

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

د/ خالد صلاح محمد فهمى

مدرس بالمعهد الكندى العالى لتكنولوجيا الإعلام الحديث

تمهيد:

العلاقات العامة شأنها شأن كافة القطاعات الإدارية اعتمدت على تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التحول من النمط التقليدى في ممارسة وظائفها إلى النمط الحديث، كنظام إدارى واتصالى يحكم العلاقة بين المؤسسة و الجمهور، إلا أن نجاح تلك العملية قد اختلف من مؤسسة لأخرى نظرا لضرورة توافر عناصر أساسية تساهم في نجاحها ومنها توافر الأرضية الثقافية و الأماكنيات المادية و الإلكترونية و المعنوية الداعمة، فالعلاقات العامة الرقمية في مفهومها البسيط هي استخدام وسائل الاتصال الحديثة لصنع و مشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص، و الوصول للجمهور المستهدف و التواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني، أى أنها بناء و إدارة سمعة المؤسسة إلكترونيا، و هذا لأن تشكيل الصورة الصحيحة للمؤسسة في عقل الناس يعتبر أمر هام جدا في توصيل الماركة أو المؤسسة لهوية متميزة و رائدة، وهذا سعياً منها لتطور العملية الإدارية و استمراريتها، فالعلاقات العامة الصادرة اليوم من المنظمات الحديثة و المعاصرة و المواكبة لتطورات العصر، هي أهم وظيفة في الإدارة الحديثة، وفي المقابل تعد المواقع الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعى أم الوسائط التكنولوجية الحديثة التى حلت محل وسائل الاتصال التقليدية، و التى فرضت وجودها بقدرتها الفاتكة بميزاتها التكنولوجية خاصة ميزتى التفاعلية و الوسائط المتعددة، فالمواقع الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعى يعتبران من بين أهم الخدمات التى وفرتها الإنترنت لممارسة العلاقات العامة داخل المنظمة و جعلها إحدى منابر الاتصال للعلاقات العامة الإلكترونية. تزايد الاهتمام فى الفترة الاخيرة بدراسة الأزمات على المستويات العالمية والمحلية، وفى شتى التخصصات وذلك بعد أن تزايدت الأزمات فى عالمنا المعاصر، وتعددت أبعادها وأسبابها وأنواعها وأثرت على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فعلى قدر اتساع العالم وتقدمه وزيادة السكان تزداد الصراعات وتتعارض المصالح، وبالتالي تتخلق الأزمات وتؤثر على الفرد

د/ خالد صلاح محمد فهمي

والجماعة والمجتمع، حيث اعتبر البعض اننا نعيش في عصر الأزمة . وتوجد علاقة مباشرة بين إدارة العلاقات العامة من جانب وإدارة الأزمات من جانب آخر، فالمنظمات التي تفنقذ للعلاقات العامة استراتيجيا يصعب عليها إدارة الأزمات التي تواجهها، فإدارة الأزمة هي تطبيق فعلى لعناصر ومحاوور الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة وتتطلب إدارة الأزمات رؤية إستراتيجية وفهماً لنظريات العلاقات العامة تركز على الجماهير الأساسية للمنظمة.

أولاً : الدراسات السابقة:

١- أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة في ضوء التحول الرقمي دراسة تحليلية من المستوى الثاني^١

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتقييم الاتجاهات البحثية الحديثة المعنية بأخلاقيات العلاقات العامة الرقمية، من خلال تحليل الدراسات التي أجريت في الفترة الزمنية التي من عام ٢٠١٥ إلى عام ٢٠٢١ بهدف تقديم رؤية متعمقة للتوجهات البحثية في هذا المجال، وكذلك التعرف على أهم المداخل الفكرية التي انطلقت منها دراسات هذه القضية، ورصد المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، تنتمي الدراسة الحالية إلى بحوث تحليل المستوى الثاني Analysis-Meta الهادفة إلى المراجعة المنهجية التحليلية للبحوث العلمية التي تم نشرها حول موضوع محدد، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها: توجد تجاوزات أخلاقية عديدة في واقع الممارسة الرقمية للعلاقات العامة، وكانت أبرز التحديات التي تواجه هذه الممارسة التشكك حول أخلاقيات العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ومؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، وأيضاً تقنيات الذكاء الاصطناعي وقواعد البيانات الضخمة في أداء مهام العلاقات العامة الرقمية. أما عن أهم العوامل المؤثرة على الممارسة الأخلاقية للعلاقات العامة الرقمية فكانت مدركات الممارسين نحو المسؤولية الاجتماعية لمهنتهم، والثقافة المجتمعية والتنظيمية للمهنة .

^١ - إنجي محمد أبوسريع خليل المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - العدد الثالث والعشرين يناير/ يونية ٢٠٢٢ ص ١٧٧- ٢٠٩

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

٢- اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر- فرع قالمة- ٢٠٢٢

هدفت الدراسة إلى إبراز اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية الجزائرية، ورصد وسائل العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في تحسين صورتها، وكذا التعرف على أهم الأنشطة والخدمات التي تقدمها للجمهور الخارجي. واعدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما تم الاعتماد في عملية جمع البيانات على إستمارة استبيان، أجريت الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر- فرع والية قالمة-، شمل مجتمع الدراسة ١٢ مبحوثا، حيث تم توزيع الاستمارة على جميع المبحوثين بالمؤسسة، وبعد الانتهاء من الدراسة الميدانية توصلت إلى النتائج التالية: إذ للعلاقات العامة الرقمية أهمية قصوى في اسهامات التي تلعبها عن طريق الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتطورة. كما تبين أن الاعتماد على الاتصال الرقمي نظرا لأهميته و ذلك من خلال عدة وسائل تكنولوجية متطورة مما يزيد في فاعلية العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسة. تبين أيضا اسهامات العالقات العامة الرقمية بالمؤسسة التي تظهر من خلال الاعتماد على الوسائط الرقمية لتواصل الجماهير المستهدفة. كما توصلنا إلى أن جهاز العالقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، حيث تعمل العالقات العامة الرقمية على استقطاب الجماهير الخارجية باستخدام مميزات المواقع الإلكترونية، الفيس بوك كما أن أغلب الجماهير يلجؤون للفيسبوك من أجل الحصول على معلومات أكثر حول الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.

٣- مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية خلال العقد ٢٠١٦-٢٠٢٦ دراسة على النخبة المصرية: ٢٠٢٠^٣.

^٢ - اسهامات العالقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-ذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر عشاش هاجر- 0200

^٣ - أسماء عشري برعي محمدين، "مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية خلال العقد (٢٠١٦-٢٠٢٦) دراسة على النخبة المصرية." مجلة كلية الآداب ٥٤.٣ (٢٠٢٠): ٣٠٦-٢٧٥.

هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في تقديم مجموعة من السيناريوهات المستقبلية البديلة حول مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية خلال العقد ٢٠١٦ - ٢٠٢٦ ، وذلك من خلال دراسة الوقائع التي تحجم من استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائلها الإلكترونية المتاحة، وتحد من تطوراتها مستقبلاً، وكذلك التعرف على المؤشرات أو الأحداث التي يمكن أن تدفع لاستمرار تأثير سيناريو ما على مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية، و انعكاساتها على الأداء المهني و الاتصالي، وأيضاً التعرف على المؤشرات المرتبطة بكيفية الممارسة المهنية للعلاقات العامة، و تساهم في تطورها مستقبلاً ، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الاستشرافية، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب شجرة العلاقات و أسلوب السيناريو، ومن خلاله تم تقديم مجموعة من السيناريوهات المستقبلية البديلة للخبراء حول الوضع المستقبلي المحتمل للمؤسسات الحكومية المصرية وذلك للوصول إلى السيناريو الأكثر ترجيحاً في ضوء الواقع الفعلي لعلاقتها العامة الإلكترونية، و قد اعتمدت الباحثة على المقابلات المتعمقة مع نخبة من الأكاديميين و الممارسين عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج ومنها؛ وافق معظم أفراد العينة على السيناريو التفاوضي المقترح، وأكدوا على ضرورة توطيد العلاقات العامة إلكترونياً بال جماهير الخارجية على مستوى محافظات الجمهورية المختلفة بشكل فعال، وكذلك مواجهة ما يمس المؤسسة من شائعات تتداولها المواقع الإلكترونية عبر الإنترنت، إدارة سمعة المنظمة إلكترونياً، كما ينمي الموقع الإلكتروني إحساس ممارسي العلاقات العامة باحترافهم، حيث انفق معظم أفراد عينة الدراسة من النخب على اسهام العلاقات العامة الإلكترونية الحديثة في تيسير ممارسة العلاقات العامة بصفة عامة، كما يقدم الموقع الإلكتروني معلومات دقيقة عن تاريخ المؤسسة.

4- The characteristics of the e-influence of Community Managers: Issues for the e-reputation of organizations⁴2020.

التأثير الإلكتروني و دوره في إدارة قضايا السمعة الإلكترونية للمنظمات، سلطت تلك الدراسة الضوء على التأثير الإلكتروني و دوره في صنع القرار على الشبكات الاجتماعية، و التأثير على السمعة الإلكترونية، حيث أن التأثير الإلكتروني هو جزء لا يتجزأ من السمعة الإلكترونية، فأراء الجماهير على الإنترنت تجاه المنظمات هي التي تساهم في تشكيل الصورة الإلكترونية، تم إجراء مقابلات مع ١٢ مسؤول على مواقع التواصل الاجتماعي، شغلوا المنصب لمدة ١٢ شهراً على الأقل، وقاموا بإدارة منصات اجتماعية كالمدونات و تويتر وفيس بوك و ما إلى ذلك.

وقد توصلت الدراسة إلى أن عدم وجود استراتيجية محددة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تمثل نقطة ضعف تؤثر على سمعة وصورة المنظمات، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى اعتماد خطة شاملة من قبل المنظمات لاعتماد العمل بالاتصال الإلكتروني؛ نظراً لحدائته. وأخيراً أكدت المقابلات المقننة مع مسؤولي الاتصال الإلكتروني على أن ذلك الاتصال يعد مصدراً جيد للوصول إلى المعلومات المباشرة من قبل، إلا أنه قد يكون منصة للمعلومات غير المؤكدة أو مجهولة المصادر.

٥- الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت دراسة حالة على قطاع الاتصالات-في إطار نموذج التسويق بالعلاقات الاجتماعية^٥٢٠١٩.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت، ودوره في إدارة العلامة التجارية، وفي هذا الإطار تم استخدام منهج دراسة الحالة من خلال إجراء مقابلات مقننة مع مسؤولي العلاقات العامة بشركات

⁴- Charest, Francine, and Johanie Bouffard. "The characteristics of the e-influence of Community Managers: Issues for the e-reputation of organizations." *Public Relations Review* 41.2 (2020): 302-349.

^٥- رضا فولى، "الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت دراسة حالة على قطاع الاتصالات في إطار نموذج التسويق بالعلاقات الاجتماعية." *مجلة البحوث الإعلامية* ٥١.٥١-ج ١ (٢٠١٩): ٢٨٩-٣٢٦.

الاتصال العاملة في مصر (فودافون - اورانج - اتصالات)، وكذلك تحليل المحتوى عبر الموقع الإلكتروني الرسمي تحليلاً كفيلاً ، وقد خلصت الدراسة إلى أن الشركات عينة الدراسة تولى اهتماماً كبيراً بالاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت، كما أنها تستخدم العديد من الأدوات الإلكترونية، أهمها الموقع الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من أجل تحسين سمعة المؤسسة و إدارة العلامة التجارية أما عن نتائج الدراسة التحليلية؛ فقد تميزت الشركات الثلاث بتقديم مواقعها باللغة العربية بجانب توفير اللغة الإنجليزية باعتبارها بديلاً لها على المواقع إذ أن اللغة تمثل مكوناً ثقافياً لا خلاف عليه في مواقع الشركات عينة الدراسة، التي تهدف للتواصل مع فئات مختلفة و أسواق مختلفة، كما أشارت نتائج الدراسة التحليلية للموقع الإلكتروني للشركة اهتمام الشركات عينة الدراسة باستخدام أسلوبين، تكنيك السحب و تكنيك الدفع، في تقديم المعلومات و البيانات المختلفة على مواقعها الإلكترونية، مما يزيد من التفاعلية بين مسؤولي الشركات، كما تميز الموقع الإلكتروني لشركة اتصالات بتقديم المضمون بشكل بسيط لتسهيل التصفح، وزيادة الاستخدام بالإضافة إلى سرعة تحميل الموقع، كما أن هناك اهتماماً بالمعلومات حول نشأة الشركة و الخدمات و المنتجات التي تقدم للسوق المصري المحلي.

٦- استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الصحية دراسة وصفية تحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبد الحفيظ عبر موقع الفايسبوك^٦.

تسعى هذه الدراسة لإبراز دور العلاقات العامة الرقمية في نشر الوعي الصحي إبان أزمة جائحة كورونا، مستندين في طرحنا هذا على رصد وتقييم الاستراتيجية الاتصالية التي استخدمها الدكتور حفيظ عيادة عبر صفحته على موقع الفيسبوك للحد من تفشي الوباء وإقامة اتصالات مستمرة مع الجمهور المتابع له عبر صفحته الرسمية، وذلك لنشر وتعزيز الوعي الصحي لدى المواطن الجزائري، نموذج يظهر كيفية الاستفادة من التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال، وتوظيفه في تطوير ممارسات ونشاطات العلاقات العامة.

^٦ - فرشان، نسرين. " استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الصحية دراسة وصفية تحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبد الحفيظ عبر موقع الفايسبوك." المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد العاشر، المجلد الاول، ص ٢٥٢-٣٧٣، ٢٠٢٣

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

مع الكشف عن الدور المنوط للعلاقات العامة الرقمية في التواصل والتفاعل مع المواطنين بصورة تحقق نشر الوعي والتنقيف الصحي، وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي واداة تحليل المحتوى. وقد اثبتت الدراسة أن العلاقات العامة الرقمية بذلت جهود اتصالية فعالة لتوجيه الرسائل الاتصالية الى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية التي استعملتها بكثرة في ذروة الازم، كذلك اعتمادها على أساليب عدة من ضمنها أسلوب احتواء الازمة الذي أسهم وبشكل فعّال في خلق عمليات اتصالية فعّالة في ترسيخ الوعي الصحي ، ورفع مستويات المعرفة لدى المواطن الجزائري، والتي من شأنها كبح الانتقال المجتمعي للعدوى و ضمان عدم التناقض واثارة الهلع لدى الجمهور .

ثانياً مشكلة الدراسة:-

تتحدد مشكلة الدراسة في تحليل الدور الذي تقوم به العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الأزمات الأمنية، من خلال دراسة كيفية توظيف استراتيجياتها؛ لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية لوزارة الداخلية المصرية ، وكذلك مدى اعتمادها على وسائل الاتصال الإلكترونية كالموقع الإلكتروني في تحقيق الاتصال الحوارى مع جماهير المؤسسة حيال طبيعة الأزمات الأمنية التى تؤثر على صورتها الذهنية لديهم، وخلق انطباعات جيدة لديهم، وذلك بالوقوف علي دلالات تتعلق بخصائص العلاقات العامة الإلكترونية وسماتها ودورها في دعم جهود الداخلية المصرية، وخطتها الشاملة.

ثالثاً أهمية الدراسة :

أ- الأهمية النظرية

تكتسب الدراسة أهمية خاصة نظراً لحاجة المكتبة الإعلامية العربية لمزيد من الدراسات عن العلاقات العامة الإلكترونية تجاوباً مع التطورات التكنولوجية التى أدت إلى خلق قنوات اتصالية جديدة للتواصل مع الجماهير . كما تقدم الدراسة اسهاماً علمياً يربط بين العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في عملية إدارة الأزمات و لا سيما الأمنية منها ، وذلك للاستفادة من هذا الدور في تحديد مدى فاعلية جهود العلاقات العامة الإلكترونية في التأثير علي الجماهير الداخلية والخارجية.

د/ خالد صلاح محمد فهمي

ب- الأهمية التطبيقية

ستساهم النتائج الخاصة بالدراسة في إفادة القائمين على العلاقات العامة إلكترونيا بوزارة الداخلية من خلال التخطيط السليم للبرامج المتعلقة بإدارة الأزمات، وكذلك تطوير الجهود الإعلامية والتعرف على نقاط القوة والضعف بها، حيث تفيد في إلقاء الضوء على الأنشطة الإلكترونية و الفاعليات و الحملات التي تقدمها العلاقات العامة الإلكترونية بوزارة الداخلية من خلال الموقع الإلكتروني.

كما ستقدم النتائج الخاصة بالدراسة تحديد لأفضل الأدوات الاتصالية المستخدمة إلكترونياً، وكذلك المداخل الإقناعية الأكثر فاعلية وهو ما سيفيد المشتغلين بالعلاقات العامة في المؤسسات المختلفة في تحقيق الاتصال الفعال مع الجمهور المستهدف، وكذلك تفعيل الاتصال الحوارى معه.

رابعاً أهداف الدراسة و تساؤلاتها.

١- أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيس في التعرف علي دور العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الأزمات بالتطبيق علي وزارة الداخلية كنموذجاً وذلك من خلال :

أ- تحديد مدى قدرة العلاقات العامة الإلكترونية على امداد الجمهور المستهدف بالمعلومات عن الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة، وكذلك قدرتها علي تحديث معلوماتها باستمرار.

ب- بيان كيفية توظيف أنشطة العلاقات العامة الإلكترونية لإدارة الأزمات الأمنية.

٢- تساؤلات الدراسة :

التساؤل الرئيسي: ما دور العلاقات العامة الإلكترونية بوزارة الداخلية في إدارة الأزمات الأمنية؟

التساؤلات الفرعية :

أ- كيف وظفت وزارة الداخلية المصرية الأنشطة الاتصالية الخاصة ببرامج العلاقات العامة الإلكترونية لإدارة الأزمات الأمنية؟

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

- ب- ما مدى قدرة العلاقات العامة الالكترونية في امداد الجمهور المستهدف بالمعلومات عن طبيعة الأزمات الأمنية التي تتعرض لها المؤسسة؟
- ج- ما نوع الانشطة والبرامج التي اعتمدت عليها العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الأزمات الأمنية؟

خامساً المفاهيم الأساسية للدراسة:

١- العلاقات العامة الإلكترونية:

عُرفت العلاقات العامة الإلكترونية بأنها "استخدام وسائل الاتصال عبر الإنترنت، والوسائل التكنولوجية للتواصل بشكل فعال مع أصحاب المصالح المختلفة للمنظمة، بما يكفل تحقيق الأهداف والوظائف الأساسية للعلاقات العامة"، وتقدم آليات العلاقات العامة الإلكترونية للمنظمات مجالاً بارزاً لإجراء أنشطتها الاتصالية المختلفة؛ كالرعاية والدعاية والنشر والترويج، فضلاً عما توفره من فرص للاتصال والتفاعل المباشر مع كل من العملاء، وجماعات المصالح ووسائل الإعلام، من خلال تزويدهم بالتقارير والبيانات والمعلومات ذات الصلة بنشاطات وفعاليات المؤسسة^٧.

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة الإلكترونية:

هي تلك الجهود المنظمة و المخططة مسبقاً لتحقيق التفاهم و الانسجام بين المؤسسة و جماهيرها من خلال التواصل إلكترونياً، وذلك باستخدام أدوات تحليل محتوى الموقع الإلكتروني للمؤسسة، و صفحات التواصل الإجتماعي؛ في محاولة للتعرف على اتجاهات السوق أو الرأي العام تجاه المؤسسة، و سياساتها وخدماتها، وقدرتها على تقديم أعمالها تقديماً دولياً، بما يتناسب مع الجماهير المختلفة طبقاً لاختلاف ثقافات، إلى جانب دعم إمكانات التفاعل مع هؤلاء الجماهير و التأثير في إدراكها لأنشطتها و أعمالها و وخدماتها خلال تحسين العملية الاتصالية معهم ، من

⁷- Gulerman, Necmiye Irem, and Fahri Apaydin. "Effectiveness of digital public relations tools on various customer segments." *Journal of Management Marketing and Logistics* 4.3 (2017): 259-270.

د/ خالد صلاح محمد فهمي

خلال شبكة الإنترنت و الاتصال بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي، و محركات البحث المختلفة، و المجتمعات الافتراضية التابعة للمؤسسة.

٦- تعريف إدارة الأزمات:

تعددت التعريفات لمفهوم إدارة الأزمات، لكن المعنى العام لمجمل هذه التعريفات هو كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة، وإن كان لكل باحث تعريف مختلف في مفرداته، ولكنه متفق في معناه. ويعرفها آخر من منظور سياسي بأنها سلسلة الإجراءات الهادفة إلى السيطرة على الأزمات، والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها؛ مؤدية بذلك إلى نشوب الحرب، وبذلك تكون الإدارة الرشيدة للأزمة هي تلك التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة و حمايتها^(٨).

سادساً الإطار النظري الموجه للدراسة:

تعددت النظريات التي تقدم عدداً من الفروض الخاصة بفعالية دور العلاقات العامة الإلكترونية في التعاطي مع كافة الأمور التي تخص المؤسسة، و لاسيما التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف، و كذلك إدارة الأزمات التي تواجه المنظمة داخلياً و خارجياً ، وقد اعتمدت الدراسة على نظريتي الاتصال الحوارى، ترجع نظرية الحوار إلى عام ١٩٧٠ حيث هناك اهتمام كبير بها في دراسات الاتصالات وقدم ((جريس Grice)) نظرية الحوار إلى الفلسفة الحديثة في عام ١٩٧٥ ؛ ووفقاً لجريس هي المشاركة في تبادل منظم من الأسئلة والردود.^(٩)

حيث تقوم فكرة الحوار في العلاقات العامة على أن المنظمات يجب أن تعمل على خلق علاقات مفتوحة مع الأفراد والجماعات، ولهذا فإن الاتجاه الحديث بين مهنتي التسويق والإعلان والعلاقات العامة لأكثر من عشرة سنوات هو الاتجاه نحو بناء علاقة^(١٠)

(١) علي منصور الشميري ، "دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات الأمنية" ، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، نوفمبر ٢٠٠٨، ص ١٨.

⁹ Dougl's walton, "The Place of dialogue in logoc, computer science and communication studies", (Netherlands: Kluwer Academic publishers, (2000) , p. 237 -328.

(¹⁰) sheila M. McAllister. spooner , Michal , L. Kent, "Dialogic Public Relations and Resource Dependency": New Jersey community colleges as Models For web site Effectiveness, Atlantic Journal of communication, vol 17, no4 , (2009) , P223.

تستند هذه الدراسة على نظرية الاتصال الحواري والتي تحتوي على خمسة مبادئ أساسية وهي:

أ-: تقديم معلومات مفيدة: يجب علي المواقع الإلكترونية ألا تدخر جهداً في تقديم ونشر المعلومات ذات الفائدة العامة لكل الجماهير، حيث يرتاد الزوار المواقع لأنها تحتوي علي أشياء ذات قيمة تجذب الجمهور، تلك الخاصية هي أساس العلاقة الحوارية لأن الجماهير ترتاد موقعا لمنظمة ما ليمدهم بمعلومات مفيدة وموثقة مثل بيانات الاتصال بالمنظمة وعناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف الخاصة بافراد المنظمة أو خبراء من خارجها أو حملة الأسهم أو أولئك الذين يتقلدون مناصب تنافسية.^(١١)

ب: تشجيع الزوار على العودة للموقع الإلكتروني: يجب أن تحتوي المواقع علي الخصائص التي تجذب الزوار وتجعلهم يعودون لزيارة الموقع مرة أخرى مثل: المعلومات المحدثة باستمرار، تغيير القضايا المطروحة، منتديات خاصة، تعليقات جديدة، أسئلة علي الموقع وجلسات للإجابة عليها، توفير خبراء متاحين طوال اليوم للإجابة علي أسئلة الجماهير.^(١٢)

ج: الاحتفاظ بزوار الموقع الإلكتروني: وهي تلك المحاولة من قبل المنظمة للحفاظ علي الزوار المترددين علي موقعهم الإلكتروني لأطول فترة ممكنة. ويعد هذا أمراً مهماً لأن المنظمات لا تريد أن ترتكب خطأ في تزويد عدة روابط اتصال من شأنها ان تبعد الجمهور عن صفحة المنظمة إلي موقع إلكتروني آخر، وغالباً لا يستطيع هؤلاء الزوار العودة مجددا الي موقع المنظمة.^(١٣)

¹²M. Kent. of m. taylor "Building dialogic relationships through the word wide" public Relations Review , vol. 24 , 9503 , (1998) , p.329.

¹³ Jason Antwuan. Beverly, " Public Relations Models and Dialogic Communication in the Twitterse: An An Analysis of How Colleges and Universities are Engaging Their Publics through Twitter", PHD, University of Southern Missipi: Grauate School, (2013), P. 29.

فإن مبدأ سهولة استخدام الموقع، هو شرط أساسي من أجل بناء علاقة حوارية. ويمكن تحليل هذا المبدأ من خلال توافر عدد من الخصائص هي: قلة الاعتماد علي رسوم الجرافيك، فالموقع لابد أن يكون سهل التصفح كما يجب أن تكون المعلومات متاحة وسهل الوصول إليها.^(١٤)

توظيف الاطار النظري لنظرية الاتصال الحواري:

استخدمت الدراسة الحالية نظرية الاتصال الحواري لأنها تتناسب مع منهج الدراسة وأهدافها، فهي تصلح للتعرف على مدى نجاح الموقع التابع لوزارة الداخلية المصرية في إعلام جمهورها بأنشطتها المختلفة، ومدى تطبيق ذلك الموقع لأبعاد التفاعلية التي تساهم في تحقيق اتصال حوارى يؤدي إلى خلق علاقة قوية بين الوزارة التي تعلن عن خدماتها بغرض نشر أنشطتها الاعلامية والاتصالية على هذه المواقع ، وبين تعرض الجمهور لها مما يؤدي في النهاية إلى تكوين صورة إيجابية لدى الجمهور حول أداء وزارة الداخلية المصرية ؛ كما أن هناك تواصل دائم مع مستخدمي المواقع، حيث الحوار هو عملية تواصل مستمر يدعم مبادئ الاتصال في الاتجاهين، على عكس وسائل الاعلام التقليدية ذات الاتجاه الواحد ويتمثل ذلك في قدرات المواقع الالكترونية.

سابعاً الاستراتيجية المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة ومنهجيتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث أنها تهدف إلى الحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف كاملة و دقيقة عن دور العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الازمات الأمنية ، واستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة للتفاعل معهم. كما أنها تحاول تطوير النتائج، للوصول إلى خطوة أكثر تقدماً من مجرد الاستكشاف، فهي لا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تتعداه لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات بين بنية

¹⁴ Franklin Gyamfi Agyemang, Henry Boateng & Michael Dzigbordi Dzandu " Dialogic Communication on Universities in Ghana Libraries, Websites " The Electronic Libarary, Vol. 33 No. 4, (2015) P. 686

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية
دور العلاقات العامة الإلكترونية و إدارة الأزمات الأمنية، وبين فاعلية الجهود الاتصالية
الالكترونياً .

كما تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بوصفه جهداً علمياً منظماً للحصول على
بيانات ومعلومات وأوصاف للظواهر ومعرفة جوانبها المختلفة كافة.

٢- طرق و ادوات جمع البيانات

أ- المقابلات المكثفة او المتعمقة intensive interview مع مسؤولى العلاقات العامة
الإلكترونية بالوزارة.

ب- تحليل المضمون الموقع الالكتروني لوزارة الداخلية المصرية.

ج- اختبار الصدق لصحيفة تحليل محتوى الموقع الرسمي للوزارة:-

وقد قام الباحث في الدراسة الحالية بعرض أداة القياس على عدد من المحكمين^{١٥} من
خبراء و أساتذة الإعلام و العلاقات العامة ، لتقييم مدى صلاحيتها للإجابة عن تساؤلات
الدراسة و تحقيق أهدافها، وتم تعديلها وفقاً لما أشاروا إليه.

ثامناً : نتائج الدراسة:-

تم إجراء المقابلة مع ٧ مسؤولين من مسؤولى العلاقات العامة الإلكترونية بالوزارة محل
الدراسة، وتضمنت المقابلة المحاور الآتية:-

المحور الأول : استخدام العلاقات العامة الإلكترونية بوزارة الداخلية للموقع الإلكتروني

تضمن ذلك المحور مجموعة من التساؤلات حول مدى توافر الإمكانيات المادية و
البشرية التى تسهم في تحقيق نتائج إيجابية عند إدارة الأزمات الأمنية، وكذلك طبيعة المواد

^{١٥}-أسماء المحكمين وفقاً لدرجاتهم العلمية:

* أ.د/ أمال الغزاوى أستاذ الإعلام و عميد المعهد الكندى العالى لتكنولوجيا الإعلام الحديث.

* أ.د/ داليا عبدالله أستاذ و رئيس قسم العلاقات العامة و الإعلام كلية الإعلام جامعة القاهرة.

* أ.د/ أماني ألبرت أستاذ العلاقات العامة و الإعلان و وكيل كلية الإعلام جامعة بنى سويف

* أ.د. ثريا البدوى أستاذ العلاقات العامة و الإعلام كلية الإعلام جامعة القاهرة.

* أ.د/ ماجى الحلوانى أستاذ الإعلام و عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة سابقاً

* أ.د/ غادة اليماني أستاذ الإعلام قسم الإعلام جامعة طنطا

* أ.م.د مختار ابو الخير رئيس قسم العلاقات العامة و الاعلان بالمعهد الكندى العالى لتكنولوجيا
الإعلام الحديث.

الإعلامية التي اعتمدها العلاقات العامة الإلكترونية وقامت بإنتاجها من أجل تَفادى الأزمات وأخير المعوقات التي تواجه العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الأزمات الأمنية و أهم مقترحاتهم لزيادة فعالية النشاط الاتصالي وتحقيق الاتصال الإلكتروني الفعال .

- أكد جميع مسؤولى العلاقات العامة الذين تم إجراء المقابلة معهم أن فريق العمل المسؤول عن المنصات الإلكترونية بكافة أنواعها مدرب و يعمل وفقاً لاستراتيجية التنمية المستدامة خاصة في ظل الاتجاه نحو الحوكمة الإلكترونية، والتعامل الإلكتروني مع جماهير المؤسسة، و الرد على تساؤلاتهم، حيث تتيح المنصات الإلكترونية التابعة للوزارة الرد الإلكتروني على مدار اليوم لاستقبال المقترحات و الشكاوى، وهو ما ساهم في فاعلية الاتصال للعلاقات العامة حيث قدمت أدوات متعددة للاتصال التفاعلي مثل المؤتمرات عن بعد خاصة في ظل جائحة كورونا، أو تفعيل الحوار الإلكتروني و تقديم بعض المستندات إلكترونياً ، على الرغم من تأكيد مسؤولى العلاقات العامة ضرورة ألا يحول ذلك دون ممارسة الاتصال المباشر مع الجمهور، كما أكدوا أيضاً على توافر الإمكانيات المادية الداعمة التي تساعد العلاقات العامة الإلكترونية القيام بمهامها ومنها علي سبيل المثال توفير قاعدة بيانات تخص أعمال الوزارة و دورها في إدارة الأزمات الأمنية، و كذلك توفير نظام حماية للمنصات الإلكترونية ضد أى اعتداء الكتروني، وهو ما يتضح من خلال تحليل مضمون الموقع و الذي برز من خلاله وجود أكثر من أيقونة عن الخدمات الإلكترونية و الأسئلة الشائعة و الرد على تساؤلات و استفسارات المواطنين.

- أما عن طبيعة المواد الإعلامية التي اعتمدها العلاقات العامة الإلكترونية وقامت بإنتاجها من إدارة الأزمات الأمنية و رسم صورة طيبة عن الوزارة لدى المواطنين ، فقد أكدت نتائج المقابلات المتعمقة مع مسؤولى العلاقات العامة أن كل ما هو محتوى مرئي و مكتوب يتم الاعتماد عليه لأدارة الأزمات ،حيث تعتمد العلاقات العامة الرقمية على كافة الوسائط المتعددة لذلك سواء من خلال الصور أو الفيديوهات أو النصوص الفانقة، وهو ما يتضح من خلال الصور الموجودة على الموقع الإلكتروني. وهو ما يتفق مع نتائج تحليل المضمون ، حيث اتضح من الكيفية التي يقدم من خلالها المحتوى عبر الموقع الرسمي لوزارة الداخلية ، الاعتماد على كافة عناصر الوسائط المتعددة حيث تم استخدام النص المكتوب وإضافة

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

الصور المرفقة معه، كما يتوافر بالموقع معرض للفيديوهات يضم توثيق لكافة فعاليات و أحداث الوزارة

- أما عن أبرز المعوقات التي تواجه العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة الأزمات الأمنية، فقد أكد مسؤولي العلاقات العامة أن تلك المعوقات تتمثل في المشكلات التي تتعلق بالإرهاب الداخلي و الأحداث الإرهابية التي تحدث من حين لآخر، بالإضافة إلى التحويل الإعلامي لتلك الأحداث و الذي يؤثر سلباً على صورة المنظمة ، بالإضافة إلى بعض المشكلات التي تتعلق بسلوكيات بعض فئات المجتمع المصري، من خلال نشر معلومات عن الأحداث الفردية في المجتمع و استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتحويل تلك الأحداث لقضايا رأى عام، و بالتالي نشر صورة سلبية عن الجهاز في محاولة لإبراز عدم القدرة على حفظ الأمن الداخلي.

- أكدت نتائج المقابلات المتعمقة أيضاً على بعض المعوقات الأخرى المتمثلة في عدم وجود وعى جيد لطبيعة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة إلكترونياً، بالإضافة إلى بعض المعوقات التي تتعلق بالأحداث و المستجدات العالمية سواء الأزمات الاقتصادية أو جائحة كورونا و التي كان لها بالغ الأثر في تعطيل عمل الإدارة.

- أما عن أهم المقترحات لزيادة فعالية النشاط الاتصالي وتحقيق الاتصال الإلكتروني الفعال فقد أكدت نتائج المقابلات المتعمقة أن تنوع منصات التواصل يعد من أهم المحاولات التي يجب أن يشملها برنامج الإصلاح الهيكلي من أجل ضمان الإدارة الصحيحة للأزمات، و تقديم صورة معاصرة و غير نمطية عن الوزارة، خاصة مع تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي كأحد هذه الآليات الترويجية الحديثة على مستوى العالم، لذا بات من الضروري التركيز على تلك المنصات الرقمية، كما أكد بعض مسؤولي العلاقات العامة الرقمية على مقترح وضع أجندة سنوية للأحداث الجيدة للوزارة و التي تساهم في رسم صورة و انطباع جيد عن الوزارة لدى المواطنين.

- أكد أحد مسؤولي العلاقات العامة - من خلال إطلاع الباحث على ملف برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير قطاع الداخلية- على مقترح هام لتطوير الاتصال الإلكتروني الفعال من خلال السعي من قبل الوزارة نحو التعاون مع المؤسسات الدولية لتنفيذ بعض المشروعات، مثل العمل على التحول الرقمي لمشاريع محددة في الوزارة منها الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية.

المحور الثاني : استراتيجيات الاتصال التسويقي عبر الإنترنت المطبقة بوزارة الداخلية لإدارة الأزمات الأمنية.

- أكدت نتائج المقابلات المتعمقة أن صياغة استراتيجيات الاتصال عبر الإنترنت من قبل إدارة العلاقات العامة الإلكترونية تتم وفقاً لرؤية ورسالة وأهداف المنظمة، وكذلك تحليل البيئة الاتصالية والذي يتضمن تطوير الهدف العام من الاتصال الإلكتروني، وكذلك الأهداف المراد تنفيذها، ودراسة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات والتي تحدد الأهداف الاتصالية، وبناء عليه تتم صياغة الرسالة الاتصالية وفقاً لذلك، وذلك من خلال تخصيص مساحة كافية لعرض رؤية وزارة الداخلية وأقسامها واختصاصاتها، كما أكد بعضهم على تقييم الاستراتيجيات ومتابعتها باستمرار، فبعد أن تستقر إدارة العلاقات العامة الإلكترونية على الاستراتيجية الاتصالية يتم الرصد المستمر لردود الفعل من قبل الجمهور المستهدف، وفقاً لذلك قد يتم تعديل الاستراتيجيات وهو ما يؤكد أن العمل على تلك الاستراتيجيات لا يتم بشكل عشوائي بل مخطط ومدروس ومنظم بحيث يراعى تنفيذ ممارسات تنظيمية متنوعة كوظائف الإدارة المختلفة (التخطيط والتنظيم والتوجيه والمتابعة والتقييم).

- كما أكد بعض مسؤولي العلاقات العامة على تقسيم الجمهور لشرائح تتضمن الجمهور العربي والأجنبي، بحيث تتنوع الرسائل الاتصالية لتشمل كلا النوعين رغبة في بناء وتدعيم صورة إيجابية عن الوزارة في أذهان جماهير العالم أجمع، وهو ما يساهم في تعزيز صورة وزارة الداخلية، كذلك تسليط الضوء على الإنجازات التي يشهدها القطاع الأمني في محاولة لتنفيذ أهداف التنمية المستدامة وتحقيق أبعاد واستراتيجيات رؤية مصر ٢٠٣٠، وهو ما أكدت عليه نتائج تحليل مضمون الموقع الإلكتروني حيث يستهدف الموقع الجمهور العربي والعالمي ونستدل على ذلك من خلال اللغة الأساسية للموقع وهي اللغة العربية، بالإضافة لتوافر أيقونة EN و FR والتي تمكن من الدخول على النسخة الإنجليزية والفرنسية للموقع وبالتالي السماح للمستخدمين الأجانب بالتعرف على أحداث وفعاليات الوزارة

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

- أكد مسؤولى العلاقات العامة أيضاً على المتابعة و التقويم لكافة خطوات حملات تحسين الصور الذهنية عن الوزارة، و أنه أحياناً يتم التعديل في الرسالة الاتصالية في حالة تأكيد ردود أفعال الجماهير على عدم فهم الرسالة الموجهة، و يتم ذلك من خلال تحليل التعليقات الخاصة بالمستخدمين، و قم تم ذلك بالفعل في أكثر من حملة و تم تعديل الرسالة الاتصالية بحيث تتناسب مع الجماهير المستهدفة.

- كما أكد بعض مسؤولى العلاقات العامة بالوزارة على عدد من الآليات التي تفرضها المستجدات في العالم و وبالتالي تجبرهم على اتباعها، ومنها على سبيل المثال أن أزمة كورونا فرضت عليهم التوجه لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث بناء على تعليمات من مستشار وزير الداخلية للتحويل الرقمي، لذلك تم الاهتمام بهذا المجال.

- كما أكد بعض مسؤولى العلاقات العامة على فاعلية التطبيق الإلكتروني للوزارة في التواصل الإلكتروني الفعال للتواصل مع الجمهور المحلي و جماهير الدول الأجنبية، حيث يتيح للمستخدم اختيار اللغة المناسبة له، و كذلك يحتوى على عدد من المعلومات عن رؤية وزارة الداخلية المصرية ، كما يتضمن معلومات عن الإنجازات التي تحققت الوزارة في حفظ الأمن.

أكدوا على أن الأنشطة الاتصالية التي نُفذت لمواجهة الأزمات التي تعرض لها جهاز الشرطة عادة ما تتم في شكل لقاءات مع بعض منظمات المجتمع المدني حيث أن تلك المنظمات تعتبر فاعلة وقادرة على توطيد العلاقة بين جهاز الشرطة والرأى العام، كما اعتبر مسؤولى العلاقات العامة أن هذا النشاط من أكثر النشاطات كفاءة و فاعلية حيث أن القيادات الأمنية قد اسهمت في تكوين صورة طيبة عن جهاز الشرطة من خلال تواجدهم بصورة أو بأخرى في وسائل الإعلام الجماهيرية (بشقيها التقليدى و الإلكتروني) سواء من خلال المؤتمرات و الندوات التي تعقدها أجهزة الشرطة، أو من خلال الحوارات و المناقشات التي تجرى مع القيادات الأمنية حول الخدمات المقدمة للجماهير أو استضافة رجال الشرطة في الصحف و الإذاعة و التلفزيون ليتحدثوا عن إنجازات أجهزة الشرطة، وكذلك للحديث عن دور الشرطة في مواجهة الجريمة، وكذلك من خلال الموقع الإلكتروني و الصفحة الرسمية للوزارة و التي يتم من خلالها نشر الانجازات و الأحداث

التي تخص الوزارة و كذلك إشراك الجماهير معها من خلال تلقي تعليقاتهم و التي تتضمن الشكاوى و الاستفسارات و التي يتم الرد عليها بشكل يومي. أما عن مضمون الرسائل الاتصالية التي تم التركيز عليها في الاتصال بجماهير المؤسسة فتمثلت في :-

التركز على قيم الولاء والانتماء وسمو الرسالة التي يقوم بها رجل الشرطة ، وكذلك الاعتماد على الاستمالات العاطفية متمثلة في الإعلان عن شهداء الشرطة، والعقلانية متمثلة في المتابعة اليومية للجهود المبذولة من قبل رجال الشرطة للحد من الجريمة في المجتمع المصري و ذلك من خلال الصفحة الرسمية للوزارة.

كما اتفق معظم مسؤولي العلاقات العامة الإلكترونية على أن التجهيزات الخاصة بوحدة العلاقات العامة الإلكترونية تعتبر كافية ولكن في أوقات الأزمات هم بحاجة إلى توافر قدر أكبر من المعلومات وسبل الاتصال الواضحة التي تعين على اتخاذ القرار فيما يتعلق بالأزمة، حيث أن الاتصالات التي تتم في أوقات الأزمة تحقق هدف وفتى وليس حلاً نهائياً للأزمة.

كما أكد البعض منهم على أن هناك فكر للتعامل مع الأزمات يختلف عن الأوقات العادية وأن هناك إدارات يتم تفعيلها قبل الأزمات وهذا الفكر قادر على التعامل مع الواقع بمشكلاته وأزماته قبل وقوع الأزمة، خاصة فيما يتعلق بجهود العلاقات العامة الإلكترونية و التي تعتمد بشكل أساسي على عنصر النفاعلية و الاتصال في اتجاهين، كذلك الفورية في النشر و بالتالى القدرة على إحكام السيطرة على المواقف الأزمومية و النشر عنها بشكل حالى لتهدئة رأى العام و توضيح الموقف للجمهور.

أكد جميع مسؤولي العلاقات العامة أن العلاقات العامة الإلكترونية قريبة جدا من متخذ القرار لا سيما أنها المعنية بمدى بكل المستجدات والمعلومات حال وقوع الأزمات، وأكدوا أيضاً على أن دور القيادات العليا لا يقتصر على إصدار الأوامر والتعليمات بهدف تنفيذها، بل أنهم ينصتوا جيداً لآراء العاملين في العلاقات العامة على كافة رتبهم ودرجاتهم و أخذ مقترحاتهم مأخذ الجد، وهو ما يعتبر مشاركة في صنع القرار.

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

وفيما يتعلق ببحوث العلاقات العامة الإلكترونية والصورة الذهنية المنطبعة عن جهاز الشرطة فقد أكد جميع مسئولى العلاقات العامة من خلال إجراء المقابلة معهم على انه يتم إجراء بحوث من خلال إدارة العلاقات العامة الرقمية إلا انهم اختلفوا فى مدى فعالية هذه البحوث حيث اعتبرها البعض منهم أداة فعالة لقياس الصورة الذهنية المنطبعة عن جهاز الشرطة لدى الرأى العام (الجمهور الخارجى) فى حين اعتبرها البعض الآخر غير فعالة نظراً لعدم الأخذ بما توصلت إليه من نتائج وتوصيات لحل العديد من الأزمات والمشكلات التى تواجه جهاز الشرطة .

وبالحديث عن الصلاحيات الموكلة للعلاقات العامة الإلكترونية بجهاز الشرطة أكد مسئولى العلاقات العامة- أثناء إجراء المقابلة معهم - أنها تلعب دوراً هاماً فى جمع أكبر قدر من المعلومات حول الموقف الأزموى والتعامل معه إعلامياً من خلال إصدار بيانات وتصريحات وأخبار إعلامية إلكترونية من خلال الموقع و الصفحة الرسمية للوزارة .

وعن مدى مشاركة العلاقات العامة الإلكترونية فى اتخاذ القرار أكد مسئولى العلاقات العامة أنها تلعب دوراً هاماً كمستشار للقيادة العليا وغالباً ما يتم الأخذ بأرائهم، ويستمر دورها لأنها معنية بمتابعة مرحلة التعامل مع الأزمة.

وعن المهام التى يقوموا بها لتحقيق الاتصال على مستوى الجمهور الخارجى لجهاز الشرطة فى وقت الأزمات أكد جميع مسئولى العلاقات العامة الإلكترونية أنهم يقوموا بتوعية الجمهور من خلال الرسائل التى يتم بثها إلكترونياً لحث الجمهور الخارجى للتعامل مع المقترحات المقدمة للحد من تداعيات الأزمة،

كما أكد جميع مسئولى العلاقات العامة على استخدام الإنترنت من خلال جهاز الشرطة من خلال موقع وزارة الداخلية www.moi.gov.eg كما أن هناك صفحة على موقع التواصل الاجتماعى facebook وتم استخدام الأنترنت لما استشعره جهاز الشرطة بأنه أسلوب إلكترونى جديد من شأنه إحداث التأثير فى الرأى العام وإحداث التغيير وهو ما يعتبر شىء إيجابى يحسب لجهاز الشرطة المصرية.

- أكد مسئولى العلاقات العامة على ضرورة فتح قنوات التواصل مع المواطنين بما يتيح الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه وفهم احتياجاته، ويمكن أن تكون هذه القنوات مباشرة كالتقاءات الجماهيرية والاجتماعات ويمكن أن تكون قنوات حديثة عن طريق المواقع الإلكترونية على الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي.

أما عن بنود الاتصال الحواري فقد تمثلت في:-

أ- سهولة استخدام الموقع الإلكتروني:

اتصف الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية بسهولة الوصول إليه من محركات البحث، و يتضح ذلك من إمكانية البحث عنه و الوصول إليه من خلال إمكانات بحث جوجل، كما وفر الموقع فهرس لتفاصيل الموقع على الصفحة الرئيسية، والتي تميزت بسهولة تصفحها و الدخول إلى محتوياتها، كما راعى الموقع ضرورة وجود وصلات و روابط للمعلومات و للمواقع ذات الصلة بتخصصه ، بالإضافة إلى ضرورة توافر إمكانية البحث بأكثر من لغة حيث توافر التصفح باللغة العربية و الإنجليزية.

ب- الاحتفاظ بزوار الموقع الإلكتروني:

فقد تحقق ذلك من خلال وجود رابط للأخبار الحديثة المرتبطة بالمؤسسة، و التي جاءت تحت مسمى دليل الجهات الشرطية، من النقاط الهامة بالموقع الإلكتروني للوزارة وجود الرمز المميز (الشعار) الخاص بالوزارة في كل صفحة من صفحات الموقع، وعدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الألوان أو وجود إعلانات فيديو و ذلك لتفادي طول مدة التحميل، كما يوجد بالموقع معلومات عن إنجازات الوزارة وبرامجها تحت مسمى "عن الوزارة" والذي تضمن نبذة تاريخية عن الوزارة، والقوانين و اللوائح ومدونة السلوك، والرؤية و الرسالة، وقطاعات الوزارة، والسيرة الذاتية للوزير، بالإضافة إلى إتاحة الأخبار الخاصة بالمؤسسة على الموقع في شكل البيانات الصحفية.

توافر أيضاً خدمة وجود معلومات حول مواعيد العمل الرسمية ووجود روابط اتصل بنا و تواصل معنا، ووضع أرقام الهواتف الخاصة بالمؤسسة وعنوان البريد الإلكتروني وعنوان المؤسسة الكائن في التجمع الأول - القاهرة الجديدة.

كما تضمن الموقع أيضاً رابط لمركز الإعلام الأمني، ومبادرة كلنا واحد.

توافر فرص الحوار التفاعلي متحققة بشكل جزئي في الموقع الرسمي للوزارة على النحو التالي:

وجود خدمة تلقي الشكاوى و الاستفسارات، بالإضافة إلى خاصية المساعدة Help على الموقع، كما توافر عنصر إمكانية مشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، ووجود روابط ذات صلة على موقع الوزارة خاص بصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك - تويتر - انستجرام - يوتيوب) أكدت المقابلة المتعمقة اتاحة تلقي مختلف شكاوى الموظفين و توصيلها للإدارة العليا والرد عليها و حلها في سرية تامة، وكذلك وجود معلومات عن كيفية التواصل مع إدارة المؤسسة و العاملين بها على الموقع.

تلاحظ وجود غياب تام للعنصر الخاص بوجود استطلاعات رأى الجمهور حيث لا يوجد أى رابط لاستبيان لقياس مدى فهم او رضاء الجمهور حيال الخدمات المقدمة أو الصوردة الذهنية المنطبعة لديهم عن المؤسسة خاصة في أوقات الأزمات.

وقد انتفتت تلك النتيجة مع ما أكدت عليه المقابلة المتعمقة مع مسؤولى العلاقات العامة بالوزارة والذين أكدوا على أن استطلاعات الرأى تتم بشكل يدوى في أقسام الشرطة التابعة للوزارة، وعلى الرغم من ذلك يعمل قسم العلاقات العامة الإلكترونية بالوزارة على تطوير الموقع حتى يسمح بوجود استطلاع رأى إلكترونى عليه، ويعد استطلاع الرأى أحد أهم مراكز رجع الصدى، ومن العوامل الهامة لإدارة الانطباع عن المؤسسة، حيث تحتاج المؤسسات لإجراء استطلاعات رأى للجمهور المتعامل معها لقياس مدى نجاح أعمالها وتحسين صورتها لديه، وزيادة ثقة الجمهور في الموقف المالى للمؤسسة ، وكذلك جذب مزيد من الجماهير النوعية للمؤسسة، وبناء الثقة الشاملة بها و دعمها بين الجماهير، والسعى الدائم لتحديث آدائها.

- كما أكد جميعهم أيضاً على عدد من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة الإلكترونية، وعلى رأس تلك الوظائف إدارة الأزمات إلكترونياً ، حيث الاعتماد على الأدوات الاتصالية الرقمية باعتبارها أدوات أساسية لإدارة الأزمات الأمنية من خلال نشر محتوى

يتضمن المعلومات الصحيحة لتفادي الآثار السلبية للشائعات خاصة في أوقات الأزمات ، وذلك من خلال التركيز على نشر صور و فيديوهات و الاستناد لآراء الخبراء ، وهو ما يتفق مع نتائج تحليل المضمون للموقع الإلكتروني حيث اشتمل على أخبار مجمعة عن قدرة جهاز الشرطة على تفادي الأزمات المحتملة الحدوث ، وكذلك حفظ الأمن في كافة محافظات الجمهورية.

- كما أكد بعض مسؤولي العلاقات العامة ممن أجرى معهم المقابلة المتعمقة على أن وظيفة تكوين الصورة الطيبة و السمعة الحسنة و المقنعة للجمهور عن أعمال الوزارة وأنشطتها، وذلك من خلال تسليط الضوء على الدور الإيجابي الذي تقوم به الوزارة في معالجة بعض القضايا المجتمعية، و على رأسها قضية غلاء الأسعار، حيث تقوم العلاقات العامة الإلكترونية من خلال أيقونة مبادرة كلنا واحد الموجودة على الموقع، بنشر المعلومات عن أماكن تواجد منافذ أمان والتي من شأنها بيع المنتجات بأسعار مخفضة تيسيراً على المواطنين

- اتفق أيضاً القائمون على عمل العلاقات العامة الإلكترونية بالوزارة على وظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة وهي تحسين صورة و سمعة المؤسسة، خاصة فيما بعد تداعيات أزمة كورونا، حيث اعتمد مسؤولي العلاقات العامة على التواصل الإلكتروني بشكل أساسي بعد الجائحة، حيث اعتمدت على تفعيل التواصل الحواري مع الجمهور الداخلي و الخارجي سواء الجمهور المصري أو جماهير الدول الأجنبية من أجل نشر صورة طيبة عن القطاع الأمني، و تسليط الضوء على الإجراءات الاحترازية المشددة من أجل بث الطمأنينة في نفس المواطنين، بالإضافة إلى تفعيل الغرامات على المخالفين لتلك الإجراءات

- اتفق بعض مسؤولي العلاقات العامة على وظيفة التواصل الإلكتروني مع الجمهور من خلال الرد على تساؤلاتهم و استفساراتهم، كما أكدوا أيضاً على انضباط العاملين بالقطاع الأمني عند تعاملهم مع الجمهور سواء عبر الموقع الإلكتروني أو عبر الصفحة الرسمية الفيس بوك، كما اتفقوا أيضاً على الاعتماد على الموقع الإلكتروني في الرد بشكل علمي و عملي على أي موقف سواء كان شائعة أو مشكلة، وأن التواجد الإلكتروني يكون على مدار ٢٤ ساعة، حيث أكد مسؤولي العلاقات العامة على دوام انعقاد ورش العمل

فاعليه العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية

والدورات التدريبية للعاملين بالعلاقات العامة الإلكترونية لتدريبهم على مواجهة ذلك النوع من المواقف.

- أكد معظم مسؤولى العلاقات العامة بالوزارة أنه يتم استخدام الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية عبر الفيس بوك لتدعيم العلاقات مع الجمهور الداخلى من خلال الإعلانات الداخلية الخاصة بالدورات التدريبية أو الترفيات أو ما يستجد من أعمال تخص الوزارة.

- وعن العوامل المؤثرة في قدرة النشاط الاتصالي للعلاقات العامة عبر الانترنت لكسب ثقة جماهير المنظمة، فقد اتفق بعض مسؤولى العلاقات العامة على أهمية عنصر المصداقية، حيث أكدوا أن الموقع الإلكتروني الرسمى للمؤسسة منصة أساسية يرجع إليها الجمهور للتيقن من صحة الأخبار التي تصل إليه، باعتباره القائم بعمل المتحدث الرسمى عن المؤسسة على شبكة الإنترنت.

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

توصي الدراسة بالآتى:-

- بضرورة الأخذ في الاعتبار أهمية استطلاعات الرأى الإلكترونية حيال الصورة الذهنية المنطبعة لدى الجماهير خاصة بعد تعرض المؤسسة لأزمات مفاجأة، لذا بات من الضروري على إدارات العلاقات العامة بالقطاع الأمنى الاهتمام بوجود روابط خاصة باستطلاعات الرأى ويتم تطبيقها بصورة دورية لمقارنة نتائجها للوقوف على تحسن الصورة المنطبعة لدى الجمهور خاصة في أوقات الأزمات.

- العمل على تحسين البنية التحتية التكنولوجية ضماناً للتماشي مع فكرة التحول الرقمية والمستجدات التي تحدث على مستوى العالم و تستوجب التواصل الإلكتروني.

- عقد دورات تدريبية للعاملين بالعلاقات العامة بوزارة الداخلية لإكسابهم المهارات اللازمة للتعامل مع التحول الرقمية، و التعرف على البرامج الإلكترونية الأكثر فاعلية لتحديث الموقع الإلكتروني بحيث يكون أكثر جذباً للانتباه ويساعدا على تحقيق الاتصال الحواري الفعال مع الجمهور المستهدف.

- تخصيص جزء من ميزانية الوزارة لتسخير تقنيات الذكاء الاصطناعي و إعلانات النوافذ المنبثقة في توجيه الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي و التطبيقات الإلكترونية المختلفة للتعرف على الدور الفعلي للوزارة و الفعاليات الخاصة بها.

د/ خالد صلاح محمد فهمي

مراجع الدراسة :

أولاً: المراجع العربية:-

١. أسماءعشري برعي محمدين،. "مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية خلال العقد (٢٠١٦-٢٠٢٦) دراسة على النخبة المصرية." مجلة كلية الآداب ٥٤.٣ (٢٠٢٠)
٢. إنجي محمد أبوسريع خليل المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - العدد الثالث والعشرين يناير/ يونية ٢٠٢٢
٣. رضا فولى، "الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت دراسة حالة على قطاع الاتصالات في إطار نموذج التسويق بالعلاقات الاجتماعية." مجلة البحوث الإعلامية ٥١.٥١-ج١ (٢٠١٩)
٤. عشاش، هاجر اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر -
٥. علي منصور الشميري ، "دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات الأمنية" ، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، نوفمبر ٢٠٠٨.
٦. فرشان، نسرين. " استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الصحية دراسة وصفية تحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبد الحفيظ عبر موقع الفايسبوك." المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد العاشر، المجلد الاول، ٢٠٢٣.

ثانياً المراجع الأجنبية:-

1. Charest, Francine, and Johanie Bouffard. "The characteristics of the e-influence of Community Managers: Issues for the e-reputation of organizations." *Public Relations Review* 41.2 (2020)
2. Dougl's walton, "The Place of dialogue in logoc, computer sciense and communication studies", (Netherlands: Kluwer Academic publishers, (2000)

3. Franklin Gyamfi Agyemang, Henry Boateng & Michael Dzigbordi Dzandu "" Dialogic Communication on Universities in Ghana Libraries, Websites " The Electronic Libarary, Vol. 33 No. 4, (2015)
4. Gulerman, Necmiye Irem, and Fahri Apaydin. "Effectiveness of digital public relations tools on various customer segments." *Journal of Management Marketing and Logistics* 4.3 (2017)
5. Jason Antwuan. Beverly," Public Relations Models and Dialogic Communication in the Twiterte: An An Analysis of How Colleges and Universities are Engaging Their Publics through Twitter", PHD, University of Southern Missipi: Grauate School, (2013)
6. M. Kent. of m. taylor "Building dialogic relationships through the word wide" public Relations Review , vol. 24 , 9503 , (1998)
7. sheila M. McAllister. spooner , Michal , L. Kent, "Dialogic Public Relations and Resource Dependency": New Jersey community colleges as Models For web site Effectiveness, Atlantic ,Journal of communication, vol 17, no4 , (2009)