

دور إدارة العلاقات العامة بجامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات

فرحان العليمات¹، اسيل معاينة²

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف دور إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات من وجهة نظر طلبة قسم العلاقات العامة في جامعة اليرموك، وذلك بإجراء دراسة وصفية باستخدام منهج المسح لعينة قصدية قوامها (321) طالباً وطالبة من طلبة قسم العلاقات العامة في جامعة اليرموك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أنّ أهم أدوار إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك للحد من الإشاعات عند الأزمات يتمثل باعتماد إدارة العلاقات العامة على وسائل الإعلام المختلفة لإيصال الحقائق عن الأزمة لمنع حدوث الإشاعة.
- أنّ الرسائل الإلكترونية هي أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للحد من الإشاعة.
- أنّ أهم أساليب إدارة العلاقات العامة للحد من الإشاعة عند الأزمات تتمثل في استخدام الأساليب المختلفة لزيادة الجانب التوعوي عند الجمهور الداخلي والخارجي.
- إنّ أهم المعوقات التي تواجه إدارات العلاقات العامة بشكل عام تتمثل بعدم تجاوب الإدارة العليا مع تلك الإدارات.
- إنّ أهم عوامل انتشار الإشاعة وتداولها يتمثل بعدم اكتراث المتلقي بالحقائق أو بعدم بحثه عنها.
- لا توجد فروق إحصائية ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات طلبة قسم العلاقات العامة / كلية الإعلام في جامعة اليرموك نحو دور إدارة العلاقات العامة في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات تبعاً لمتغير النوع الجنس، العمر، السنة الدراسية.

الكلمات الدالة: العلاقات العامة، الإشاعة، الأزمات، جامعة اليرموك.

المقدمة

"تمت العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي سريعاً في الخمسين عاماً الماضية، وذلك نتيجة حتمية للتطورات الحاصلة في المجتمع الحديث والقوة المتزايدة للرأي العام، وأصبحت العلاقات بين الأفراد في المنظمة وبين المنظمة وجمهورها الخارجي أحد أهم مقومات تطور المنظمة ونموها" (العدوي، 2011).

وفي نظرة إلى تاريخ العلاقات العامة الحديثة، نرى أنّ ظهورها في مطلع القرن العشرين اقترن بوجود أزمات؛ إذ وضع (أيفي لي Ivy Lee) الأسس الحديثة للعلاقات العامة

¹ نائب عميد كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

² باحثة إعلامية.

تاريخ استلام البحث 2021/1/31 وتاريخ قبوله 2021/12/19.

لإدارة الأزمات التي كانت تهدد وجود الشركات في ذلك الوقت، وإنّ العلاقات العامة الحديثة نشأت في الأساس وتطورت أثناء الأزمات عن طريق الاضطرابات والمشكلات الاجتماعية التي يصبح فيه التواصل صعباً، في الوقت الذي يجدر بالمؤسسة أن تشرح وتتواصل مع الجمهور (هنتيمي، 2015).

إنّ العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات جهاز حيوي يقوم بمجموعة من الواجبات والأهداف، وأنشطة منبثقة أساساً من تلك الأهداف، وهي علم ومهنة تتجلى أدوارها في مختلف الظروف، وتزداد تلك الأدوار خاصة في الظروف غير العادية، ويبرز الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في أي منظمة من خلال التصدي للأزمات والمشكلات التي تواجه الإدارة العليا، والتي سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي أو قضية رأي عام،

إشكالية الدراسة:

تعد الإشاعات من أهم مصادر الأزمات، ومن أخطر المواد الاتصالية التي تنتشر وتخترق مجالات الحياة كافة، وتسعى إلى تدمير المجتمع ومكوناته وإحداث الضرر فيه، ومن ضمنها المؤسسات التعليمية التي تُعد أكثر خطراً وتأثيراً في المجتمع بسبب حجم جمهورها الضخم، وارتباطها بالعديد من القطاعات، وبالرغم من الأنوار الكثيرة لجهاز العلاقات العامة في الجامعات إلا أن أهميتها تظهر في الحد من الإشاعات عند الأزمات.

من هنا تكمن مشكلة هذه الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما دور إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات من وجهة نظر طلبة قسم العلاقات العامة /كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

ويتفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما الدور الرئيس لجهاز إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك عند الأزمات؟

- ما الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في جامعة اليرموك في الحد من الإشاعات عند الأزمات؟

- ما هي الأساليب التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة في جامعة اليرموك في مواجهة الإشاعات عند الأزمات؟

- ما أهم المعوقات التي تواجهها إدارات العلاقات العامة بشكل عام للحد من الإشاعات عند الأزمات من وجهة نظر طلبة قسم العلاقات العامة /كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

- ما عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات من وجهة نظر عينة الدراسة؟

فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات طلبة قسم العلاقات العامة في جامعة اليرموك نحو دور إدارة العلاقات العامة عند الأزمات تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي والسنة الدراسية والعمر.

أهداف الدراسة:

- تعرّف الدور الرئيس لجهاز إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك عند الأزمات.

وهذا من شأنه أن يحدد قدرتها على الاستمرار أو البقاء. إنّ الإشاعات تشكل مصدراً رئيساً للأزمات التي تواجه المؤسسات، وهي سلاح خطير يحدث آثاراً سلبية في قناعات الأفراد والمجتمعات، ويؤثر في سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية لدى الجماهير، وتعد الجامعات من أكثر المؤسسات حاجة إلى تطوير إدارات العلاقات العامة فيها؛ وذلك لتنوع فئات الجمهور المتعامل معها من طلبة وأعضاء في الهيئتين التدريسية والإدارية، وهي من المؤسسات الضخمة سواء في جمهورها الداخلي أو الخارجي.

في ظل الانفتاح والتطور الهائل في عالم الاتصال والإعلام، وظهور منصات التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها، وبما وفرت من حرية استخدام للمستخدمين وشيوع وانتشار، وغياب ملموس للمهنية وأخلاقيات الاستخدام الاتصالي تبرز الإشاعات، وتتمدد كنافذة اتصالية قادرة على إحداث التأثير في المتلقين؛ خاصة في ظل تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية وعدم قدرتها على مجاراة منصات مواقع التواصل الاجتماعي، وتحول الجمهور عنها لصالح تلك المنصات، وتجد الإشاعات طريقها عند الأزمات والكوارث والظروف المضطربة وغير المستقرة، يرافقها تأخر المعلومة الصحيحة أو غيابها عن فحوى الإشاعة.

إنّ إخبار جمهور المؤسسة المعني في الأزمة لهُو من الأهمية بمكان؛ فهو يشرح موقف المؤسسة ويبين حجمها وطرق معالجتها وآثارها، ويفعل التغذية الراجعة من الجمهور، ويعمّق أسلوب الاتصال باتجاهين ويضع حداً لانتشار الإشاعات، ويتم ذلك من خلال الحملات الإعلامية المرتبطة بالأزمة وإدارتها، فالهدف الأساسي للعلاقات العامة في الأزمات هو الحفاظ على سمعة المؤسسة وعلاقتها بجمهورها.

وفي ظل محدودية الدراسات السابقة التي تعنى بدوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية وخاصة وقت الأزمات، وبما تشكل تلك الجامعات من قطاعات حيوية لها جمهورها العريض، يبرز الدور المأمول للعلاقات العامة في الجامعات الأردنية، خاصة أنّ قطاع التعليم العالي متقل بالأزمات وذلك لتعدد المرجعيات والتشريعات والقرارات التي تنظم سير العملية التعليمية في الأردن، مما ولد الكثير من الأزمات التي أصبحت بيئة جاذبة للإشاعات.

الجمهور الداخلي والخارجي، والحد من الإشاعة والتصدي لها خاصة وقت الأزمات.

الحد: المنع والفصل بين الشئيين الذي يمنع اختلاط أحدهما بالآخر، أو لئلا يتعدى أحدهما على الآخر. وحد كل شيء منتهاه لأنه يردده ويمنعه من التماهي (ابن منظور، 1290). أما الحد (إجرائياً) فيعرف بأنه: منع انتشار الإشاعة عند الأزمات من قبل ممارسي العلاقات العامة في جامعة اليرموك.

الإشاعة: النبا الكاذب الذي يكون مصدره مجهولاً، وهي سريعة الانتشار ذات طابع استفزازي أو هادئ حسب طبيعة ذلك النبا (الجويلي، 2014). أما الإشاعة (إجرائياً): فهي أخبار أو معلومات يتم تناقلها لا أساس لها من الصحة وتنتشر عند الأزمات في جامعة اليرموك.

- **الأزمة:** تهديد أو حدث كبير وخطير، أو سلسلة من الأحداث، يقل احتمال وقوعه أو يتم توقع حدوثه في وقت متأخر، يحمل تهديداً يؤثر أو يمكن أن يؤثر سلباً في منظمة واحدة أو سلسلة من المنظمات في قطاع معين في الحاضر والمستقبل. ويشمل التأثير في المنتجات، والخدمات، والعملاء، والسمعة. ويخلق الحاجة الفعلية المتصورة لاتخاذ قرارات سريعة، تتطلب إحداث تغييرات في الوقت الحالي (الفقيه، 2012). أما الأزمة إجرائياً: فهي أي مشكلة أو حدث من شأنه أن يؤثر في سمعة جامعة اليرموك وصورتها، وتقوم دائرة العلاقات العامة بالتعاون مع الإدارة العليا باتخاذ السبل كافة للسيطرة عليها واحتوائها.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1- أجرى أبو عباة (2020) دراسة بعنوان: "دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة" إذ هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وتدرج

- تعرّف الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في جامعة اليرموك في الحد من الإشاعات عند الأزمات.
- تعرّف الأساليب المستخدمة للعلاقات العامة في جامعة اليرموك في مواجهة الإشاعات عند الأزمات.
- تعرّف المعوقات التي تواجهها إدارات العلاقات العامة بشكل عام للحد من الإشاعات عند الأزمات من وجهة نظر طلبة قسم العلاقات العامة / كلية الإعلام في جامعة اليرموك.
- تعرّف عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات من وجهة نظر عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

- تبرز أهمية الدراسة من أهمية العلاقات العامة في أي منظمة، وتسليط الضوء على الدور المهم والمفترض للعلاقات العامة في جامعة اليرموك.
- التوصل إلى نتائج وتوصيات علمية تساعد ممارسي العلاقات العامة في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات.
- محدودية الدراسات والأبحاث المتعلقة بدور العلاقات العامة في القطاع التعليمي الجامعي في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات.
- إغناء المكتبة العلمية بمادة نظرية حول العلاقات العامة والحد من الإشاعة عند الأزمات.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

الدور: مجموعة التوقعات التي يطلبها الآخرون كالمشرفين والزملاء المرؤوسين من الفرد (هيك، 2006). أما (إجرائياً) فهو: الجهود التي يقوم بها ممارسو دائرة العلاقات العامة في جامعة اليرموك للحد من نشر الإشاعة عند الأزمات.

العلاقات العامة: وظيفة إدارية اتصالية مستمرة تعتمد على التخطيط وتعمل بين طرفين هما المنظمة و جماهيرها عن طريق الاستخدام الملائم للاتصال ووسائل الإعلام بهدف تحقيق أهداف الطرفين بكفاءة وفاعلية (شعبان، 2008). وتعرف (إجرائياً) في هذه الدراسة بأنها: الوظيفة الإدارية والاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في جامعة اليرموك لتحقيق أهداف الجامعة وتحسين صورتها الذهنية عند

بدرجة مرتفعة على المعلومات التي تقدمها أجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية عبر موقعها الرسمي، وأن شبكات التواصل الاجتماعي والصور الإيضاحية والرسائل عبر البريد الإلكتروني من أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً من قبل أجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من أجل التوعية الصحية للطلبة فيها، وأن هناك العديد من الدوافع والأسباب التي تجعل طلبة الجامعات الأردنية يعتمدون على البرامج التي تنظمها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية.

4- وأجرى موسى وصالح (2020) دراسة بعنوان: دور وسائل الإعلام الجديدة في ترويج الشائعات بين الشباب الجامعي، هدفت الدراسة إلى تعرف دور الإعلام الجديد في بث الشائعات وانتشارها، والعوامل التي تقف خلف ظهور الإعلام الجديد لترويج الشائعات. وقامت الدراسة على المنهج الوصفي؛ فأجرت استبانة قوامها (100) مفردة، وتوصلت إلى نتائج منها: أن أغلب عينة الدراسة لا يستطيعون التفريق بين الخبر الصحيح والكاذب، وأن هناك نسبة ليست بالقليلة تعمل على نشر الأخبار والمعلومات ومقاطع الفيديو دون التحقق منها.

5- وأجرى النصار (2020) دراسة بعنوان: دور الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات في الجامعات الأردنية في توعية الشباب من الشائعات: دراسة ميدانية، هدفت إلى تعرف دور الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في توعية الشباب من الشائعات، وقامت الدراسة على المنهج المسحي في إطار الدراسات الوصفية على عينة عشوائية منتظمة قوامها (500) طالباً وطالبة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن الحملات الإعلامية تركز على الشائعات وكيفية التصدي لها بنسبة مئوية بلغت 40.5، وأن طلبة الجامعات الأردنية يولون الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة درجة اهتمام كبيرة خاصة في الأحداث المهمة، وأن أسباب ودوافع اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة في التوعية من الشائعات هو الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية عن الشائعات وأساليبها المختلفة، وأن الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة أسهمت في رفع معرفة الشباب بالشائعات ووعيهم بها.

6- أما الخثلان (2018) فقام بدراسة بعنوان: "جهود إدارة

هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والتطبيقي، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود، وبلغت العينة (422) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وتتعدد الوسائل الإعلامية وتعدد استعمالها في أثناء فترة الجائحة مما يدل على امتلاك ممارسي العلاقات العامة في الوزارة المهارات الاتصالية التي يستطيعون بواسطتها التأثير في الجمهور.

2- وقام بن سالم (2020) بدراسة بعنوان: التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا خلال الفترة 2019-2020، هدفت الدراسة إلى التوعية بالشائعات وتأثيرها في الفرد والمجتمع، وأثرها النفسي في الطالب في ظل أزمة كورونا، وجاءت الدراسة في نطاق الدراسات الوصفية من خلال استبانة قوامها (100) طالب وخلصت إلى نتائج من أهمها: أن أفراد العينة يؤكدون ضرورة زيادة وعي الجمهور وبناءه ثقافياً، وتبين أن المبحوثين يقرون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا بنسبة 100%، وأن استغراق مدة طويلة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا، وأن 48% من المبحوثين يقترحون إعادة نشر الأخبار التي يتلقونها على مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا دون التأكد من مصدرها.

3- وقامت عاشور (2020) بدراسة بعنوان: دور برامج العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة دراسة ميدانية، هدفت إلى تعرف دور أجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في مجال التوعية الصحية لدى الطلبة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال عينة من طلبة الجامعات الأردنية وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن برامج العلاقات العامة في الجامعات الأردنية أسهمت في تعديل سلوكيات الطلاب وممارساتهم الصحية، وأن طلبة الجامعات يعتمدون

الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، وتبين كذلك أنّ درجة ثقة المعلمين في محافظة الكرك بالمعلومات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة تقدير متوسطة، وكشفت النتائج أنّ من أسباب انتشار الإشاعة نقص الرقابة على المعلومات التي يتم نشرها، وسهولة النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسهولة إنشاء مواقع غير حقيقية على منصات التواصل الاجتماعي.

9- وأجرت عميري (2017) دراسة بعنوان: "دور القائم بالعلاقات العامة في إدارة أزمة الإفلاس بمؤسسة التفصيل الجديدة بسعيدة دراسة حالة"، هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف الدور الاتصالي الذي يقوم به القائم بالعلاقات العامة في التعامل وإدارة الأزمات، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، وتكوّن مجتمع الدراسة من العاملين بمؤسسة التفصيل الجديدة بسعيدة، وبلغت العينة (120) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: تعمل إدارة العلاقات العامة على تحسين سمعة المؤسسة وكسب تأييد الجمهور، وأنّ الأزمات تتسم بالفجأة والتهديد، ويمكن للقائم بالعلاقات العامة إدارتها بسهولة في حال اتبعت الخطط الخاصة بالتعامل معها. للقائم بالعلاقات العامة اتصالية كثيرة عبر مراحل الأزمة.

10- وأجرى اكحيل (2015) دراسة بعنوان "الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، وهدفت الدراسة إلى تعرّف الشائعات ومدى تأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. واعتمد الباحث المنهج الوصفي، ومثّل مجتمع الدراسة عيّنة عشوائية من الصحفيين الأردنيين بلغت (315)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية، ووجود تأثير دال إحصائياً في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة تعاملهم مع الشائعات في

العلاقات العامة في مواجهة الأزمات"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى رصد مدى رضا جمهور العلاقات العامة للمرور بالرياض عن جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات. وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّن مجتمع الدراسة من المراجعين المستفيدين من خدمات إدارة العلاقات العامة للمرور في منطقة الرياض، واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: تسعى إدارة العلاقات العامة بمرور الرياض إلى نيل رضا جمهورها المستفيد من خلال ما تقدمه من معلومات وبيانات وبطريقة أسرع لتوفر الجهد والوقت للمستفيدين من خدماتها.

7- في حين قامت اللقمان (2018) بدراسة بعنوان: "أساليب استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية وقت الأزمات"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف استخدامات العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية وقت الأزمات بالمؤسسات الخاصة، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الميداني، وتكوّن مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة، وبلغت العينة (96) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت إلى عدة نتائج كان من أبرزها: اتفقت الغالبية من ممارسي العلاقات العامة على أنّ معدل استخدام المؤسسة لوسائل الإعلام الإلكترونية جاء بشكل وقتي؛ أي في "فترة الأزمات والأنشطة المتعلقة بظروف خاصة، تلاها بشكل دائم ثم بشكل نادر".

8- وقامت الهواري (2018) بدراسة معنونة ب: أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، هدفت الدراسة إلى تعرّف أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، وتم تصميم استبانة وزعت على عينة من المعلمين قوامها 276 معلماً ومعلمة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإشاعة عبر مواقع التواصل

نشر الأخبار.

11- أما دراسة بعلول، وعشيش (2015) فهدفت إلى تعرّف "دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات: دراسة ميدانية بمديرية التربية والتعليم" ومعرفة دور العلاقات العامة في مديرية التربية والتعليم في التعامل مع الأزمات. وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بالعينة، وتكوّن مجتمع الدراسة من الجمهور الداخلي لمديرية التربية والتعليم، وبلغت العينة ٥٠ مفردة، واستخدمت الدراسة الملاحظة والاستبانة بوصفها أدوات لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أن العلاقات العامة لها مكانة مهمة في مديرية التربية والتعليم رغم أنها غير مجسدة بوصفها جهازاً في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وأن ظروف العمل هي أكثر الأسباب التي تؤدي إلى حدوث أزمات بالمؤسسة.

12- وهدفت دراسة الدسوقي (2012) المعنونة ب: "دور إدارات العلاقات العامة في مواجهة الإشاعات: دراسة تحليلية وميدانية لعينة من القطاعات المصرية"، إلى تعرّف طبيعة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في مواجهة الشائعات وتعرّف الاستراتيجيات والخطط التي تضعها العلاقات العامة لمواجهة الشائعات، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين بمختلف إدارات العلاقات العامة في عينة من القطاعات المصرية (الحكومية، الخاصة، الأعمال، والمتعددة الجنسيات)، وبلغت العينة (270) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستقصاء وتحليل المضمون بوصفهما أدوات لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أهمية سرعة الرد على الإشاعات، وأهمية توفير المعلومات للقضاء على الإشاعات، وأهمية التعامل مع الوسائل الجماهيرية في المقام الأول وبخاصة الصحف، ثم الوسائل الإلكترونية في أثناء ظهور الشائعات.

13- أما المطيري (2015) فقد أجرى دراسة بعنوان: "مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض"، هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف أسباب ظهور الشائعات في بيئة عمل المؤسسات الحكومية،

وتحديد أنواعها، ومصادرها، ودور ممارسي العلاقات العامة في مواجهة تأثيراتها السلبية في صورة مؤسساتهم وسمعتهم. وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وتم اعتماد المنهج الوصفي فيها، وتكوّن مجتمع الدراسة من العاملين بإدارات العلاقات العامة في المؤسسات العسكرية والمؤسسات العامة والمصالح الحكومية والشركات الخاصة، وبلغت العينة (64) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أن المؤسسات العامة والخاصة في المجتمع السعودي تواجه مجموعة من الشائعات التي تركز على التصارع بين إدارات المؤسسة، والفساد الإداري، وأن طبيعة الشائعات التي تواجه المؤسسات العامة والخاصة في السعودية تركز على أحداث تسيء لسمعة المؤسسة، وعلى انتقادات الجمهور الخارجي، وعلى الخدمات، والمنتجات التي تقدمها المؤسسة، وسوء الأداء الإداري، وتغيير القيادات الإدارية.

14- وجاءت دراسة عمري (2011) لتكشف عن: "الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات" وتعرّف الدور الذي الذي تؤديه العلاقات العامة في إدارة الأزمات وتسييرها بمديرية الأرصاد الجوية في قسنطينة، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكوّن مجتمع الدراسة من الممارسين في قطاعات الاتصال والعلاقات العامة، وبلغت العينة (48) مفردة، واستخدمت الدراسة المقابلة والاستبانة والوثائق والسجلات والتقارير الرسمية للمؤسسة الصادرة بوصفها أدوات لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أن تصورات مستخدمي المؤسسة لدور العلاقات العامة في أثناء الأزمة لا تتطابق مع النماذج التي تطرقت إليها في الجانب النظري.

الدراسات الأجنبية:

1- وأجرى كرار والعبدي (2020) دراسة بعنوان تأثير الشائعات التنظيمية على كرامة الموظف: دراسة تطبيقية في جامعه الكوفة. وهدفت الدراسة إلى تعرّف الشائعات التنظيمية وما لها من أبعاد في الحصول على المعلومات عن التنشئة الاجتماعية، واستخدمت المنهج الوصفي من خلال أدوات

التواصل خلال الكوارث بهدف تعرّف أزمة الاتصال في أثناء الكوارث وكيفية الاستجابة للإشاعة في أثناءها. وقامت الدراسة على منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها: أنّ 86% استجابوا للإشاعة بإعادة نشرها، وأنّ 9% بحثوا عن تأكيدها أو نفيها، و10% لديهم شك بصحة المعلومات التي تضمنتها الإشاعة، و10% حذفوا التغريدة ولم يعيدوا نشرها، و78% استقبلوا الإشاعة دون إعادة نشرها.

5- وقامت سحر بدراسة باللغة الإنجليزية بعنوان: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات مع مؤسسة الرياضة للأطراف: دراسة ميدانية (2017) Sahar Oumertem, **The Role of Public Relations in Crisis Management with Relevant Parties Sports Foundation: Field Study**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى وعي المؤسسات والنوادي الرياضية الجزائرية بأهمية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات مع الأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة الرياضية والحفاظ على صورتها الإيجابية في أذهان الجماهير. تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكوّن مجتمع الدراسة من ضباط الارتباط في فريق وفاق سطيف، واستخدمت الدراسة المقابلة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: تعرض النادي للعديد من الأزمات سواء داخلياً مع العمال واللاعبين أو في الخارج، وتختص إدارة العلاقات العامة بتقديم الحلول للأزمات التي يتواجد بها النادي، وتهتم إدارة العلاقات العامة بالعلاقة مع الصحافة وخاصة أثناء الأزمات.

6- وأجرى نايلر Naylor، 2017 دراسة في أمريكا بعنوان **الحقيقة والإشاعة على تويتر: التوزيع الزمني المكاني للموقع الجغرافي للتغريدة**، هدفت إلى تعرّف الفروق الفردية بين تغريدات الإشاعة وتغريدات الحقيقة وكيفية انتشارها مكانياً مع مرور الوقت، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة للتغريدات وتوصلت إلى أن هدف المعلومة لا يغير من انتشار الشائعات زمانياً ومكانياً على تويتر، ويمكن أن تنتشر على نطاق عالٍ، وأن الإشاعة تنبثق عن المعلومة الحقيقية مع مرور الوقت وانتقالها من مكان إلى آخر.

7- وجاءت دراسة Ghassabi بعنوان: "دور الإعلام

الاستبانة على عينة قوامها 350 مفردة وتوصلت لنتائج منها: يوجد علاقة تفاعلية بين الشائعات وكرامة الموظف في الجامعة.

2- وقام Putri 2018 بدراسة **معنونة ب: دور العلاقات العامة كوظيفة إدارية في التعليم العالي**؛ هدفت الدراسة إلى تعرّف دور العلاقات العامة ومكانتها في إدارة مؤسسات التعليم العالي، وقامت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال المقابلات المعمقة على عينات شملت العاملين في العلاقات العامة في جامعة ماهيدارته، وخلصت إلى نتائج من أهمها: أن العاملين في العلاقات العامة في الجامعات ليس لديهم الفهم نفسه حول دور مسؤول العلاقات العامة أو العاملين فيها، وأنهم لا يقومون بأدوارهم كما يجب أن تكون، وأن الكثير من العاملين يعدّون العلاقات العامة وظيفة تسويقية.

3- وقامت ليلى الصقر بدراسة باللغة الإنجليزية **معنونة ب: "دور العلاقات العامة في تخطيط إدارة الأزمات في المنظمات البحرينية"** Layla Alsaqer (2018) **"The Role of Public Relations in Crisis Management Planning in Bahrain Organaizations"**

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم بيانات نوعية أصلية حول دور العلاقات العامة في تخطيط اتصالات الأزمات في المنظمات البحرينية؛ تكوّن مجتمع الدراسة من مدراء العلاقات العامة في مجال استشارات العلاقات العامة الحكومية والخاصة في البحرين، وبلغت العينة (19) مفردة، واستخدمت المقابلة أداة لجمع البيانات من العينة، وتوصلت إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أن العلاقات العامة في المنظمات البحرينية يجب أن تطور تخطيط اتصالات على مستوى القضية من أجل تطوير الإدارة الاستراتيجية، وهذا يتطلب تطوير ثقافة مؤسسية داعمة تبدأ من فهم الإدارة العليا للدور الاستراتيجي للعلاقات العامة من خلال تفعيل دور البحث في العلاقات العامة لتطوير وظيفتها في صنع القرار. وهذا يؤكد أهمية كل من التدريب والتعليم لتحسين دور العلاقات العامة في التخطيط الاستباقي للاتصالات.

4- وقام تشوانغ Zhuang، 2018، بدراسة في أمريكا بعنوان **"أزمة الاتصال والتعامل مع الإشاعة باستخدام وسائل**

دور برامج العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة، ودراسة (النصار، 2020) التي هدفت إلى تعرّف دور الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في توعية الشباب الجامعي من الشائعات، وهي بذلك تضيء بعداً مهماً يتناول الأزمات والإشاعات بوصفها من أهم مصادر الأزمات. ومما يبرز تميزها أيضاً أنها دمجت دور إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك للحد من الإشاعات، مع معرفة طلبة قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام لأدوار تلك الدائرة وتقييمها، وهم الطلبة الدارسون لمساقات عدة في العلاقات العامة مثل الأزمات، والإشاعات، والحملات الإعلامية والإعلانية.

أوجه الاتفاق:

اتفقت الدراسة الحالية مع عدد من أهداف الدراسات السابقة التي سعت إلى الكشف عن الدور الاتصالي للعلاقات العامة في المنظمات في مواجهة الأزمات. واتفقت أيضاً مع الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن البحوث الوصفية واتباعها المنهج المسحي، وكذلك مع غالبية الدراسات السابقة باستخدام الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من العينة.

أوجه الاستفادة: استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في البناء النظري والمنهجي، والمقارنة معها، والبناء عليها ومعرفة مدى الاختلاف والاتفاق في النتائج التي تم التوصل إليها.

النموذج المفسر للدراسة: تستخدم العلاقات العامة نماذج اتصالية متعددة في تعاملها مع الأزمات؛ حيث تختار من هذه النماذج ما يناسب الظروف الذي تمر به المؤسسة، ولكل نموذج مجموعة من الأساليب الخاصة به إذا ما تم استخدامها بطريقة علمية خرجت المؤسسة من الأزمة بأقل الأضرار (مانع، 2013).

يعد جيمس جرونج أكثر الباحثين في العلاقات العامة الذين عرفوا العلاقات العامة في ضوء سلوك المنظمة، واقترح جرونج وهانت "Gruing & Hunt" مفهوماً نظرياً لكيفية ممارسة العلاقات العامة على مستوى المنظمة، وهذا المفهوم يقوم على

في إدارة الأزمات: دراسة حالة زلزال أذربيجان"
Fateme, Firoozeh Zare- Ghassabi,
Farashbandi (2015)

"The Role of Media in Crisis Management: A Case Study of Azerbaijan Earthquake

وهدف هذه الدراسة إلى تقييم دور وسائل الإعلام في إعلام الناس عن حالة الأزمات الناجمة عن زلزال أذربيجان بناءً على رأي طلاب الجامعات، وهي "دراسة تطبيقية" استخدمت منهج المسح، وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع طلاب جامعة العلامة طباطبائي في مدينة طهران، وبلغت العينة (350) مفردة، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً وإيجابياً في تغطية هذا الحادث مما دفع السكان إلى إرسال مساعدات إنسانية إلى مناطق الكوارث. كما يميل معظم المستجيبين إلى متابعة أخبار الحادث حتى تعود الأخبار القادمة من مناطق الكوارث إلى طبيعتها.

التعليق على الدراسات السابقة:

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

اختلفت معظم الدراسات السابقة في مجال موضوع هذا البحث؛ إذ سعت إلى تبيان دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات خاصة في الوزارات والمؤسسات الخدمية كالصحة والتعليم. إلا أن الدراسة الحالية تميزت بأنها تناولت دور العلاقات العامة بجامعة اليرموك في الحد من الإشاعة وقت الأزمات، وهي بذلك تشابهت من حيث الموضوع مع عدة دراسات هي: دراسة (المطيري، 2015) التي بحثت في تأثير الإشاعات في برامج العلاقات العامة الاتصالية في مدينة الرياض، ودراسة (الدسوقي، 2012) التي تناولت دور إدارات العلاقات العامة في مواجهة الإشاعات في القطاعات المصرية، وتتميز هذه الدراسة، في حدود علم الباحثين، بأنها من الدراسات القليلة في الأردن التي تتناول دور العلاقات العامة في جامعة حكومية للحد من الإشاعات وقت الأزمات، ودراسة (بن سالم، 2020) التي هدفت إلى تعرّف التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا. ودراسة (عاشور، 2020) التي هدفت إلى تعرّف

النموذج الاتصال الإقناعي؛ لأنه يوظف نماذج العلوم الاجتماعية لزيادة قدرة الرسالة الإقناعية، ويسعى العاملون من خلال هذا النموذج إلى تعرّف اتجاهات الجماهير من خلال استطلاعات الرأي والمقابلات، ومناقشة الجماعات المركزة؛ وذلك من أجل تصميم برامج علاقات عامة تحظى بدعم جماهير المؤسسة، والواقع أنّ هدف المنظمة من خلال هذا الأسلوب الاتصالي هو إقناع الجماهير بسياسات المنظمة، وجعلها تتكيف مع هذه السياسات، ويكون الهدف الرئيس هنا هو تغيير اتجاهات الجماهير على المدى القصير، لذلك يطبق هذا النموذج في الشركات التجارية (المشاقبة، 2014).

د- النموذج المتوازن :

يركز هذا النموذج على بناء علاقات استراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين متوازيين بدلاً من الاعتماد على الإقناع في اتجاه واحد، فالعلاقات العامة تهتم بإقناع الجمهور والتأثير فيه، وللجمهور قوة تأثير توازي قوة تأثير المنظمة، فيؤثر في إدارة المنظمة لتعديل سياساتها وقراراتها وخططها تلبية لرغباته واتجاهاته، ويستخدم هذا النموذج البحث التكويني والبحث التقييمي؛ إذ يستخدم البحث التكويني لمعرفة مفهوم المنظمة لدى الجمهور، وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا فيما يتعلق بردود فعل الجمهور على سياسات المنظمة، و اقتراح تغيير أو تعديل هذه السياسات لتكون أكثر فائدة للجمهور، ويستخدم كذلك لمعرفة مدى تفهم الجمهور للمنظمة ومدى تفهم المنظمة للجمهور. أما البحث التقييمي فيستخدم لمعرفة مستوى التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها نتيجة لجهود العلاقات العامة (العدوي، 2011). وقد تم توظيف استراتيجية النموذج المتوازن في هذه الدراسة؛ إذ إنه، وفي ظل التطور الكبير في وسائل الاتصال، فإن هذه الاستراتيجية هي المثلى؛ ذلك أن جمهور جامعة اليرموك يعتبر جمهوراً نوعياً، سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي، وهذا يتطلب أن يكون الفهم متبادلاً والاتصال ثنائي الاتجاه، وأن تقوم العلاقات العامة في الجامعة بدور الوسيط ما بين الإدارة والجمهور.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية "وهي من البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً،

الربط بين متغيرين هما: اتجاه الاتصال (اتجاه واحد - اتجاهين)، تأثير الاتصال (متناسق - غير متناسق)، (العدوي، 2011). وتقسم نماذج جرونج وهانت إلى أربع استراتيجيات لفهم دور ممارس العلاقات العامة في المنظمات المختلفة وهي:

أ- نموذج الوكالة الصحفية:

يمثل هذا النموذج أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة، وهو الاتصال الهابط، فالمعلومات وفق هذا النموذج تنساب في اتجاه واحد من الإدارة العليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية، ويعتمد العاملون في العلاقات العامة على النشر بوصفه نشاطاً اتصالياً في توصيل رسائلهم إلى الجمهور، ويتجاهلون رد فعل الجمهور، ووفق هذا النموذج تتم ممارسة العلاقات العامة بهدف تحقيق شهرة ودعاية المنظمة التي تمثلها بجميع الطرق الممكنة، وغالباً ما تكون المعلومات المقدمة للجمهور غير كافية أو تكون معتمدة على بعض الحقائق المضللة لخداع الجمهور، كما أنها تستخدم الاتصال أحادي الاتجاه من المنظمة إلى الجمهور، ولا تستخدم المنهج العلمي، وإذا استخدمته فستستخدم أشكاله الأولية مثل القيام بعدم الحضور في أي نشاط تقوم به (المشاقبة، 2014).

ب- نموذج الإعلام العام:

يعتمد هذا النموذج على عملية تقديم المعلومات للجمهور، ولكن ليس بغرض الترويج لسلعة أو خدمة، وهذا ما يجعله مختلفاً عن النموذج السابق، ولكن يظل الاتصال في هذا الجانب في اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور، ووفقاً لهذا النموذج تكون العلاقات العامة مكتباً للاستعلامات، ولعل هذا النموذج يكون عملياً في المؤسسات الحكومية والوزارات والمؤسسات التعليمية وغير الهادفة للربح، ويسعى العاملون في العلاقات العامة إلى توفير وتقديم المعلومات للجماهير المختلفة، وكلما ازدادت حاجة الجماهير للمعلومات ازداد نشاط العاملين في توفيرها (العدوي، 2011).

ج- النموذج غير المتوازن:

في هذا النموذج يكون الاتصال وفق هذا النموذج في اتجاهين من المنظمة إلى الجمهور وبالعكس، وينحصر الهدف الأساسي للعلاقات العامة في الإقناع المخطط والمبني على أسس علمية، وذلك لإقناع الجماهير المعنية بنشاط المنظمة، وتحويل هذا الإقناع إلى سلوك مؤيد للمنظمة، ويطلق على هذا

البحث وأسئلته، وتضمنت الاستبانة خمسة محاور رئيسة جاءت في ثلاثين فقرة، بالإضافة إلى البيانات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وقد قام الباحثان بتصميم الاستبانة وتطويرها بعد الاستعانة بالإطار النظري للدراسات السابقة بحيث تجيب عن أسئلة الدراسة وفرضياتها ومتغيراتها.

اختبار الصدق والثبات:

الصدق:

ويُقصد به اختبار قدرة الأداة على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث نضمن عدم التحيز أو الخطأ في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر في صلاحية الأدوات المستخدمة في الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها. ولتحقيق ذلك قام الباحثان باختبار الصدق الظاهري وتعرف الأسئلة المرتبطة بعضها ببعض؛ وذلك للتأكد من اتساق إجاباتها حتى تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها. ومن ثم تم عرض الاستبانة على هيئة خبراء متخصصين ومحكمين من أصحاب الخبرات العلمية والعملية من أساتذة كلية الإعلام/ جامعة اليرموك وعددهم (3) وهم: د. خلف الحماد، ود. علي الحديد، ود. غالب شطناوي، وجميعهم أساتذة في قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام، ومن المتخصصين في الإشاعة والأزمات، وتفضلوا مشكورين بتوجيهاتهم وملاحظاتهم، وتم تصحيح الاستبانة في ضوءها، وبالتالي اعتبرت الاستبانة مستوفية لشروط المصادقية.

الثبات:

للتأكد من ثبات الأداة فقد تم اعتماد طريقة إعادة الاختبار على عينة مكونة من 25 مفردة من خارج عينة الدراسة مرتين بفارق زمني مدته أسبوعان، وحساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين على محاور الدراسة والأداة ككل لمعرفة معامل الاستقرار بين التطبيقين، ودلت النتائج على وجود علاقة ارتباط مرتفعة، وتم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا على جميع فقرات محاور الدراسة والأداة ككل لمعرفة الاتساق الداخلي للفقرات، وتم احتساب معامل الارتباط كرونباخ ألفا الكلي؛ إذ بلغت قيمته 88%. وبلغت أدنى قيمة 84,0 وأعلى قيمة 92,0 وهذا يعدّ ثباتاً مقبولاً، وبالتالي تُعدّ أداة الدراسة مستوفية لشروط الصدق والثبات.

والجدول الآتي يوضح معاملات الثبات لمحاور الدراسة.

وتحديد خصائصها تحديداً كفيماً أو كمياً، وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها " (إبراهيم، 2000).

المنهج:

قامت هذه الدراسة على المنهج المسحي لتقديم إطار نظري عن مواضيع الشائعات والأزمات، ودور ممارسي العلاقات العامة، ويعتبر المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين. بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشاكل هذا المجتمع. (بدر، 1994).

مجتمع الدراسة وعينته: تمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم العلاقات / كلية الإعلام في جامعة اليرموك البالغ عددهم (681) طالباً في الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2021/2020، وتم اختيار عينة قصدية قوامها (321) مفردة من الطلبة الذين تلقوا تدريباً ميدانياً في دائرة العلاقات العامة في جامعة اليرموك، وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً نظراً لظروف جائحة كورونا، وانقطاع الدراسة والتعليم عن بعد. ويأتي اختيار مجتمع الدراسة وعينتها من طلبة قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام / جامعة اليرموك لأنهم من أكثر الفئات قدرة على معرفة وفهم أهداف وواجبات العلاقات العامة؛ ذلك أنها دراستهم وتخصصهم الأكاديمي، وهي دراسة تحتاج إلى إلمام بجميع مهام العلاقات العامة خاصة في مواجهة الأزمات والإشاعات.

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية: أجريت الدراسة في الفصل الثاني من العام الجامعي 2021/2020.

الحدود البشرية: طلبة قسم العلاقات العامة / كلية الإعلام/ في جامعة اليرموك.

الحدود المكانية: جامعة اليرموك إربد - الأردن.

أداة الدراسة:

انطلاقاً من إشكالية البحث وموضوعه تم استخدام استبانة الاستبانة، وجاءت أداة جمع البيانات منسجمة مع إشكالية

جدول معامل الثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور الدراسة

المحور	ثبات كرونباخ ألفا
المحور الأول: الدور الرئيس لدائرة العلاقات العامة في جامعة اليرموك عند نشر الإشاعات.	0.92
المحور الثاني: الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة عند الأزمات للحد من الإشاعات.	0.90
المحور الثالث: أساليب العلاقات العامة المستخدمة في مواجهة الإشاعات عند الأزمات.	0.88
المحور الرابع: أهم المعوقات التي تواجهها إدارات العلاقات العامة بشكل عام للحد من الإشاعات عند الأزمات.	0.86
المحور الخامس: عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات.	0.84
الكلية	0.88

مدى الدور	حدود الفئة
منخفض	من 1.00 - أقل من 1.66
متوسط	من 1.67 - أقل من 2.33
مرتفع	من 2.34 - 3.00

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن قيم ثبات الفقرات تراوحت بين (0.84) حداً أدنى و(0.92) حداً أعلى، فتدلّ المؤشرات على تمتع أداة الدراسة بقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة؛ إذ بلغ مستوى الثبات الكلي (0.88).

تصحيح أداة الدراسة:

تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) ذي التدرج الثلاثي لدرجات الموافقة على النحو الآتي: موافق: (3) درجات، محايد: درجتان، معارض: درجة واحدة، ولتقدير مدى دور إدارة العلاقات العامة بجامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات، تم استخدام التدرج الإحصائي لتوزيع المتوسطات الحسابية لتحديد مدى الدور، وقد تمّ حساب طول الفئة حسب المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد الفئات}} = \frac{3 - 1}{3} = 0.667$$

وبين الجدول أدناه تقسيم مستويات مدى الدور وحدود الفئة لكلّ منها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية لدور إدارة العلاقات العامة بجامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات.

تقسيم مستويات مدى الدور وحدود الفئة لكلّ منها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية لدور دائرة العلاقات العامة بجامعة اليرموك في الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات، وذلك للاستفادة عند التعليق على المتوسطات الحسابية:

أسلوب جمع البيانات:

المصادر الأولية: أفراد العينة المختارة في الدراسة المتمثلة بطلبة قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام /جامعة اليرموك.
المصادر الثانوية: الكتب العلمية والأبحاث المنشورة والمواقع الإلكترونية والدراسات السابقة.
متغيرات الدراسة: المتغير المستقل: دور العلاقات العامة. المتغير التابع: الحد من انتشار الإشاعة عند الأزمات. المتغيرات الوسيطة: وتتمثل في: النوع الاجتماعي: وله فئتان (ذكر، أنثى). العمر: وله ثلاثة مستويات (18-22)، (22-25)، (25 فأكثر). السنة الدراسية: ولها أربعة مستويات (سنة أولى، سنة ثانية، سنة ثالثة، سنة رابعة فأكثر).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد أن أنهى الباحثان عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات الدراسة تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي تم استخراج النتائج الإحصائية، حيث تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي spss، وتم

-اختبار بيرسون واختبار كرونباخ ألفا لقياس ثبات الأداة.
صعوبات الدراسة: تمثلت أهم صعوبات الدراسة بأن أداة
الدراسة (الاستبانة) تم ملؤها إلكترونياً؛ ذلك أن عدداً من عينة
الدراسة لم يستجيب مع تكرار الإرسال والتذكير لعدة مرات.

معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الدراسة
الميدانية وبالتحديد لقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:
-Independent Samples T-test
- تحليل التباين الأحادي (One- Way ANOVA).
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

جدول (1) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	114	35.5
	أنثى	207	64.5
العمر	18-21	192	59.8
	22-25	114	35.5
	25 فأكثر	15	4.7
	أولى	75	23.4
السنة الدراسية	ثانية	86	26.8
	ثالثة	118	36.8
	رابعة فأكثر	42	13.1
المجموع		321	100

أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما الدور الرئيس لجهاز العلاقات العامة في
جامعة اليرموك عند الأزمات؟
قيس محور "الدور الرئيس لجهاز العلاقات العامة في
جامعة اليرموك عند الأزمات" من خلال (7) فقرات؛ وجدول
(3) يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
والأهمية النسبية لفقرات المحور.

يتضح من الجدول رقم (1) أنّ عدد الذكور بلغ (114)
وينسبة 35.5 وأنّ عدد الإناث بلغ (207) وينسبة 64.5
وبالنسبة للفئة العمرية جاءت الفئة العمرية من 18 - 21
بنسبة 59.8 وبعدد (192)، والفئة العمرية من 22-25 بنسبة
35.5، والفئة العمرية 25 فأكثر بعدد (15) وينسبة 4.7
أما السنوات الدراسية، فجاءت السنة الأولى بعدد (75) وينسبة
23.4، والسنة الثانية بعدد (86) وينسبة 26.8، والسنة الثالثة
بعدد (118) بنسبة 36.8، والرابعة بعدد (42) وينسبة 13.1.

جدول (3). المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتقديرات أفراد العينة للدور الرئيس لجهاز العلاقات العامة في جامعة اليرموك عند الأزمات.

الرقم	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
6.	1	تعتمد العلاقات العامة وسائل الإعلام المختلفة لتوصيل الحقائق عن الأزمة لمنع حدوث إشاعات.	2.69	0.46	مرتفع
7.	2	تحرص العلاقات العامة على إصدار القرارات بشأن الأزمات بشكل تشاركي بين جميع العاملين.	2.67	0.47	مرتفع
5.	3	تحدد إدارة العلاقات العامة متحدثاً رسمياً عنها وقت الأزمات.	2.66	0.47	مرتفع
1.	4	تُعد إدارة العلاقات العامة في الجامعة خطة متكاملة لإدارة الأزمات.	2.66	0.48	مرتفع
3.	5	تقوم العلاقات العامة بالتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها.	2.64	0.48	مرتفع
4.	6	تحدد إدارة العلاقات العامة في الجامعة أدوار العاملين للتعامل مع الأزمات قبل وقوعها.	2.63	0.48	مرتفع
2.	7	تحدد إدارة العلاقات العامة في الجامعة تعليمات إدارية واجراءات واضحة للتعامل مع الأزمات.	2.58	0.49	مرتفع
		المحور ككل.	2.64	0.48	مرتفع

يبين جدول (3) أنّ محور "الدور الرئيس لجهاز العلاقات العامة في جامعة اليرموك عند الأزمات" مرتفع الأهمية بمتوسط حسابي (2.64) وانحراف معياري (0.48)، كما أنّ جميع فقرات المحور كانت ذات مستوى أهمية مرتفع. وجاءت الفقرة رقم (6) بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.69)، وقد نصت على "أن العلاقات العامة في جامعة اليرموك تعتمد على مختلف وسائل الإعلام لتوصيل الحقائق للجمهور عند الأزمة لمنع الإشاعات"، وهذا الدور يعتبر أهم أدوار العلاقات العامة؛ ذلك أنّ العلاقات العامة في أي مؤسسة، ومهما امتلكت من وسائل اتصالية أو إعلامية، فإن وسائلها الذاتية تظل عاجزة عن إيصال رسالتها للجماهير العريضة المراد إيصال الرسالة لها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو عباة، 2020) ومع دراسة (عاشور، 2020) ودراسة (الختلان، 2018) ودراسة (بعلول وعشيش، 2015) ودراسة (الدسوقي، 2012) ودراسة (Ghassabi, 2015)، وقد أكدت جميعها الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في التعامل مع

الأزمات، وأنّ لوسائل الإعلام الجماهيرية دوراً كبيراً في مساعدة إدارات العلاقات العامة في تحقيق أهدافها. وتبدو النتائج في هذا السؤال مرتفعة حسب المتوسطات الحسابية؛ ذلك أنّ إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك بذلت جهوداً كبيرة في أثناء أزمة كورونا؛ إذ ألقى على عاتقها التواصل مع مجتمع الجامعة (الطلبة، الأساتذة، الإداريين). ويتمثل النموذج المتوازن من نماذج جرونج وهانت في هذا السؤال؛ إذ يركز هذا النموذج على بناء علاقات استراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين متوازيين بدلاً من الاعتماد على الإقناع في اتجاه واحد، فالعلاقات العامة تهتم بإقناع الجمهور والتأثير فيه، وللجمهور قوة تأثير توازي قوة تأثير المنظمة، فيؤثر في إدارة المنظمة لتعديل سياساتها وقراراتها وخططها لتلبية لرغباته واتجاهاته، ويستخدم هذا النموذج البحث التكويني والبحث التقييمي؛ إذ يستخدم البحث التكويني لمعرفة مفهوم المنظمة لدى الجمهور، وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا فيما يتعلق بردود فعل الجمهور

الجامعة بدور الوسيط ما بين الإدارة والجمهور، ومن مجمل المتوسطات الحسابية لفقرات أعلاه يتضح أن إدارة العلاقات العامة وموظفيها مالت لتطبيق هذا النموذج، الذي يعد أفضل نماذج جرونج وهانت لتواصل المنظمة مع جمهورها.

السؤال الثاني: ما الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة عند الأزمات للحد من الإشاعات؟ قيس محور "الوسائل الاتصالية لجهاز العلاقات العامة عند الأزمات للحد من الإشاعات في جامعة اليرموك" من خلال (6) فقرات، وجدول (4) يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المحور.

على سياسات المنظمة، واقتراح تغيير أو تعديل هذه السياسات لتكون أكثر فائدة للجمهور، ويستخدم كذلك لمعرفة مدى تفهم الجمهور للمنظمة ومدى تفهم المنظمة للجمهور، أما البحث التقييمي فيستخدم لمعرفة مستوى التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها نتيجة لجهود العلاقات العامة (العدوي، 2011). وقد تم توظيف استراتيجية النموذج المتوازن في هذه الدراسة؛ إذ إنه وفي ظل التطور الكبير في وسائل الاتصال، فإن هذه الاستراتيجية هي المثلى؛ ذلك أن جمهور جامعة اليرموك يعتبر جمهوراً نوعياً سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي، وهذا يتطلب أن يكون الفهم متبادلاً والاتصال ثنائي الاتجاه، وأن تقوم العلاقات العامة في

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتقديرات أفراد العينة للوسائل الاتصالية لجهاز العلاقات العامة عند الأزمات للحد من الإشاعات في جامعة اليرموك.

الرقم	الترتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1.	1	الرسائل عبر البريد الإلكتروني	2.75	0.43	مرتفع
6.	2	التصريحات الإعلامية عبر وسائل الإعلام	2.65	0.48	مرتفع
4.	3	مواقع التواصل الاجتماعي	2.63	0.48	مرتفع
5.	4	النشرات والمطبوعات ورقياً، أو إلكترونياً على موقع الجامعة	2.63	0.48	مرتفع
2.	5	إذاعة الجامعة	2.61	0.49	مرتفع
3.	6	المؤتمرات والمحاضرات	2.55	0.50	مرتفع
		المحور ككل	2.64	0.48	مرتفع

هذه النتيجة مع دراسة (عاشور، 2020) التي رأت أن الطلبة يعتمدون وبدرجة مرتفعة على المعلومات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية عبر موقعها الرسمي والبريد الإلكتروني، وتقاربت نتيجة هذا السؤال مع دراسة (الهواري، 2018) التي رأت دوراً للإشاعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يحتم على إدارات العلاقات العامة أن تعي الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن تقوم باستمرار برصد الإشاعات التي لها علاقة بالمؤسسة وتحليلها. السؤال الثالث: ما هي أساليب العلاقات العامة المستخدمة

يبين الجدول (4) أنّ محور "الوسائل الاتصالية لجهاز العلاقات العامة عند الأزمات للحد من الإشاعات في جامعة اليرموك" مرتفع الأهمية النسبية بمتوسط حسابي (2.64) وانحراف معياري (0.48)، كما أنّ جميع فقرات المحور كانت ذات مستوى أهمية مرتفع. ويظهر أن العبارة المتعلقة بالرسائل الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني جاءت أولاً، وقد تفسر هذه النتيجة بأن عينة الدراسة من الجمهور الداخلي للعلاقات العامة في جامعة اليرموك، ويتلقى جميع الطلبة والأساتذة والإداريين رسائل عبر بريدهم الإلكتروني الجامعي، واتفقت

في مواجهة الإشاعات عند الأزمات؟
قيس محور "أساليب مواجهة الإشاعات عند الأزمات" من خلال (5) فقرات، وجدول (5) يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المحور.

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتقديرات أفراد العينة لأساليب مواجهة الإشاعات عند الأزمات لإدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك.

الرقم	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
2	1	استخدام الأساليب المختلفة لزيادة الجانب التوعوي للجمهور الداخلي والخارجي	2.73	0.48	مرتفع
3	2	إهمال الإشاعات وعدم الالتفات لها	2.71	0.45	مرتفع
5	3	اعتماد مصدر رسمي للأخبار	2.65	0.48	مرتفع
4	4	النفي السريع للإشاعة	2.62	0.49	مرتفع
1	5	التأكد من صحة الأخبار قبل بثها	2.57	0.50	مرتفع
		المحور ككل	2.64	0.48	مرتفع

رأت أن الوسائل والأساليب تنوعت وتعددت لمواجهة أزمة كورونا من قبل العلاقات العامة، واتفقت كذلك مع دراسة (النصار، 2020) التي رأت ضرورة تنوع وتعدد الوسائل والأساليب لمواجهة الشائعات؛ خاصة في مجتمعات الطلبة؛ إذ تبين أنها تسهم في رفع وعيهم بالشائعات، وتقاطعت هذه النتيجة مع دراسة (الدسوقي، 2012) التي رأت ضرورة الرد السريع على الإشاعة وأهمية توفير معلومات للقضاء على الإشاعة، ويتضح من بعض الفقرات أعلاه أن ارتفاع المتوسط الحسابي ليس ميزة تسجل لدائرة العلاقات العامة في جامعة اليرموك؛ ذلك أن تلك الفقرات جاءت في صياغتها بشكل سلبي، فلا يجوز إهمال الإشاعة وعدم الالتفات لها، وكذلك ليس من الصحيح النفي السريع والمتسرع، وإنما الرد الموضوعي المتأن والدقيق.

السؤال الرابع: ما أهم المعوقات التي تواجهها إدارات العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات؟ وقيس محور "المعوقات التي تواجهها العلاقات العامة عند الأزمات" من خلال (6) فقرات، وجدول (6) يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المحور.

يبين الجدول (5) أن محور "أساليب مواجهة الإشاعات عند الأزمات" مرتفع الأهمية النسبية بمتوسط حسابي (2.64) وانحراف معياري (0.48)، كما أن جميع فقرات المحور كانت ذات مستوى أهمية مرتفع. ويتبين أن الفقرة التي تتعلق باستخدام الأساليب المختلفة لزيادة الجانب التوعوي للجمهور الداخلي والخارجي جاءت بأعلى متوسط حسابي، وهذا يدل على أن العلاقات العامة في جامعة اليرموك تبذل جهوداً لمواجهة الإشاعات عند الأزمات قد تتعلق بضرورة إدراك تزايد الإشاعة في الأزمات، وضرورة استقاء المعلومة من مصادرها، وعدم تناقل المعلومة غير المتأكد من صحتها، وأهمية تزويد العلاقات العامة بأية إشاعات تنمو وقت الأزمة لتعزيز الاتصال باتجاهين حسب (النموذج المتوازن وغير المتوازن من نماذج جرونج وهانت) ما بين الجامعة بوصفها مؤسسة أكبر وبين جمهورها المختلف. وهذه النتيجة تتفق مع معظم نتائج الدراسات السابقة التي تم ذكرها في السؤالين: الأول، والثاني. وقد أجمعت على ضرورة تنوع الأساليب التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة من خلال وسائلها الاتصالية الذاتية، أو من خلال وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي، واتفقت النتيجة أعلاه تحديداً مع دراسة (أبو عبا، 2020) التي

وجداول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتقديرات أفراد العينة للمعوقات التي تواجهها العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات.

الرقم	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1.	1	عدم تعاون الإدارة العليا مع العلاقات العامة	2.73	0.45	مرتفع
6.	2	عدم وجود تحديد واضح لدور العلاقات العامة	2.69	0.46	مرتفع
5.	3	محدودية استخدام أنظمة الاتصال الحديثة للتصدي للأزمات	2.68	0.47	مرتفع
4.	4	ضعف خطط التدريب والتأهيل في مجال الأزمات	2.67	0.47	مرتفع
3.	5	نقص كفاية العاملين في العلاقات العامة	2.65	0.48	مرتفع
2.	6	نقص التقنيات الحديثة	2.57	0.50	مرتفع
		المحور ككل	2.67	0.47	مرتفع

الغرب من أكثر المهن نشاطاً وأهمية في عمل المؤسسات، وتسهم بشكل ممتاز في الإنتاج القومي في تلك الدول، ويتضح من السؤال أعلاه أن جميع المتوسطات الحسابية جاءت بدرجة مرتفعة، وهذا لا يسجل امتيازاً لإدارات العلاقات العامة؛ إذ إن جميع الفقرات جاءت عن المعوقات، وطبيعة السؤال هنا تفترض أن تكون الفقرات سلبية، وبالتالي جاءت النتائج سلبية، وكانت الأهمية النسبية مرتفعة، وجاءت نتائج هذه الدراسة متسقة نوعاً ما مع دراسة (المطيري، 2015) التي رأت أن الإشاعات تنمو في أثناء الصراع بين الإدارات وتغييرها، وسوء المنتجات التي تقدمها المؤسسة أو المنشأة.

السؤال الخامس: ما عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات من وجهة نظر عينة الدراسة؟ وقيس محور "عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات" من خلال (6) فقرات، وجدول (7) يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المحور.

يبين جدول (6) أن محور "المعوقات التي تواجهها العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات" مرتفع الأهمية النسبية بمتوسط حسابي (2.67) وانحراف معياري (0.47)، كما أن جميع فقرات المحور كانت ذات مستوى أهمية مرتفع. جاء هذا السؤال عامّاً واستطلاعياً لتبيان رأي عينة الدراسة في أهم المعوقات التي تواجه إدارات العلاقات العامة على مستوى الأردن؛ ذلك أن السؤال عن أهم المعوقات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك يعترضه الصواب؛ حيث إن الإقرار على إجابة هذا السؤال في حالة العلاقات العامة في جامعة اليرموك هم العاملون في تلك الإدارة. ويتبين من الجدول أعلاه أن الفقرة المتعلقة بعدم تعاون الإدارات العليا مع العلاقات العامة جاءت بأعلى متوسط حسابي، وقد تفسر هذه النتيجة بأن العلاقات العامة بوصفها مهنة في الوطن العربي والعالم الثالث عموماً لا يزال ينظر لها بأنها وظيفة تكميلية، وجل أهدافها المراسم والاستقبال، أو التركيز فقط على نشاطات المسؤول الأول، في حين نرى أن مهنة العلاقات العامة في دول

جدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لتقديرات أفراد العينة لعوامل انتشار الإشاعة عند الأزمات وتداولها.

الرقم	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
3.	1	ليس لدى الفرد وقت للتأكد مما يسمعه	2.72	0.45	مرتفع
1.	2	إن الإنسان بطبيعته النفسية يميل إلى تصديق الإشاعات دون وعي	2.71	0.45	مرتفع
6.	3	تأكيد قناعات الفرد ورغباته	2.68	0.47	مرتفع
5.	4	تعنيم إعلامي وغموض يحيط بموضوعها	2.68	0.47	مرتفع

الرقم	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
4.	5	أهمية الإشاعة بالنسبة للمتلقى	2.64	0.48	مرتفع
2.	6	حب الاستطلاع الذي يجعل الناس يميلون إلى تقصي الأفكار	2.61	0.49	مرتفع
		المحور ككل	2.52	0.47	مرتفع

فروض الدراسة:

الفرض الأول: هل توجد فروق إحصائية ذات دلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط إجابات طلبة قسم العلاقات العامة في جامعة اليرموك نحو دور إدارة العلاقات العامة في جامعة اليرموك للحد من الإشاعات عند الأزمات تُعزى لمتغيرات (الجنس، والعمر، والسنة الدراسية)؟ وللإجابة عن هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينتين مستقلتين (Independent Samples T-test) لفحص دلالة الفرق بين متوسطي إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات فيما يُعزى لمتغير الجنس، وجدول (8) يوضح ذلك. وجدول (8) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) (Independent Samples T-test) لفحص دلالة الفرق بين متوسطي إجابات طلبة جامعة اليرموك نحو دور العلاقات العامة عند الأزمات فيما يُعزى لمتغير الجنس.

يبين جدول (7) أنَّ محور "عوامل انتشار الإشاعة وتداولها عند الأزمات" مرتفع الأهمية النسبية بمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (0.47)، كما أن جميع فقرات المحور كانت ذات مستوى أهمية مرتفع. يتضح من الجدول أعلاه أن الفقرة المتعلقة بعدم وجود وقت لدى المتلقي للتأكد مما يسمعه جاءت بأعلى متوسط حسابي، وقد تفسر هذه النتيجة لضغوط الحياة وانشغال المتلقي، وكثرة الإشاعات، أو تتعلق بسليبيته تجاه الأحداث. ويبدو من فقرات السؤال أعلاه أن الفقرات جاءت لتسأل عينة الدراسة عن عوامل انتشار الإشاعة، وهي عبارات سلبية، ومن تحليل النتائج وحسب المتوسطات الحسابية يتبين أنها جاءت بمتوسطات حسابية مرتفعة، ومستوى أهمية مرتفع، وبالتأكيد فإنها نتائج سلبية تدل على عدم التقدير للإشاعة وضرورة محاربتها بالطرق العلمية الصحيحة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (المطيري، 2015) و(يعلول وعشيش، 2015) و(الصقر، 2018) و (Putri) التي تقاربت في تحديد عوامل انتشار الإشاعة، وعوامل الحد منها.

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكور	18.73	2.05	1.269	319	.205
إناث	18.42	2.15			

الصفري بعدم وجود فروق تبعاً لمتغير الجنس. متغير السنة الدراسية: وللإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي ((One-Way ANOVA) لفحص دلالة الفروق بين متوسطات إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة عند الأزمات تُعزى لمتغير السنة الدراسية، وجدول (9) يوضح ذلك.

يظهر جدول (8) عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة نحو دور إدارة العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات تُعزى لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة اختبار (t) (1.269)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) مما يدل على أنه لا فرق بين الذكور والإناث نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات، وبذلك يرفض الفرض البديل ويقبل الفرض

جدول (9) تحليل التباين الأحادي ((One-Way ANOVA لفحص دلالة الفروق بين متوسطات إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات تُعزى لمتغير السنة الدراسية.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الإحصائي (ف)	الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	10.920	3	3.640	.813	.487
داخل المجموعات	1419.104	317	4.477		
المجموع	1430.025	320			

متغير العمر:

وللإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي ((One-way ANOVA لفحص دلالة الفروق بين متوسطات إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات تُعزى لمتغير السنة الدراسية، وجدول (10) يوضح ذلك.

يظهر جدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة (ف) (.813) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)؛ مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات باختلاف السنة الدراسية، وبذلك يرفض الفرض البديل، ويقبل الفرض الصفري بعدم وجود فروق تبعا لمتغير السنة الدراسية.

جدول (10) تحليل التباين الأحادي ((One-way ANOVA لفحص دلالة الفروق بين متوسطات إجابات طلبة جامعة اليرموك نحو دور العلاقات العامة عند الأزمات تُعزى لمتغير العمر.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الإحصائي (ف)	الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	6.286	2	3.143	.702	.496
داخل المجموعات	1423.739	318	4.477		
المجموع	1430.025	320			

الاستراتيجيات الهادفة الحد منها.

(2) تحديد احتياجات الموظفين في إدارات العلاقات العامة وتوفير التقنيات الاتصالية الحديثة وإقامة دورات تدريبية في مجال التعامل مع الأزمات.

(3) إقناع الإدارة العليا بأهمية جهاز العلاقات العامة والدور الاستراتيجي الذي تلعبه في النهوض بجامعة اليرموك.

(4) ضرورة أن تراعي إدارات العلاقات العامة التطور الحاصل في توجه المتلقين نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وبأنها باتت بيئة خصبة لنمو الإشاعات.

يظهر جدول (10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) (.702) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)؛ مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين إجابات عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة للحد من الإشاعات عند الأزمات باختلاف أعمارهم، وبذلك يرفض الفرض البديل ويقبل الفرض الصفري بعدم وجود فروق تبعا لمتغير السنة الدراسية.

التوصيات:

(1) ضرورة تركيز إدارات العلاقات العامة على إجراء الدراسات الميدانية التي تسهم في تحديد أبعاد الأزمات وتحديد

المصادر والمراجع

- عمر، لطيفة (2016-2017). دور القائم بالعلاقات العامة في إدارة أزمة إفلاس بمؤسسة التفصيل الجديدة بسعيدة دراسة حالة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة مولاي الطاهر. الجزائر.
- الفقيه، عبدالله. (2011). إدارة الأزمات. (ط1). دار الكتاب الجامعي. صنعاء. اليمن.
- اللقماني، شيماء (2018). أساليب استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية وقت الأزمات. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.
- مانع، فاطمة. (2013) "النماذج الاتصالية للعلاقات العامة المستخدمة في التعامل مع الأزمات". المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة (4).
- المشاقبة، بسام. (2014). معجم مصطلحات العلاقات العامة. (ط1). دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- المطيري، عبد الرحمن (2015). مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية دراسة ميدانية على عينة إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. القاهرة. مصر.
- هيك، محمد. (2006). مهارات إدارة الأزمات والكوارث والمواقف الصعبة. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة. مصر.
- أحليل، رضا (2015) الشائعات في المواقع العامة في نشر ثقافة الإسلام: دراسة حالة وزارة الشؤون الإنسانية والاتحادية في الفترة 2005-2007 كلية الدراسات العليا، جامعة القرآن الكريم، رسالة ماجستير.
- الهواري، مريم صالح (2018) أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، رسالة دكتوراة، جامعة مؤتة.
- عاشور، شروق راتب (2020) دور برامج العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة النصار، أنس خالد محمد (2020) دور الحملات الإعلامية لأجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في توعية الشباب من الشائعات: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك.
- إبراهيم، مروان. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. (ط1). مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- ابن منظور، معجم لسان العرب، 1290.
- أبو عبا، إبراهيم (2020). دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا كوفيد 19 من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع. العدد 6. السعودية.
- بدر، أحمد. (1994). أصول البحث العلمي ومناهجه. المكتبة الأكاديمية. الدوحة. قطر.
- بعول، نورة، وعشيش، آمال (2014-2015). دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات دراسة ميدانية بمديرية التربية والتعليم. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة العربي بنك مهدي أم البواقي. الجزائر.
- الجويلي، عزام. (2014). دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات. (ط1). مكتبة الوفاء القانونية. الإسكندرية. مصر.
- حسين، هتيمي. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- الخللان، سلطان (2018). جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة نايف العربية. الرياض. السعودية.
- الدسوقي، راضي (2020). دور إدارات العلاقات العامة في مواجهة الشائعات دراسة تحليلية وميدانية لعينة من القطاعات المصرية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة حلوان. مصر.
- شعبان، حمدي. (2008). وظيفة العلاقات العامة الأسس والمهارات. مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر. القاهرة. مصر.
- العدوي، فهمي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. (ط1). دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- عقيلان، عبدالله. (20105). إدارة العلاقات العامة. (ط1). دار المعتز للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- عمري، توفيق (2012). الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر.

المراجع الأجنبية

- Alsaqer, Layal, (2018), The role of the public relation in crisis management planning in Bahrain organizations. **KNE Social Sciences**.
- Ghassabi, Fatema, & Firoozeh Zare-Farashbandi, (2015). The role of media in crisis management: A case study of Azrebaijan earthquake. **International Journal of Health System and Disaster Management**, 3 (2).
- Oumertem, Saher, (2017). The role of the public relation in crisis management with relevant Parties Sport Foundation. **Sports Creativity**, 8 (2), 103-124.
- Anggreni, Putri, (2020), The role of public relations as a management function in higher education. **SHS web Conferences** (42).
- Al- Abedie, Ali, & Karrar Ali, (2020), The influnce of organizational rumors on employee's dignity: An empirical study at university of Kufa, Iraq. **International Journal of Innovation. Creativity and Change**, 14 (7), 947-964.
- Naylor, John, (2017). **Truths and rumor twitter: Analysis of the spatiotemoral distribution of geolocated Tweets**. Master Thesis, 2018, George Mason University USA. http://mars.gmu.edu/jspui/bitstream/handle/1920/10793/Naylor_thesis_2017.pdf?isAllowed=y&sequence=1
- Zhuang, John, (2018), Crisis communication and rumor management using social media during disasters, <http://coles.Keinesaw.edu/Research/docs/spring-2018/jun.zhuang-spring>

The Role of the Department of Public Relations at Yarmouk University in Limiting the Spread of Rumor in Times of Crisis

Farhan Olaimat¹, Aseel Maabreh²

ABSTRACT

This study aimed to identify the role of the Department of Public Relations (DPR) at Yarmouk University in limiting the spread of rumors in times of crises from the viewpoint of students of the department, by conducting a descriptive study using the survey method for an intentional sample of (321) male and female students from the DPR. The findings of the study revealed that the most important role of the DPR at Yarmouk University in curbing rumors in times of crises is that it relies on the various media to communicate facts about the crisis to prevent rumors from happening. In addition, the findings show that electronic messages are the most important means of communication used by the DPR to reduce rumours. Further, the researchers found that the most important factor in the spread and circulation of rumors is the recipient's indifference to the truth or his/her lack of search for it. Finally, there are no statistically significant differences between the average answers of the students of the Public Relations Department / College of Media at Yarmouk University towards the role of the Public Relations Department in limiting the spread of rumor in crises according to the gender, age, and school year variables.

Keywords: Crises, Public Relations, Rumor, Yarmouk University.

¹ Faculty of Mass Communication; ² Media Researcher
Received on 31/1/2021. Accepted for Publication on 19/12/2021.