل رئيسي



(ما الاستراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في متابعة القضايا الدولية المشتركة؟) وتفرع منها عدة تساؤلات وتم الحصول على مجموعة من نتائج منها ان المنظمة تلعب دورا حيوياً في توفير الاعمال ودعم اللاجئين من أولويات برنامجها في تقديم المعلومات والاعمال.

مقدمة:

تعتبر قضية اللاجئين من القضايا الدولية والتي تحتاج الى متابعة الى الحالات والازمات التي تعرض اليها الافراد والعوائل، وكان ذلك الامر قد حمل كثير من المسؤوليات الدولية في تشكيل منظمات ترعى حقوق اللاجئين كما هو حال المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، ترعى حقوق اللاجئين وتسعى الى تحشيد دولي مساهم في حل قضايا اللاجئين بسبب الظروف الجيوسياسية والاقتصادية والاجتماعية لضمان استقرارهم، لذلك ركز البحث في دراسة المضامين التي استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية عبر موقع المنظمة السامية لشؤون اللاجئين موقعها على الانستغرام من نشر الفيديوهات والصور وعرض الحالات النزوح والعودة الى ديارهم، وتم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث الاول ضم الاطار المنهجي والذي يمثل المشكلة البحثية والاهمية والاهداف ومجالات البحث ومجتمع البحث ونوعه والاجراءات البحث وادوات جمع البيانات واختبار الصدق وصولاً الى المصطلحات البحث.

اما فيما يخص المبحث الثاني تناول الجانب النظري للبحث عن مفهوم وتعريف استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية وكذلك مفهوم وابعاد قضية اللاجئين .

وشمل المبحث الثالث عرض وتحليل نتائج موقع الانستغرام لمنظمة الشؤون اللاجئين والتكرارات والنسب المئوية وتفسرها والحصول على النتائج التي توصل اليها البحث ثم الخروج بالاستنتاجات والتوصيات البحث.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

اولاً: مشكلة البحث:

شكلت التحديات العالمية قضايا اجتماعية تسببت بنزوح الملايين من العوائل والشباب تحت ظروف المفروضة من الحروب والاقتصاد والكوارث الطبيعية موجة من اللاجئين الطالبين الى المأوى والسكن، وكان ذلك الامر قد حمل كثير من المسؤوليات الدولية في تشكيل منظمات ترعى حقوق اللاجئين كما هو حال المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، ترعى حقوق اللاجئين وتسعى الى تحشيد دولي مساهم في حل قضايا اللاجئين بسبب الظروف الجيوسياسية والاقتصادية والاجتماعية لضمان حقوق المواطن كريم، لذلك قدمت المفوضية كثير من النشاطات العلاقات العامة ورسم استراتيجيات كاملة لمخاطبة الجماهير عبر موقع الانستغرام.

وتكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي (ما الاستراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في متابعة القضايا الدولية المشتركة؟) وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية اخرى:

1- ما المضامين والاشكال التي تم توظيفها في استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية لموقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر الانستغرام؟

2- ما الاهداف التي حققتها العلاقات العامة الرقمية في متابعة قضية اللاجئين؟

3- ما الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة الرقمية في موقع الانستغرام؟

4- ما الفنون الصحفية المستخدمة في صفحة المفوضية للاجئين؟

5- ما وسائل الابرار المستخدمة في صفحة المفوضية عبر موقع الانستغرام؟

ثانياً: اهمية البحث:



تكمن اهمية البحث عن دور المنظمة لشؤون اللاجئين في استخدام استراتيجيات العلاقات العامة عبر صفحتها على موقع الانستغرام ونقلها الى الرأي العام العالمي وكيفية تبني القضايا الدولية المشتركة ونقل الواقع التي يمرون بها، ونظر الى اهميتها بثلاث جوانب

1- الاهمية العلمية: تعزز العلاقات العامة لدعم نشاطات المنظمة لشؤون اللاجئين عن طريق استخدام الاساليب المستخدمة التي تستقطب المتابعين والتواصل مع الجمهور، بالإضافة الى متابعة حالاتهم بشكل مستمر واستغلال المناسبات والوقوف على الاحتياجات الاساسية.

2- الاهمية العملية: طبقت العلاقات العامة عبر موقع المنظمة استراتيجيات المناسبة لمواجهة القضايا الانسانية الناتجة عن صراعات الاقليمية والدولية ودعم القرارات بأهمية دعم اللاجئين في المجتمع الدولي لتعزيز شراكات قوية بين المنظمات والجهات المسؤولة لتحسين خدمات اللاجئين وتوفير الاحتياجات الاساسية بالاستعانة بالشخصيات المشهورة ورؤساء المنظمات والحالات الانسانية التي يمرون بها.

3- الاهمية المجتمعية: يسهم البحث في تطوير وتعزيز الامن والاستقرار في المجتمعات الدول المستضيفة عن طريق اشراك اللاجئين في النشاطات العلمية والثقافية وغيرها، وكذلك اعادة الامل عن عودتهم الى ديارهم بغض النظر عن الظروف التي اجبرتهم وخلق التكامل المجتمعي وبناء جسر التواصل بين المجتمعات المستضيفة واللاجئين.

ثالثاً: اهداف البحث:

هناك مجموعة من الاهداف يسعى البحث الى تحقيقها وهي:

1- التعرف المضامين والاشكال التي تم توظيفها في استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية لموقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر الانستغرام.

2- معرفة الاهداف التي حققتها العلاقات العامة الرقمية في متابعة قضية اللاجئين.

3- الكشف الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة الرقمية في موقع الانستغرام.

4- معرفة الفنون الصحفية المستخدمة في صفحة المفوضية للاجئين.

5- معرفة وسائل الابرار المستخدمة في صفحة المفوضية عبر موقع الانستغرام.

رابعاً: مجالات البحث:

وتشمل مجالات البحث الى:

1- **المجال المكاني:** تم اختيار اجراء البحث على موقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر الانستغرام.

2- **المجال الزماني:** اختيرت المدة الزمنية للبحث في ثمانية شهور بدأ من (2025/2/28 الى 2025/10/27) كون هذه المدة واكبت الاحداث والمناسبات الدينية بدأ من شهر رمضان، كما واكبت الظروف الفصلية وعودة اللاجئين الى ديارهم في سوريا ونزوح مئات اللاجئين من دول اخرى تناوله الموقع المنظمة بشكل يدعو الى الاهتمام بهذا الموضوع.

3- **المجال الموضوعي للبحث:** اعتمد الباحثان بدراسة منشورات المنظمة والكشف عن استراتيجيات العلاقات العامة وطريقة عرض الحالات عبر ادوار مختلفة ساعدة المنظمة من استمرارها بعرض الصور والفيديوهات التي نقلت الواقع بشكل مستمر عن كل ظروف التي مرت بهم، كما طالبت بدعم التضامن دولي اللاجئين لاستقطاب الفيتو العالمي.

خامساً: مجتمع البحث:



اعتمد الباحثان في دراسة مضامين لموقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر الانستغرام وتم تحليل (88) منشور لمدة ثمانية اشهر عن طريق استخدام اسلوب الحصر الشامل للمدة من (2025/2/28 الى 2025/10/27).

سادساً: نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من البحوث الوصفية التحليلية الذي يستخدم في دراسة تحليل المضامين الاعلامية، لكشف عن استراتيجيات العلاقات العامة لوصف الواقع المنظمة عبر صفحة الانستغرام يتعلق بتوفير المستلزمات الاساسية وايواء للاجئين ، كما ان البحوث التحليلية تكشف جوانب الفنية والاعلامية في المنشورات المنظمة بما يقدمه من صور وفيديوهات، تظهر الاساليب المتبعة للعلاقات العامة بتنوع المظامين المنشورة ومتغيرة لخلق التأثير واستعطاف المتابعين، لذلك وجد البحث في استخدام المنهج المسحي التحليلي لمعرفة الاجراءات والطرق المتبعة في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين.

سابعاً: اجراءات البحث وأدوات جمع البيانات:

بعد تحليل موقع المنظمة لشؤون اللاجئين، لاحظ الباحثان عن استخدام استراتيجيات العلاقات العامة بشكل مستمر ويوحي لمعرفة دورها في نقل الواقع بكل شفافية والحالات التي يمرون بها للاجئين بشكل متواصل شكلت اهتماماً لمعرفة الاجراءات المتبعة

وعلى ضوء ذلك تم تحديد اداة استمارة تحليل المضمون وتم تصميمها وفقاً لمتطلبات البحث، واعتمد الباحثان في ذلك الموضوع على تحليل (وحدة الموضوع أو الفكرة) كونها الملازمة لموضوع البحث لمنشورات موقع المنظمة لشؤون اللاجئين عبر صفحتها على الانستغرام على الرابط الالكتروني https://www.instagram.com/unhcr_arabic?igsh=YzljYTk1ODg3Zg ، وتم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين(*)، وبعد ذلك تم تحديد فئات التحليل على النحو التالي:

الجانب الاول: يتناول مضامين (فئات ماذا قيل؟) والتي تضمنت فئات الرئيسية والبالغ عددها(7)، والفئات الفرعية بلغ عددها (33) فئة.

والجانب الثاني: يتناول الشكل الذي تم عرض المضمون عبر موقع المنظمة لشؤون اللاجئين (فئات كيف قيل؟) التي كان عدد فئاتها الرئيسية (5) وفئاتها الفرعية (21) فئة.

ثامناً: اختبار الصدق والثبات

الصدق الظاهري:

صدق التحليل: وهي مدى قدرة الأداة على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه، بحيث تتطابق المعلومات التي جمعتها الباحثة مع الحقائق الموضوعية، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج (زهير ياسين طاهات وآخرون، 2018، ص159).

ولتحقيق الصدق في عملية التحليل، تم اختبار صدق أداة البحث عن طريق عرضها على (5) محكمين في تخصص الإعلام، وبعد تلقي الملاحظات منهم تم تعديل الاستمارة لتصبح صالحة للتطبيق.

الثبات:

(*) اسماء المحكمين

- 1) أ.د صباح أنور محمد / قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام / الجامعة العراقية.
- 2) أ.د. هيثم عكاب عطية/ قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام / الجامعة العراقية.
- 3) أ.م.د صباح عواد محمد/ قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام / الجامعة العراقية.
- 4) أ.م.د نهلة نجاح عبدالله/ قسم العلاقات العامة/ كلية الاعلام / الجامعة العراقية.
- 5) ا.م.د محمد وليد صالح/ قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام / الجامعة العراقية..



استخدم الباحث طريقة الاتساق عبر الزمن: بمعنى أن يحصل الباحثون المحللون على النتائج نفسها إذا طبقوا الفئات ذاتها على المضمون نفسه لفترات متباعدة أو مختلفة.

إذ قام الباحثان بإعادة التحليل بعد مضي شهرين على عملية التحليل الأولى، وقد خرج الباحثان بالنتائج نفسها باستثناء اختلافات طفيفة. وعند تطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات حصل الباحثان على درجة ثبات (0.94) وهي درجة مقبولة لقياس الثبات. وفي أدناه نص المعادلة:

$$R = \frac{2(c1-2)}{C2 \times C1} = \frac{2(59-2)}{62+59} = \frac{114}{121} = 0.94$$

إذ أن R يمثل معامل الثبات

$C2 \times C1$ = عدد الإجابات المتفق عليها بين المحلل الأول والمحلل الثاني.

$C1$ = عدد الإجابات التي انفرد بها المحلل الأول.

$C2$ = عدد الإجابات التي انفرد بها المحلل الثاني.

تاسعاً: مفاهيم الاجرائية لمصطلحات البحث:

1- الاستراتيجية: هي وضع خطط مدروسة لتحقيق اهداف معينة وفق اجراءات وتوقيتات معلومة.

2- العلاقات العامة الرقمية: هو استخدام الامثل لمواقع التواصل الاجتماعي من الادوات وتقنيات الرقمية التي تمكن العلاقات العامة من نشر نشاطها الى الفضاء الالكتروني.

3- متابعة: هو التركيز على النشاطات والاعمال التي تقدم الى مجموعة من اللاجئين عن كل ما هو جديد.

4- القضايا الدولية: هو التركيز على القضايا المصيرية التي تهم المجتمعات والشعوب وتحتاج الى تعاون دولي للخروج الى بر الامان والحد من تكرارها.

5- المشتركة: أي اجراءات منسقة بين الدول والتي تصب منفعتها الى الشأن الدولي.

المبحث الثاني: العلاقات العامة الرقمية وقضايا الدولية المشتركة

اولاً: مفهوم واهمية العلاقات العامة الرقمية:

1- مفهوم العلاقات العامة الرقمية: اصبح التعامل الرقمي من سمات العصر الحالي اذ فتحت التكنولوجيا الاعلام الجديد للعلاقات العامة تغييرات متسارعة باستخدام استراتيجيات الاتصال هنا فرضت تقنيات الاتصال على تطوير امكاناتها واساليبها لكي تتلائم مع هذا التطور باستخدام المواقع الالكترونية وشبكات الاجتماعية وتدريب القوى البشرية وتأهيلها على مواقع المنظمات والمؤسسات (فؤادة البكري، 2015، ص 52).

وعرفت العلاقات العامة الرقمية: ((بأنها عملية الاتصال استراتيجية وظيفية ادارية تقوم على بناء علاقات مفيدة بين المنظمات وعامة الجمهور واصحاب المصلحة وتشمل تنفيذ وتقييم الاتصالات لتحقيق اهدافها عن طريق استعمال وسائل الاعلام والمواقع الالكترونية كافة)) (احمد فروق رضوان، 2010، ص211).

كما ظهرت الحاجة الى تنظيم أنشطة العلاقات العامة لتحديد اهدافها الاستراتيجية على ان يتم ذلك بكل دقة ووضوح في ضوء البيئة الاجتماعية الجديدة عن طريق مجموعة من الاليات واستعمالها للاعلام الرقمي والتي تتمثل، (حنان احمد سليم، 2018، ص17):

- استعمال طرائق اكثر تفاعلية في التواجد عبر الشبكات الاجتماعية.



- ضرورة توافر المهارات الادارية والتكنولوجية من اجل تسويق المنتجات والخدمات بشكل اكثر نجاحا
- ضرورة دمج ادوات الشبكات الاجتماعية ما سيؤثر ايجابيا على خدمات المنظمة.
- اهمية تنفيذ ممارسة الفعالة لقياس وتحديد ما اذا كان تواصل العلاقات العامة عن طريق الاعلام الرقمي ناجحاً ام لا.
- 2- اهمية الاستراتيجية العلاقات العامة لدى اللاجئين:** في ظل تصاعد الصراعات الدولية والاقليمية دعت الحاجة الى وضع استراتيجية المناسبة تتلائم مع وضع اللاجئين وهي كما يلي:(اسماعيل عبد لحافظ، 2014، ص22)
- استراتيجيات الاتصال والاعلام: وهي نمط عام يستخدم عن العمليات الاتصال واقتناع الفرد في اتخاذ القرار
- استراتيجية الحوار: تبني هذه الاستراتيجية لتكوين حالة القبول في الاتجاهين وتحقيق رد فعل ايجابية من المجتمعات الدولية والحصول على المساعدات اللازمة، وتكون اكثر فاعلية عندما بنشر الحالات التي تأثر على القرار العالمي (خلف كريم كيوش، 2018، ص29).
- استراتيجية الاقتناع: اهمية هذه الاستراتيجية تكمن باقناع الدول والمؤسسات المجتمع المدني عن احتواء اللاجئين وهي تكون في اتجاه واحد من المنظمة الى الجمهور المستهدف لنقل الواقع الحقيقي للاجئين من نقص في الاحتياجات اللازمة. (علي الفرجاني، 2018، ص117)
- استراتيجية ملتقى الطرق: الغرض من استخدام الاستراتيجية هو استغلال المناسبات والمراسيم لعرض واقع اللاجئين الى المجتمع الدولي من اجل استعطاف والتذكير بالحالات للاجئين في الدول المستضيفة. (علي الزغبي، 2019، ص63)
- ثانيا: مفهوم وابعاد قضية اللاجئين:**

1- مفهوم وتعريف اللاجئين: تعد قضية اللاجئين من القضايا الدولية المشتركة والتي تتطلب تعاون الدولي لاحتواء الملايين من الافراد والعوائل بعد خروجهم من بلدانهم على اثر الصراعات والحروب، وتكون ذات ابعاد متشابكة بداعياتها ونتائجها وتمتد الى الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والامنية. (مروة فكري، 2021، ص43)

ويعرف اللاجئين: ((وفقاً لاتفاقية جنيف 1951م بانه كل شخص خارج بلد جنسيته أو البلاد اقامته المعتادة بسبب الخوف له ما يبهره من التعرض للاضطهاد العنصر او الدين أو القومية أو الانتماء لطائفة معينة أو الى رأي الساسي ولايستطيع بسبب ذلك الخوف أو لا يريد او يستضل بحماية ذلك البلد أو العودة اليه خشية التعرض للاضطهاد)). (غسان الكلوت، 2019، ص51)

2- ابعاد قضية اللاجئين: يفرض الواقع للاجئين انماط وسلوكيات وتجردهم من الواقع المفترض ويتأثرون الى حالات المفروضة عليهم والضغط النفسي، ومن هذه الآثار: (خولة عبد الحميد، 2015، ص99)

- العزلة الاجتماعية: وتعني الشعور بالوحدة وشعور بعدم الاندماج مما يجعله غير قادر على مسايرة الاوضاع القائمة.
- اللامعيارية وغياب العرف: وهي حالة تحول من الاعراف والسلوكيات وتوجيهها نحو التفكك الاسري.
- العجز وعدم التمكين: يفقد اللاجئين القوة وعدم التحكم بمجريات الحياة ان يكون مسلوب الارادة ولايستطيع الاتزان.
- فقدان الكيان: اي يفقد الشخص اعتبارات كونه فرداً في المجتمع، وبهذا يتحول اداة لا قيمة.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج البحث:

المحور الاول: فئات (ماذا قيل؟)

يتناول مضامين (فئات ماذا قيل؟) والتي تضمنت فئات الرئيسية والبالغ عددها(7)، والفئات الفرعية بلغ عددها (33) فئة، وتم الحصول على (230) تكرار من مجموع (88) منشور.



اولا: الفئات الرئيسية لمضامين منشورات للمفوضية للأمم المتحدة عبر موقع الانستغرام

جدول رقم (1) يبين الفئات الرئيسية لمضامين منشورات للمفوضية للأمم المتحدة عبر موقع الانستغرام

ت	الفئة الرئيسية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الاعمال والمعلومات المقدمة من المنظمة للاجئين	56	24.3%	الاولى
2	انواع الحالات التي تسبب في نزوح اللاجئين	55	23.9%	الثانية
3	نوع القضايا المتعلقة لدى اللاجئين	49	21.3%	الثالثة
4	اجراءات المفوضية في ادارة القضايا للاجئين	37	16%	الرابعة
5	الاخطار التي تهدد اللاجئين	33	14.3%	الخامسة
	المجموع	230	100%	

يبين النتائج جدول (1) يظهر أن الأعمال والمعلومات المقدمة من المنظمة للاجئين تحتل المرتبة الأولى بتكرار (56) وبنسبة (24.3%)، مما يشير إلى أهمية الدعم الذي تقدمه المنظمات للاجئين، تليها في المرتبة الثانية أنواع الحالات التي تسبب في نزوح اللاجئين بتكرار (55) وبنسبة (23.9%)، مما يعكس الحاجة إلى فهم أسباب النزوح للتعامل معها بشكل فعال، اما القضايا المتعلقة باللاجئين تحتل المرتبة الثالثة بتكرار (49) بنسبة (21.3%)، مما يشير إلى أهمية معالجة القضايا القانونية والاجتماعية للاجئين، في حين ان إجراءات المفوضية في إدارة قضايا اللاجئين تحتل المرتبة الرابعة بتكرار (37) و بنسبة (16%)، مما يعكس الحاجة إلى تحسين الإجراءات الإدارية، اما الأخطار التي تهدد اللاجئين تحتل المرتبة الاخيرة بتكرار(33) وبنسبة (14.3%)، مما يشير إلى أهمية توفير الحماية والأمان للاجئين.

ستنتج من ذلك ان المنظمة تلعب دورا حيويًا في توفير الاعمال ودعم اللاجئين من أولويات برنامجها في تقديم المعلومات والاعمال لكي يتم الحد من القضايا الاجتماعية والسياسية التي ادت الى نزوح ملايين من بلدانهم كما ان المنظمة لها امور اساسية لتوفير الحماية والامان من التهديد والصراعات.

1- الفئات الفرعية للفئة الرئيسية(الاعمال والمعلومات المقدمة من المنظمة للاجئين)

يبين جدول رقم (2) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية(الاعمال والمعلومات المقدمة من المنظمة للاجئين)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تقديم المعلومات والرسائل بالاستمرار لعرض واقع اللاجئين	33	14.3%	الاولى
2	توفير فرص عمل	9	3.9%	الثانية
3	اعادة بناء وترميم المنازل عبر حملات واسعة	9	3.9%	الثالثة
4	اشراك في النشاطات الرياضية والفنية	4	1.7%	الرابعة
5	الحذر من محاولات الاحتيال الالكتروني في نقل اللاجئين من مكان الى اخر	1	0.4%	الخامسة
	المجموع	56	24.3%	

تشير النتائج في جدول رقم (2) يظهر أن تقديم المعلومات والرسائل بالاستمرار لعرض واقع اللاجئين يحتل المرتبة الأولى بتكرار (33) بنسبة بلغت (14.3%)، (مما يشير إلى أهمية التوعية والتنقيف حول قضايا اللاجئين)⁽¹⁾، اما توفير فرص عمل وإعادة بناء وترميم المنازل عبر حملات واسعة يحتلان المرتبة الثانية بتكرار (9) وبنسبة مئوية

(1) نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 18 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHVWujrtkSL/?igsh=ZjFkYzZmZMDQzZg==%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%8A%D9%85>



(3.9%) لكل منهما، مما يعكس الحاجة إلى دعم اللاجئين في إعادة بناء حياتهم، اما إشراك في النشاطات الرياضية والفنية يحتل المرتبة الرابعة بتكرار (4) بنسبة بلغت (1.7%)، مما يشير إلى أهمية دمج اللاجئين في المجتمع، في حين ان الحذر من محاولات الاحتيال الالكتروني في نقل اللاجئين من مكان إلى آخر جاء بالمرتبة الخامسة بتكرار (1) وبنسبة مئوية (0.4%)، مما يعكس الحاجة إلى توعية اللاجئين بمخاطر الاحتيال.

يستنتج منه الى تكثيف الجهود والاهتمام بالتوعية والتنقيف من تقديم المعلومات عن كل ما هو جديد من ظروف وحالات الحرجة وعرضها الى الرأي العام والجهات المسؤولة، وان الخطر يكمن من حدوث كارثة انسانية من نقص المستلزمات الاساسية، وان اهتمام المنظمة هو اطلاق بشكل مستمر عن التطورات والحصول على الدعم الكافي وارجاع اللاجئين الى ديارهم وتوفير فرص عمل لهم.

2- الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (انواع الحالات التي تسببت في نزوح اللاجئين)

يبين جدول (3) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (انواع الحالات التي تسببت في نزوح اللاجئين)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الخلافات الداخلية وتضارب المصالح الاقليمية	19	8.2%	الاولى
2	المجاعة والنقص المواد الغذائية	19	8.2%	الاولى
3	النزاعات الدولية في السيطرة والنفوذ	14	6%	الثانية
4	الكوارث الطبيعية	3	1.3%	الثالثة
المجموع		55	23.9%	—

يبين الجدول (3) أن المجاعة والنقص المواد الغذائية والخلافات الداخلية وتضارب المصالح الإقليمية يحتلان المرتبة الأولى بتكرار (19) و بنسبة مئوية بلغت (8.2%) لكل منهما، مما يشير إلى أهمية معالجة الأسباب الاقتصادية والسياسية التي تؤدي إلى النزوح، في حين ان النزاعات الدولية في السيطرة والنفوذ تحتل المرتبة الثانية بتكرار (14) بنسبة بلغت (6%)، مما يعكس الحاجة إلى حلول سياسية ودبلوماسية، اما الكوارث الطبيعية تحتل المرتبة الثالثة بتكرار (3) بنسبة مئوية بلغت (1.3%) مما يشير إلى أهمية الاستعداد والتأهب للكوارث الطبيعية.

ويستنتج من الجدول اعلاه كل الحالات تعتبر تهديد حقيقي لمجتمعات من ترك اثر وتراجع من تنمية المجتمعات وخاصة النزاعات الداخلية والطائفية والعرقية بغض النظر عن الاسباب الاخرى سواء كانت ازمات اقتصادية والسياسية وتضارب مصالح الاقليمية، فان اهتمام المنظمة هو تعزيز التعاون وتطوير الخطط الطوارئ والتدريب والاستعداد لكوارث الطبيعية.

3- الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (نوع القضايا المتعلقة لدى اللاجئين)

جدول رقم (4) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (نوع القضايا المتعلقة لدى اللاجئين)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	نقص في الغذاء والدواء والمأوى والاحتياجات الاساسية	26	11.3%	الاولى
2	نقص الحاد في تمويل الحسابات النقدية لمساعدة اللاجئين	18	7.8%	الثانية
3	وجود قصور واضح لدى اللاجئين في اكتساب المعرفة والعلم	3	1.3%	الثالثة
4	اغلاق الحدود بعض الدول خوفاً من تدفق البشر	2	0.8%	الرابعة
5	غياب وسائل النقل للاجئين	0	0%	—
المجموع		49	21.3%	—



تحليل النتائج من جدول (4) يظهر أن نقص الغذاء والدواء والمأوى والاحتياجات الأساسية يحتل المرتبة الأولى بتكرار (26) وبنسبة بلغت (11.3%)، مما يشير إلى أهمية توفير الاحتياجات الأساسية للاجئين⁽²⁾، أما نقص الحاد في تمويل الحسابات النقدية لمساعدة اللاجئين جاء في المرتبة الثانية بتكرار (18) وبنسبة بلغت (7.8%)، مما يعكس الحاجة إلى زيادة التمويل لمساعدة اللاجئين⁽³⁾، في حين وجود قصور واضح لدى اللاجئين في اكتساب المعرفة والعلم يحتل المرتبة الثالثة (ثلاث تكرارات) وبنسبة بلغت (1.3%)، مما يشير إلى أهمية توفير التعليم والتدريب للاجئين، في حين إغلاق الحدود بعض الدول خوفاً من تدفق البشر يحتل المرتبة الرابعة وبتكرار (2) وبنسبة بلغت (0.8%)، أما غياب وسائل النقل للاجئين لم تكن ذات أهمية بالنسبة للمنظمة بل كان تركيزها على توفير متطلبات الاحتياجات الأساسية.

يستنتج من ذلك ان المنظمة كانت تنوه عن الحصول المساعدات والاحتياجات الاساسية بشكل مستمر خاصتا مع اندلاع الحروب بالفترة الاخيرة يتطلب ذلك الى استيعاب الزخم من اللاجئين وتوفير متطلبات الاساسية.

4- الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (اجراء المفوضية في ادارة القضايا للاجئين)

جدول رقم (5) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (اجراء المفوضية في ادارة القضايا للاجئين)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	نشر الخبر فقط	17	7.3%	الاولى
2	استخدام المشاهير كوسيلة ضغط لتحشيد رأي العام العالمي	10	4.3%	الثانية
3	استخدام الفيتو العالمي في جمعية العامة للأمم المتحدة	4	1.7%	الثالثة
4	الضغط على الحكومات الاتحادية	4	1.7%	الثالثة
5	الاعتماد على المنظمات المحلية	2	0.8%	الرابعة
	المجموع	37	16%	-

يظهر في جدول (5) أن نشر الخبر فقط يحتل المرتبة الأولى بتكرار (17) وبنسبة (7.3%)، مما يشير إلى أهمية نشر المعلومات الصحيحة والتوعية بأهمية قضية اللاجئين، واستخدام المشاهير لتحشيد رأي العام العالمي يحتل المرتبة الثانية بتكرار (10) وبنسبة بلغت (4.3%)، مما يعكس تأثير المشاهير في التأثير على الرأي العام، أما استخدام الفيتو العالمي في جمعية العامة للأمم المتحدة والضغط على الحكومات الاتحادية يحتلان المرتبة الثالثة بتكرار (4) وبنسبة بلغت (1.7%) لكل منهما، مما يشير إلى أهمية الدبلوماسية والضغط السياسي، أما الاعتماد على المنظمات المحلية يحتل المرتبة الرابعة بتكرار (2) وبنسبة بلغت (0.8%)، مما يعكس الحاجة إلى تعزيز دور المنظمات المحلية في القضايا العالمية.

تشير النتائج ان المنظمة تحتاج الى الدعم السياسي والدبلوماسي كبير للوصول الى تفاهات مع جهات الصراع والزام بالقرارات الاممية للضغط على الحكومات الاتحادية بسبب النزوح الهائل للاجئين، كما يتطلب ذلك من اشراك المنظمات المحلية في الحصول على الدعم الكافي لتغطية متطلبات والاحتياجات الاساسية وتحقيق التقدم في هذا المجال.

5- الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الاخطار التي تهدد اللاجئين)

⁽²⁾ نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 24 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHk4dIKMNZU/?igsh=ZjFkYzZmMDQzZg==%D9%86%D9%82%D8%B5>

⁽³⁾ نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 27 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHsm3apxx63/?igsh=ZjFkYzZmMDQzZg==%D9%86%D9%82%D8%B5>



جدول رقم (6) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الاطار التي تهدد اللاجئين)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الاولى	%7.4	17	التخويف والعنصرية	1
الثانية	%5.2	12	التمييز	2
الثالثة	%0.8	2	حالات الاغتصاب	3
الرابعة	%0.4	1	الاتجار بالبشر	4
الرابعة	%0.4	1	الزواج المبكر	5
-	%14.3	33	المجموع	

يكشف جدول (6) أن التخويف والعنصرية تحتل المرتبة الأولى بتكرار (17) ونسبة مئوية بلغت (%7.4)، مما يشير إلى أهمية معالجة هذه القضايا التي تؤثر على اللاجئين، اما التمييز يحتل المرتبة الثانية بتكرار (12) ونسبة بلغت (%5.2)، مما يعكس الحاجة إلى تعزيز المساواة والعدالة، اما حالات الاغتصاب والاتجار بالبشر والزواج المبكر تحتل المرتبة الثالثة والرابعة والخامسة بنسب منخفضة جداً.

ويتضح ان الاطار التي تهدد اللاجئين وتسعى المنظمة الى معالجة القضايا والاطار، تحتاج الى قرارات دولية مشتركة وحلحلة كل تهديدات وتحقيق العدالة والمساواة، وتوفير ظروف مناسبة للاستقرار العوائل والافراد.

ثانياً: اهداف العلاقات العامة عبر موقع المنظمة في متابعة القضايا اللاجئين

جدول رقم (7) يبين اهداف العلاقات العامة عبر موقع المنظمة في متابعة القضايا اللاجئين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الاولى	%25	22	تفعيل استراتيجية شاملة لأحتواء قضية اللاجئين	1
الثانية	%23.8	21	استغلال المناسبات الدولية والعالمية في عرض حالات اللاجئين	2
الثالثة	%20.4	18	المعالجة السريعة والمستمرة في تتبع حالات اللاجئين	3
الرابعة	%18.1	16	توجيه اساليب العلاقات العامة الرقمية الى قادة الرأي العام	4
الخامسة	%12.5	11	تنفيذ خطة اجتماعية مشتركة مع السياسية الدولية	5
-	%100	88	المجموع	

يظهر في جدول (7) أن تفعيل استراتيجية شاملة لاحتواء قضية اللاجئين يحتل المرتبة الأولى بتكرار (22) بنسبة مئوية (%25)، مما يشير إلى أهمية وضع خطة شاملة لمعالجة قضايا اللاجئين، في حين ان استغلال المناسبات الدولية والعالمية في عرض حالات اللاجئين يحتل المرتبة الثانية بتكرار (21) بنسبة مئوية (%23.8)، مما يعكس الحاجة إلى تسليط الضوء على قضايا اللاجئين على المستوى الدولي، اما المعالجة السريعة والمستمرة في تتبع حالات اللاجئين تحتل المرتبة الثالثة بتكرار (18) بنسبة مئوية (%20.4)، مما يشير إلى أهمية متابعة حالات اللاجئين باستمرار، في حين توجيه اساليب العلاقات العامة الرقمية الى قادة الرأي العام حصلت على تكرار (16) ونسبة مئوية بلغت (%18.1)، اما في المرتبة الاخيرة هو تنفيذ خطة اجتماعية مشتركة مع السياسية الدولية بتكرار (11) ونسبة مئوية بلغت (%12.5) وهو امر ضروري بتنظيم المجتمعات والخروج من قضايا المتعلقة باللاجئين.

يتضح ان الظروف التي اجبرت اللاجئين خروج الى بلدان اخرى، فان المنظمة وضعت خطة شاملة لمعالجة القضايا لتشمل جميع الجوانب الانسانية والاجتماعية وتسليط الضوء على قضاياهم وتكثيف الدعم اللازم لتغطية كل الاحتياجات ليس فقط على مستوى عام بل كانت لها دور في متابعة الحالات الفردية بشكل مستمر.

رابعاً: استراتيجيات العلاقات العامة في متابعة قضايا اللاجئين



جدول رقم (8) يبين استراتيجيات العلاقات العامة في متابعة قضايا اللاجئين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	استراتيجية الاقناع	38	43.1%	الاولى
2	استراتيجية ملتقى الطرق	27	30.6%	الثانية
3	استراتيجية الحوار	14	15.9%	الثالثة
4	استراتيجية بناء المعاني	9	10.2%	الرابعة
المجموع		88	100%	-

يظهر جدول رقم (8) أن استراتيجيات الاقناع تحتل المرتبة الأولى بتكرار (38) ونسبة مئوية (43.1%)، أما استراتيجية ملتقى الطرق تحتل المرتبة الثانية بتكرار (27) بنسبة مئوية (30.6%)، مما يعكس الحاجة إلى توحيد الجهود والتعاون في معالجة قضايا اللاجئين، في حين ان استراتيجية الحوار تحتل المرتبة الثالثة بتكرار (14) بنسبة مئوية (15.9%)، مما يشير إلى أهمية الحوار وفهم احتياجات اللاجئين، أما استراتيجية بناء المعاني احتلت المرتبة الاخيرة بتكرار (9) ونسبة مئوية (10.2%) مما يدل الى استخدام بشكل قليل جدا.

عززت المنظمة بشكل كبير استراتيجيات الاقناع في متابعة قضايا اللاجئين وعرضها على الراي العام بكامل الصورة من اجل توفير المستلزمات الاساسية ونشرها الى المتابعين فهي تعد اكثر فاعلية في متابعة قضايا اللاجئين، اما عن الاستراتيجيات الاخرى لا يقل دورهن في توحيد الجهود في معالجة القضايا وفهم احتياجات اللاجئين.

المحور الثاني: فئات (كيف قيل؟)

يتناول المحور الذي تم عرض المضمون عبر موقع المنظمة لشؤون اللاجئين (فئات كيف قيل؟) الذي يتضمن الفئات الرئيسية البالغ عددها (5) والفئات الفرعية يتضمن (21) فئة وهي على النحو الآتي:

أولاً: الفنون الصحفية المستخدمة في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين

جدول رقم (9) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الخبر	52	59%	الاولى
2	التقرير	36	40.9%	الثانية
3	التحقيق	0	0%	-
4	المقال	0	0%	-
المجموع		88	100%	-

يوضح جدول (9) أن الخبر احتل المرتبة الأولى بتكرار (52) بنسبة بلغت (59%)، مما يعطي إلى أهمية استخدام الأخبار في توصيل المعلومات والتأثير على المتابعين وتوضيح المستجدات التي تسعى إليها المنظمة من عودة اللاجئين والحصول على دعم والحالات التي يتعرضون لها، أما التقرير يحتل المرتبة الثانية بتكرار (36) بنسبة بلغت (40.9%)، مما يعكس الحاجة إلى استخدام التقارير في تقديم معلومات مفصلة ودقيقة، أما التحقيق والمقال لم يحصلوا على أي نسبة، مما يشير إلى قلة استخدامها في صفحة المنظمة لشؤون اللاجئين.

ثانياً: طريقة عرض الموضوعات مع اللاجئين

جدول رقم (10) يبين طريقة عرض الموضوعات مع اللاجئين



المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الاولى	44.3%	39	اطلاق شعار التضامن عبر موقع فقط	1
الثانية	26.1%	23	عرض حالات التشرد والتفكك الاسري	2
الثالثة	17%	15	عرض مجموعة من الشباب في قضية اللاجئين من الدول المستقرة	3
الرابعة	12.5%	11	الاستعانة بالشخصيات المشهورة	4
-	100%	88	المجموع	

يوضح جدول (10) أن إطلاق شعار التضامن عبر موقع المنظمة حصل على المرتبة الأولى بتكرار (39) بنسبة (44.3%)، مما يشير إلى استخدام موقع المنظمة في نشر رسائل التضامن والتعاطف مع اللاجئين، اما عرض حالات التشرد والتفكك الأسري يحتل المرتبة الثانية بتكرار (23) بنسبة بلغت (26.1%)، مما يعكس الحاجة إلى تسليط الضوء على المعاناة الإنسانية للاجئين، في حين عرض مجموعة من الشباب في قضية اللاجئين من الدول المستقرة يحتل المرتبة الثالثة بتكرار (15) بنسبة بلغت (17%)، مما يشير إلى أهمية إشراك الشباب في جهود التضامن، وفي الأخير الاستعانة بالشخصيات المشهورة تحتل المرتبة الرابعة (11) بنسبة مئوية (12.5%)، مما يعكس دور الشخصيات المشهورة في التأثير على الرأي العام.

تمكنت المنظمة من اطلاق حملات التضامن بشكل مستمر عبر موقع المنظمة وخاصة في استغلال المناسبات والاعياد تلفت النظر المتابعين الى حالات اللاجئين من سوء السكن والعيش، بالإضافة الى عرض قصص اللاجئين من الشباب واملهم العودة الى بلدانهم واعادة فرص العيش، ولا يغيب دور الشخصيات المشهورة في التأثير على الرأي العام العالمي لنقل ظروف اللاجئين بشكل كامل.

ثالثاً: شكل الصورة الرقمية في عرض محتوى اللاجئين

جول رقم (11) يبين شكل الصورة الرقمية في عرض محتوى اللاجئين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الاولى	34%	30	عرض صورة لعائلة كاملة متضررة وتحتاج الى ايواء	1
الثانية	29.5%	26	صورة المرأة في عرض المحتوى او مجموعة من النساء	2
الثالثة	15.9%	14	اظهار صورة رجل متشرد كبير في السن	3
الرابعة	13.6%	12	عرض مجموعة من الشباب اللاجئين ويحتاجون الفرص العيش	4
الخامسة	6.8%	6	صورة الطفل او مجموعة من الاطفال	5
-	100%	88	المجموع	

يبين جدول رقم (11) أن عرض صورة لعائلة كاملة متضررة وتحتاج إلى إيواء احتلت المرتبة الأولى بتكرار (30) بنسبة مئوية بلغت (34%)، مما يشير إلى أهمية تسليط الضوء على معاناة العائلات اللاجئين، اما صورة المرأة في عرض المحتوى أو مجموعة من النساء تحتل المرتبة الثانية بتكرار (26) وبلغت نسبتها (29.5%)، مما يعكس الحاجة إلى دعم النساء اللاجئين، في حين اظهر صورة رجل متشرد كبير في السن تحتل المرتبة الثالثة (14) بنسبة مئوية (15.9%)، مما يشير إلى أهمية الاهتمام بالكبار السن من اللاجئين، وان عرض مجموعة من الشباب اللاجئين ويحتاجون الفرص العيش تحتل المرتبة الرابعة بتكرار (12) بنسبة بلغت (13.6%)، مما يعكس الحاجة إلى دعم الشباب اللاجئين، وفي الأخير صورة الطفل أو مجموعة من الأطفال حصلت على المرتبة الخامسة بتكرار (6) وبنسبة بلغت (6.8%).



اعتماد المنظمة بعرض الصور هو تسليط الضوء عن العائلات لتوفير الدعم والاهتمام بالنساء وكبار السن والفئات الاخرى، وان الغرض هو استعطاف الجماهير الى الحالات وكسب الدعم الكادي والمعنوي وخلق اجواء التلاحم والمساعدة لتوفير الغذاء والدواء والاحتياجات الاساسية.

رابعاً: وسائل الابرار موقع المنظمة لشؤون اللاجئين

جدول رقم (12) يبين وسائل الابرار موقع المنظمة لشؤون اللاجئين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	اقتران الصورة مع نص متتابع	44	50%	الاولى
2	اقتران النص مع الفيديو	27	30.6%	الثانية
3	صورة	16	18.1%	الثالثة
4	رابط الالكتروني	1	1.1%	الرابعة
المجموع		88	100%	-

يظهر في جدول (12) أن اقتران الصورة مع نص متتابع يحتل المرتبة الأولى بتكرار (44) و بنسبة بلغت (50%)، تكمن أهمية استخدام الصور مع النصوص في توصيل الرسائل والتأثير على المتابعين لصفحة المنظمة عبر الانستغرام، اما عن اقتران النص مع الفيديو يحتل المرتبة الثانية بتكرار (27) و بنسبة بلغت (30.6%)، مما يدعو الحاجة إلى استخدام الفيديو في دعم النصوص والتأثير على المشاهدين وقراءة الواقع بشكل افضل، اما الصورة تحتل المرتبة الثالثة بتكرار (16) بنسبة مئوية (18.1%)، يتطلب بعض الحالات الى استخدام الصور وحدها، اما رابط الالكتروني يحتل المرتبة الاخيرة بنسبة مئوية بلغت (1.1%)، مما يعكس قلة استخدام الروابط الإلكترونية في المحتوى وذلك ان الامر يحتاج توثيق لكي يغطي حالات النزوح.

استخدمت المنظمة الصور والفيديوهات المقترنة مع النصوص بشكل كبير مع ابرار الاسماء والاشخاص والمدن عبر موقع المنظمة، كما استخدمتها بشكل منفرد حالات قليلة جداً، وان الحملات كانت مكثفة في الموقع وينشر في اليوم الواحد الصور والفيديوهات بشكل كبير.

خامساً: اعتماد العلاقات العامة الرقمية الاشخاص المؤثرين عبر موقع المنظمة

جدول رقم (13) يبين اعتماد العلاقات العامة الرقمية الاشخاص المؤثرين عبر موقع المنظمة

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الاشخاص المتضررين	53	60.2%	الاولى
2	رؤساء وموظفو منظمات	24	27.2%	الثانية
3	الصحفيين والاعلاميين	10	11.3%	الثالثة
4	قادة الدول	1	1.1%	الرابعة
المجموع		88	100%	-

يوضح الجدول (13) أن الأشخاص المتضررين يحتلون المرتبة الأولى بتكرار (53) بنسبة بلغت (60.2%)، مما يشير إلى أهمية التركيز على احتياجاتهم وآرائهم في معالجة قضايا اللاجئين، اما عن رؤساء وموظفو منظمات يحتلون المرتبة الثانية بتكرار (24) بنسبة مئوية (27.2%)، مما يعكس دورهم الهام في تقديم الدعم والمساعدة للاجئين، في حين ان الصحفيين والاعلاميين يحتلون المرتبة الثالثة بتكرار (10) بنسبة مئوية بلغت (11.3%)، مما يشير إلى أهمية دورهم في تسليط الضوء على قضايا اللاجئين، وفي الاخير كانت قادة الدول يحتلون المرتبة الرابعة بتكرار (1) بنسبة (1.1%)، مما يعكس الحاجة إلى مزيد من المشاركة والاهتمام من قبل قادة الدول في معالجة قضايا اللاجئين.



تستعين المنظمة بالأشخاص المتضررين بشكل مستمر عبر صفحة المنظمة الامر له جانبين الاول هو نقل الحالات بشكل مباشر الى المتابعين، والثانية استعطف المنظمات والدول لتقديم المساعدات وتوفير الاحتياجات الاساسية، اما عن الاشخاص الاخرين اهتمت المنظمة بدور الصحفيين والاعلاميين من تسليط الضوء على القضايا وعرض حالات اللاجئين في ظروف صعبة جداً، اما الاستعانة بالرؤساء المنظمات قدم المفوض السامي للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين فيلبو غراندي الحالات للاجئين بشكل دوري ومستمر، اما ظهور رؤساء الدول لم يكن لهم ظهور في موقع المنظمة وكان غائبا بشكل كبير.

نتائج البحث:

- 1- سنتنتج من ذلك ان المنظمة تلعب دورا حيوياً في توفير الاعمال ودعم اللاجئين من أولويات برنامجها في تقديم المعلومات والاعمال لكي يتم الحد من القضايا الاجتماعية والسياسية التي ادت الى نزوح ملايين من بلدانهم كما ان المنظمة لها امور اساسية لتوفير الحماية والامان من التهديد والصراعات.
- 2- يستنتج منه الى تكثيف الجهود والاهتمام بالتوعية والتثقيف من تقديم المعلومات عن كل ما هو جديد من ظروف وحالات الحرجة وعرضها الى الرأي العام والجهات المسؤولة، وان الخطر يكمن من حدوث كارثة انسانية من نقص المستلزمات الاساسية، وان اهتمام المنظمة هو اطلاق بشكل مستمر عن التطورات والحصول على الدعم الكافي وارجاع اللاجئين الى ديارهم وتوفير فرص عمل لهم.
- 3- ويستنتج ان كل الحالات تعتبر تهديد حقيقي لمجتمعات من ترك اثر وتراجع من تنمية المجتمعات وخاصة النزاعات الداخلية والطائفية والعرقية بغض النظر عن الاسباب الاخرى سواء كانت ازمت اقتصادية والسياسية وتضارب مصالح الاقليمية، فان اهتمام المنظمة هو تعزيز التعاون وتطوير الخطط الطوارئ والتدريب والاستعداد لحوادث الطبيعية.
- 4- يستنتج من ذلك ان المنظمة كانت تنوء عن الحصول المساعدات والاحتياجات الاساسية بشكل مستمر خاصتا مع اندلاع الحروب بالفترة الاخيرة يتطلب ذلك الى استيعاب الزخم من اللاجئين وتوفير متطلبات الاساسية.
- 5- تشير النتائج ان المنظمة تحتاج الى الدعم السياسي والدبلوماسي كبير للوصول الى تفاهات مع جهات الصراع والزام بالقرارات الاممية للضغط على الحكومات الاتحادية بسبب النزوح الهائل للاجئين، كما يتطلب ذلك من اشراك المنظمات المحلية في الحصول على الدعم الكافي لتغطية متطلبات والاحتياجات الاساسية وتحقيق التقدم في هذا المجال.
- 6- ويتضح ان الاخطار التي تهدد اللاجئين وتسعى المنظمة الى معالجة القضايا والاطار، تحتاج الى قرارات دولية مشتركة وحلحلة كل تهديدات وتحقيق العدالة والمساواة، وتوفير ظروف مناسبة للاستقرار العوائل والافراد.
- 7- يتضح ان الظروف التي اجبرت اللاجئين خروج الى بلدان اخرى، فان المنظمة وضعت خطة شاملة لمعالجة القضايا لتشمل جميع الجوانب الانسانية والاجتماعية وتسلط الضوء على قضاياهم وتكثيف الدعم اللازم لتغطية كل الاحتياجات ليس فقط على مستوى عام بل كانت لها دور في متابعة الحالات الفردية بشكل مستمر.
- 8- عززت المنظمة بشكل كبير استراتيجيات الاقناع في متابعة قضايا اللاجئين وعرضها على الرأي العام بكامل الصورة من اجل توفير المستلزمات الاساسية ونشرها الى المتابعين فهي تعد اكثر فاعلية في متابعة قضايا اللاجئين، اما عن الاستراتيجيات الاخرى لا يقل دورهن في توحيد الجهود في معالجة القضايا وفهم احتياجات اللاجئين.
- 9- تمكنت المنظمة من اطلاق حملات التضامن بشكل مستمر عبر موقع المنظمة وخاصة في استغلال المناسبات والاعياد تفتت النظر المتابعين الى حالات اللاجئين من سوء السكن والعيش، بالإضافة الى عرض قصص اللاجئين من الشباب واملهم العودة الى بلدانهم واعادة فرص العيش، ولا يغيب دور الشخصيات المشهورة في التأثير على الرأي العام العالمي لنقل ظروف اللاجئين بشكل كامل.



10- اعتماد المنظمة بعرض الصور هو تسليط الضوء عن العائلات لتوفير الدعم والاهتمام بالنساء وكبار السن والفئات الاخرى، وان الغرض هو استعطاف الجماهير الى الحالات وكسب الدعم الكادي والمعنوي وخلق اجواء التلاحم والمساعدة لتوفير الغذاء والدواء والاحتياجات الاساسية.

11- استخدمت المنظمة الصور والفيديوهات المقترنة مع النصوص بشكل كبير مع ابراز الاسماء والاشخاص والمدن عبر موقع المنظمة، كما استخدمتها بشكل منفرد حالات قليلة جداً، وان الحملات كانت مكثفة في الموقع وينشر في اليوم الواحد الصور والفيديوهات بشكل كبير.

12- تستعين المنظمة بالأشخاص المتضررين بشكل مستمر عبر صفحة المنظمة الامر له جانبين الاول هو نقل الحالات بشكل مباشر الى المتابعين، والثانية استعطاف المنظمات والدول لتقديم المساعدات وتوفير الاحتياجات الاساسية، اما عن الاشخاص الاخرين اهتمت المنظمة بدور الصحفيين والاعلاميين من تسليط الضوء على القضايا وعرض حالات اللاجئين في ظروف صعبة جداً، اما الاستعانة بالرؤساء المنظمات قدم المفوض السامي للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين فيلبو غراندي الحالات للاجئين بشكل دوري ومستمر، اما ظهور رؤساء الدول لم يكن لهم ظهور في موقع المنظمة وكان غائبا بشكل كبير.

توصيات:

- 1- تمكين المنظمة من الضغط على الحكومات التي نزع منها اللاجئين بان تخصص لهم الجانب المادي وتضمن رجوعهم الى ديارهم دون شروط لان اغلب اللاجئين خرجو بسبب الصراعات والازمات السياسية.
- 2- ان تحشد المنظمة المجتمع الدولي باكثر فاعلية وان تستغل من ذلك اتفاقية جنيف 1959 باشارك المنظمات المحلية وتوفير متطلبات الاساسية .
- 3- استغلال الحالات الفردية من اللاجئين وعرضها على موقع المنظمة بشكل يومي للرأي العام.

المراجع:

- 1- احمد فروق رضوان، دراسة في العلاقات العامة والاعلان، (القاهرة: دار العالم ، 2010م)، ص211.
- 2- اسماعيل عبد لحافظ ، استراتيجية الاتصال الثقافي في دراما والمسلسلات التلفزيونية، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2014)، .
- 3- حنان احمد سليم، العلاقات العامة في عصر الاعلام الرقمي، (القاهرة: عالم الكتب الحديث، 2018م).
- 4- خلف كريم كيوش، استراتيجيات العلاقات العامة في ادارة الازمات، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2018)
- 5- خولة عبد الحميد دور التصدع الاسري المعنوي في ظهور الاغتراب النفسي لدى المراهقين، (عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2015).
- 6- علي الزغبى، ومروان بدر السمعيات، ادارة العلاقات العامة، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019م).
- 7- علي الفرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2018).
- 8- فؤادة البكري، العلاقات العامة وتغير ثقافة المنظمات، (القاهرة: عالم الكتب، 2015م).
- 9- مروة فكري، مدخل الى العلاقات الدولية"، (القاهرة: دار الكتاب المصري، 2021).
- 10- غسان الكلوت ، اللاجئين في الدول المستظيفة، دراسة حالة اللاجئين السوريين في الاردن، سياسات عربية، العدد 38، 4 مايو 2019.
- 11- زهير ياسين طاهات وآخرون، التحقيقات الاستقصائية لدول الربيع العربي في شبكة أريج، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع عشر، العدد الثاني، أبريل-يونيه، 2018.
- 12- نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 18 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHVWujrtkSL/?igsh=ZjFkYzMzMDQzZg==%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%8A%D9%85>



13- نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 24 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHk4dIKMNZU/?igsh=ZjFkYzMzMDQzZg==%D9%86%D9%82%D8%B5>

14- نشر في موقع المنظمة لشؤون اللاجئين بتاريخ 27 مارس 2025 على الرابط

<https://www.instagram.com/p/DHsm3apxx63/?igsh=ZjFkYzMzMDQzZg==%D9%86%D9%82%D8%B5>

References:

1. Ahmed Farouk Radwan, A Study in Public Relations and Advertising, (Cairo: Dar Al-Alam, 2010), p. 211.
2. Ismail Abdel Hafez, Cultural Communication Strategy in TV Drama and Series, (Amman: Ghadir Publishing and Distribution, 2014).
3. Hanan Ahmed Selim, Public Relations in the Digital Media Age, (Cairo: Modern Books World, 2018).
4. Khalaf Karim Kiyosh, Public Relations Strategies in Crisis Management, (Amman: Amjad Publishing and Distribution, 2018).
5. Khawla Abdel Hamid, The Role of Family Disintegration in the Emergence of Psychological Alienation among Adolescents, (Amman: Al-Jinan Publishing and Distribution, 2015).
6. Ali Al-Zoghbi and Marwan Badr Al-Samie, Public Relations Management, (Amman: Yazouri Publishing and Distribution, 2019).
7. Ali Al-Farjani, Public Relations and Communication Strategies, (Amman: Amjad Publishing and Distribution, 2018).
8. Fuada Al-Bakri, Public Relations and Changing Organizational Culture, (Cairo: Al-Kitab Al-Masri, 2015).
9. Marwa Fikri, Introduction to International Relations, (Cairo: Dar Al-Kitab Al-Masri, 2021).
10. Ghassan Al-Kalhout, Refugees in Host Countries, A Case Study of Syrian Refugees in Jordan, Arab Policies, Issue 38, May 4, 2019.
11. Zuhair Yassin Tahat et al., Investigative Journalism in Arab Spring Countries in the Arij Network, Egyptian Journal of Public Opinion Research, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Vol. 17, Issue 2, April-June, 2018