

عنوان البحث

أثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات: تحليل حالة شركة أرامكو في حادثة تسرب النفط

إعداد الطالب/

عائشة محمد السعدي

الرقم الجامعي: 242001577

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2024

قائمة المحتويات:

3.....	مقدمة:
4.....	مشكلة الدراسة:
5.....	أهمية الدراسة:
7.....	أهداف الدراسة:
9.....	تساؤلات الدراسة:
9.....	فرضيات الدراسة:
10	الدراسات السابقة:
12	المنطلقات النظرية للدراسة:
14	المنهجية وطرق البحث:
17	أدوات الدراسة:
18	حدود الدراسة:
20	المراجع:

مقدمة:

في عالم الأعمال المعاصر، أصبحت العلاقات العامة عنصرًا أساسيًا في إدارة الأزمات. حيث تُعتبر الأزمات، مثل حوادث تسرب النفط، من الأحداث الكارثية التي تضع الشركات تحت ضغوطات هائلة، سواء من حيث السمعة أو من حيث الأداء المالي. تُظهر الدراسات أن طريقة استجابة الشركات للأزمات يمكن أن تكون لها آثار طويلة الأمد على صورة العلامة التجارية والثقة التي يتمتع بها العملاء والمجتمعات. ومن بين الشركات الكبرى التي تُعتبر نموذجًا يُحتذى به في هذا المجال هي شركة أرامكو السعودية، التي تعد واحدة من أكبر شركات النفط والغاز في العالم، وتتمتع بسمعة قوية في القطاع.

تاريخيًا، واجهت شركة أرامكو عدة تحديات تتعلق بإدارة الأزمات، ولكن حادثة تسرب النفط كانت من بين الحوادث التي اختبرت مدى فاعلية استراتيجيات العلاقات العامة لدى الشركة. يتضح من هذا الحادث أن وجود استراتيجيات مدروسة ومخططة مسبقًا يمكن أن يكون له تأثير كبير في تخفيف الأضرار الناجمة عن الأزمات. فالأزمات لا تُعتبر مجرد أحداث سلبية، بل هي أيضًا فرص لتحسين الممارسات الداخلية وتعزيز التواصل مع الجمهور، مما يساعد على بناء الثقة واستعادة السمعة (Bundy، 2016).

عند حدوث أزمة، يصبح التواصل الفعال مع وسائل الإعلام والجمهور أمرًا بالغ الأهمية. يُعتبر تسرب النفط قضية معقدة تتطلب استجابة سريعة وشاملة. فالتأخير في الرد أو التواصل غير الفعال يمكن أن يؤدي إلى تفاقم الوضع، وزيادة القلق بين المستهلكين والمجتمعات المحيطة. في حالة أرامكو، أدت استجابتها السريعة والشاملة إلى تقليل الأضرار المحتملة وتوفير الطمأنينة للجمهور.

تتضمن استراتيجيات العلاقات العامة التي اتبعتها أرامكو في إدارة أزمة تسرب النفط مجموعة متنوعة من الأنشطة، بدءًا من إصدار البيانات الصحفية الرسمية، إلى تنظيم المؤتمرات الصحفية واللقاءات مع وسائل الإعلام. كما قامت الشركة بتفعيل قنوات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات الصحيحة والتصدي للشائعات التي قد تنشأ. وقد أظهرت أرامكو من خلال استجابتها أنها تأخذ على محمل الجد تأثير الحوادث البيئية على المجتمع والبيئة، مما يعكس التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

تعتبر إدارة العلاقات العامة جزءًا من عملية تعلم مستمر، حيث يجب على الشركات تحليل استجابتها للأزمات وتحديد الدروس المستفادة لتحسين الأداء في المستقبل. بعد حادثة تسرب النفط، قامت أرامكو بتقييم فعالية استراتيجياتها، وأجرت تعديلات على خططها للاستجابة للأزمات، مما ساعدها على تعزيز قدرتها على التعامل مع أي تحديات مستقبلية (hospitalityinsights، 2024).

ستقوم هذه الدراسة بتسليط الضوء على الأبعاد المختلفة لإدارة الأزمات من خلال عدسة العلاقات العامة، مع التركيز على حالة أرامكو. سنناقش كيفية تأثير العلاقات العامة على سمعة الشركة واستجابتها

للأزمات، ونستعرض الأبعاد الاستراتيجية التي تتبناها في هذا الصدد. كما سنتناول أهمية الابتكار والتكيف في استراتيجيات العلاقات العامة لمواجهة الأزمات المستقبلية، مما يعزز من قدرة الشركة على الحفاظ على استدامتها ونموها في سوق يتسم بالتنافسية العالية.

تعتبر العلاقة بين إدارة الأزمات والعلاقات العامة محورًا رئيسيًا في نجاح الشركات الكبرى. تُظهر حالة أرامكو أن الاستثمار في استراتيجيات العلاقات العامة المدروسة والمخططة يمكن أن يكون له تأثير كبير على كيفية تجاوز الشركات للأزمات واستعادة الثقة مع الجمهور. لذا، فإن فهم هذه الديناميكيات سيساعد على تعزيز القدرة التنافسية والابتكار في المستقبل (Xu، 2024).

مشكلة الدراسة:

تعتبر الأزمات من الظواهر الطبيعية التي تواجهها الشركات في مختلف القطاعات، وتؤثر على أدائها وسمعتها بشكل كبير. تُعدّ حادثة تسرب النفط التي تعرضت لها شركة أرامكو واحدة من الحالات البارزة التي تسلط الضوء على كيفية تأثير إدارة العلاقات العامة على التعامل مع الأزمات. تكمن المشكلة الرئيسية للدراسة في فهم مدى تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على قدرة الشركة في إدارة أزمة تسرب النفط، وكيفية تعاملها مع تداعيات هذه الحادثة على سمعتها وأداءها العام.

✓ المشكلة الرئيسية للدراسة

تتمحور المشكلة الرئيسية حول السؤال: كيف تؤثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات في شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط؟ يتطلب الإجابة على هذا السؤال تحليلًا دقيقًا لاستراتيجيات العلاقات العامة التي تم اعتمادها خلال الأزمة، وتقييم مدى فعاليتها في التواصل مع الجمهور والمساهمين. تتطلب هذه الدراسة فهم العوامل التي أدت إلى نجاح أو فشل هذه الاستراتيجيات، وكيف يمكن تحسينها في المستقبل.

✓ المشاكل المترتبة على ذلك

تنطوي مشكلة الدراسة على عدة مشاكل فرعية تُضاف إلى التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات خلال الأزمات، ومنها:

- يُعتبر تسرب النفط من الحوادث التي يمكن أن تؤدي إلى تآكل الثقة بين الشركة والجمهور. فعندما تتعرض الشركة لمثل هذه الأزمات، يتساءل المستهلكون والمستثمرون عن مدى التزامها

- بالمعايير البيئية والسلامة العامة. فإذا لم تتمكن أرامكو من إدارة أزماتها بشكل فعال، فإن ذلك قد يؤدي إلى فقدان السمعة وثقة العملاء، مما يؤثر سلبيًا على مبيعاتها وعلاقاتها مع المستثمرين.
- في أوقات الأزمات، يصبح التواصل الفعال مع وسائل الإعلام والجمهور أمرًا بالغ الأهمية. ومع ذلك، قد تواجه الشركات مثل أرامكو صعوبة في توصيل المعلومات الصحيحة بسرعة ودقة. فعدم وضوح الرسائل أو ظهور معلومات متضاربة يمكن أن يُعقّد الموقف ويزيد من الفوضى، مما يؤدي إلى انتشار الشائعات وزيادة القلق العام.
 - تلعب البيئة الخارجية دورًا كبيرًا في كيفية استجابة الشركات للأزمات. فقد تتأثر أرامكو بالتوجهات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المملكة العربية السعودية وعلى المستوى الدولي. ولذلك، يُعد فهم هذه البيئة الخارجية ومعرفة كيفية تفاعل الجمهور معها خلال الأزمات جزءًا مهمًا من إدارة العلاقات العامة.
 - تتطلب إدارة الأزمات تخصيص الموارد بشكل فعال، بما في ذلك الموارد البشرية والمادية. وفي حالة أرامكو، قد يكون هناك تحدٍ في تحديد الموارد المناسبة لإدارة الأزمة بكفاءة، مما قد يؤثر على سرعة الاستجابة وفعالية الحلول المتاحة.
 - بعد انتهاء الأزمة، تتطلب الحاجة إلى تقييم فعالية استراتيجيات العلاقات العامة المطبقة. تتضمن هذه المشكلة كيفية جمع البيانات وتحليلها لتحديد الدروس المستفادة من التجربة السابقة، مما يساعد في تحسين الخطط المستقبلية والاستعداد للأزمات المحتملة (Asif، 2022).

أهمية الدراسة:

تعد دراسة "أثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات: تحليل حالة شركة أرامكو في حادثة تسرب النفط" مهمة على عدة أصعدة، حيث تساهم في إلقاء الضوء على أبعاد العلاقات العامة وأثرها في سياق إدارة الأزمات، خاصة في ظل التحديات التي تواجهها الشركات الكبرى. سنستعرض في هذه الفقرات الأهمية العلمية والعملية لهذه الدراسة.

✓ الأهمية العلمية

- تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالعلاقات العامة وإدارة الأزمات. من خلال تحليل حالة أرامكو، تقدم الدراسة إطارًا نظريًا يمكن أن يُستخدم كنموذج لتفسير كيف يمكن للعلاقات العامة أن تؤثر على إدارة الأزمات في القطاعات المختلفة. كما يُمكن أن تُشكل هذه الدراسة نقطة انطلاق لبحوث مستقبلية تتناول مواضيع مشابهة في سياقات مختلفة.

- من خلال استكشاف العوامل التي تؤثر في فاعلية استراتيجيات العلاقات العامة، يمكن أن تسهم الدراسة في تطوير مفاهيم جديدة في هذا المجال. قد تشمل هذه المفاهيم كيفية دمج التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجيات التواصل أثناء الأزمات، مما يُعزز من قدرة الشركات على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال.
- يُعزز التحليل المتعمق لحالة أرامكو من فهم ديناميات الأزمات وكيفية تأثير العوامل الداخلية والخارجية على استجابة الشركات. كما يوفر هذا الفهم أساساً علمياً يساعد الأكاديميين والباحثين في تقديم توصيات مبنية على أدلة حول كيفية تحسين استراتيجيات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات.
- تعتبر البيانات والمعلومات المستمدة من حالة أرامكو بمثابة مصدر هام للباحثين في مجال إدارة الأزمات. إذ يمكن استخدامها في الدراسات المستقبلية كمثال على كيفية الاستجابة للأزمات الكبيرة وتأثيرها على الأداء العام للشركات (Chen، 2022).

✓ الأهمية العملية

- تقدم الدراسة توصيات عملية لشركة أرامكو والشركات الأخرى حول كيفية تحسين استراتيجيات العلاقات العامة الخاصة بها في مواجهة الأزمات. من خلال فهم الدروس المستفادة من حادثة تسرب النفط، يمكن لهذه الشركات تطوير خطط أكثر فعالية للتعامل مع الأزمات المستقبلية.
- تُبرز الدراسة أهمية التواصل الفعال خلال الأزمات، مما يُساعد الشركات على بناء استراتيجيات متكاملة تتضمن توصيل الرسائل الصحيحة للجمهور ووسائل الإعلام. وهذا يضمن تقليل الشائعات والقلق العام، ويعزز من مصداقية الشركة وثقة الجمهور بها.
- تسهم النتائج التي تتوصل إليها الدراسة في تحسين عمليات إدارة المخاطر داخل الشركات. حيث توفر الأدوات والمعايير اللازمة لتقييم المخاطر المرتبطة بالأزمات وكيفية الاستعداد لها، مما يعزز من القدرة على الاستجابة الفورية والفعالة.
- من خلال تحليل حالة أرامكو، يمكن أن تقدم الدراسة توصيات للسياسات العامة المتعلقة بإدارة الأزمات في القطاع النفطي، مما يساعد في تشكيل استراتيجيات وطنية تركز على الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية. وهذا يمكن أن يعزز من قدرة الشركات على العمل بشكل أفضل في إطار القانون والالتزامات البيئية.
- تساهم الدراسة في تعزيز ثقافة التنظيم الداخلي داخل الشركات من خلال تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة في إدارة الأزمات. إذ يمكن أن تشجع الشركات على تطوير فرق

متخصصة في إدارة الأزمات وتوفير التدريب اللازم للموظفين، مما يعزز من استعدادهم لمواجهة الأزمات المستقبلية بشكل أفضل (csis، 2024).

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي ترتبط بشكل مباشر بأثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات، مع التركيز على حالة شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط. تتوزع هذه الأهداف بين هدف رئيسي وخمسة أهداف فرعية، وسيتم تناول كل منها في الفقرات التالية.

✓ الهدف الرئيسي للدراسة

- تحديد تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على فعالية إدارة الأزمات في شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط.

يهدف هذا الهدف إلى دراسة العلاقة بين استراتيجيات العلاقات العامة التي استخدمتها أرامكو وأثرها في إدارة أزمة تسرب النفط. يسعى هذا الهدف إلى تقييم فعالية هذه الاستراتيجيات في التعامل مع الجمهور ووسائل الإعلام، وكذلك قدرتها على تقليل الأضرار المحتملة على سمعة الشركة وأدائها. من خلال تحليل استجابة أرامكو للأزمة، ستساعد هذه الدراسة في تقديم رؤى حول كيفية تحسين استراتيجيات العلاقات العامة في المستقبل، مما يعزز من استعداد الشركات لمواجهة الأزمات والتعامل معها بشكل أكثر فعالية.

✓ الأهداف الفرعية

1. تحليل فعالية استراتيجيات التواصل الإعلامي المستخدمة من قبل أرامكو خلال أزمة تسرب النفط.

يهدف هذا الهدف إلى دراسة الاستراتيجيات المحددة التي استخدمتها أرامكو في التواصل مع وسائل الإعلام والجمهور خلال الأزمة. سيتناول التحليل كيفية توصيل المعلومات، ومدى سرعة الاستجابة، وتنسيق الرسائل. سيساعد هذا الهدف في تحديد العناصر الأكثر نجاحًا في استراتيجيات التواصل وكيف يمكن تعزيزها في المستقبل. كما سيساهم في فهم كيفية تأثير هذه الاستراتيجيات على التصورات العامة للجمهور.

2. تقييم تأثير الشفافية على ثقة الجمهور في شركة أرامكو خلال أزمة تسرب النفط.

يهدف هذا الهدف إلى دراسة كيفية تأثير الشفافية في التواصل على مستوى ثقة الجمهور بالشركة خلال الأزمة. من خلال تقييم المعلومات التي تم تقديمها، سواء كانت إيجابية أو سلبية، ستحلل الدراسة كيفية تأثير هذه الشفافية على تصورات الجمهور وثقتهم في قدرة أرامكو على التعامل مع الأزمة. هذا يمكن الشركات الأخرى من فهم أهمية الشفافية كأداة لبناء الثقة مع الجمهور، خاصة في أوقات الأزمات.

3. استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة من قبل أرامكو.

مع تزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، يهدف هذا الهدف إلى تحليل كيفية استخدام أرامكو لهذه الوسائل كجزء من استراتيجيات العلاقات العامة خلال الأزمة. ستدرس الدراسة كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الرسائل، والتفاعل مع الجمهور، والرد على الاستفسارات والشائعات. سيساعد هذا التحليل الشركات في فهم كيفية استغلال وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في إدارة الأزمات، مما يعزز قدرتها على التواصل مع الجمهور بشكل أسرع وأكثر فاعلية.

4. تقييم أثر الاستجابة السريعة على تقليل الأضرار المحتملة خلال الأزمة.

يهدف هذا الهدف إلى دراسة كيف يمكن أن تؤثر استجابة الشركة السريعة على مدى تأثير الأزمة على سمعتها وأدائها. سيتناول التحليل الزمن الذي استغرقته أرامكو في الاستجابة للأزمة، وكيف أثر ذلك على الانطباعات العامة. سيساعد هذا التقييم في تقديم أدلة حول أهمية الاستجابة السريعة كعامل رئيسي في تقليل الأضرار، مما يساهم في وضع استراتيجيات فعالة للتعامل مع الأزمات في المستقبل.

5. تحليل كيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على استعادة سمعة الشركة بعد الأزمة.

يهدف هذا الهدف إلى دراسة كيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة أثناء وبعد أزمة تسرب النفط على استعادة سمعة أرامكو. ستبحث الدراسة في الخطوات التي اتخذتها الشركة لتعزيز صورتها العامة واستعادة ثقة الجمهور. من خلال تحليل هذه الخطوات، يمكن تحديد العوامل الرئيسية التي ساهمت في نجاح استعادة السمعة، مما يوفر دروسًا قيمة للشركات الأخرى حول كيفية التعامل مع تداعيات الأزمات.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات، مع التركيز على حالة شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط. لذلك، تم صياغة تساؤلات رئيسية وفرعية توجيهية، كما يلي:

✓ السؤال الرئيسي للدراسة

- كيف تؤثر استراتيجيات العلاقات العامة على فعالية إدارة الأزمات في شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط؟

✓ الأسئلة الفرعية

1. ما هي استراتيجيات التواصل الإعلامي التي استخدمتها أرامكو خلال أزمة تسرب النفط؟
2. كيف أثرت فعالية الشفافية في التواصل على ثقة الجمهور في شركة أرامكو خلال الأزمة؟
3. ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة تسرب النفط من قبل أرامكو؟
4. كيف أثرت سرعة استجابة أرامكو على مدى تأثير الأزمة على سمعتها وأدائها؟
5. ما هي الاستراتيجيات المتبعة من قبل أرامكو لاستعادة سمعتها بعد أزمة تسرب النفط؟

فرضيات الدراسة:

✓ الفرضية الرئيسية للدراسة

- تؤثر استراتيجيات العلاقات العامة بشكل كبير على فعالية إدارة الأزمات في شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط.

✓ الفرضيات الفرعية

1. تؤثر فعالية التواصل الإعلامي على مستوى ثقة الجمهور في شركة أرامكو أثناء أزمة تسرب النفط.
2. تساهم الشفافية في التواصل خلال الأزمة في تقليل الشائعات وتعزيز صورة الشركة.
3. الاستخدام الفعال لوسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين استجابة الجمهور للأزمة.
4. ترتبط سرعة استجابة أرامكو بشكل إيجابي بتقليل الأضرار الناتجة عن الأزمة.
5. تؤثر استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة خلال الأزمة على سرعة استعادة الشركة لوضعها الطبيعي بعد الحادث.

الدراسات السابقة:

موضوع دراسة (Siljanovska، 2022) هو استعداد الشركات من حيث إدارة الأزمات في ظل ظروف عوامل داخلية وخارجية مختلفة، مثل النمو الاقتصادي، والتكنولوجيات الجديدة، والإنترنت، ووسائل الإعلام، ووسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك المنافسة غير العادلة. ومع ذلك، فإن الغرض من هذا البحث هو وضع تكتيكات الاتصال التي ينبغي تطويرها لتوصيل الرسالة بشكل جيد إلى أعضاء المجموعة المستهدفة. يتم أخذ الشركات المتوسطة والكبيرة العاملة في جمهورية شمال مقدونيا كمثال لهذا البحث. هذه هي الشركات في مجال إنتاج المياه، والاتصالات، وتصميم وطباعة المواد، والعمل مع الشبكات الاجتماعية، وكذلك تقديم الخدمات. بالإضافة إلى ذلك، تم تضمين أكبر وكالات العلاقات العامة في مقدونيا في البحث أيضًا، مما يساهم بشكل كبير في صحة نتائجه. كدولة مرشحة للعضوية في الاتحاد الأوروبي، من الضروري في قطاع الأعمال المقدوني رفع مستوى الوعي بوجود فريق في الشركات من شأنه أن يساهم في استعدادها لمواقف الأزمات المستقبلية والتنسيق وكفاءة العمل. ومن المتوقع أن تعزز النتائج التي تم الحصول عليها من هذا البحث بشكل كبير وتقدم النية الجادة للبلاد لمثل هذه الاتجاهات الدولية الطموحة.

الهدف الرئيسي من دراسة (Albalwi، 2022) هو المساهمة في فهم سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لشركة الزيت العربية الأمريكية (أرامكو) في المملكة العربية السعودية. تقدم الشركات المتعددة الجنسيات صورة إيجابية عن أنشطتها الاقتصادية والاجتماعية للمستثمرين والمجتمع من أجل تبرير استغلالها للموارد الطبيعية. ونظرًا لأهمية أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في القرن العشرين، تدرس هذه الدراسة الدور الذي تلعبه برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجية أرامكو لتعزيز مكانتها في المملكة. لقد ساهمت هذه البرامج في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولكنها كانت أيضًا آلية تستخدمها الشركة للحفاظ على السيطرة على أصول النفط السعودية. باستخدام أرامكو كدراسة حالة، يتم رسم التناقضات بين التصريحات العامة لإدارتها بشأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات والأحداث الفعلية كما هو موثق في الأدبيات والأوراق الرسمية وسجلات الأرشيف. وعلاوة على ذلك، يتم تحليل اثنين وأربعين بيانًا إداريًا في تقارير الشركة لتحديد وتصنيف أي تقنيات إدارة الانطباع التي تم تحديدها. وتُظهر النتائج أن هذه الأنشطة لم تنبع من منطق خيري، بل كانت ضرورية لتمكين أرامكو من إنشاء البنية الأساسية اللازمة للعثور على أصول النفط واستخراجها والسيطرة عليها. ونتيجة لهذه الأنشطة، كانت العنصرية والتمييز جزءًا من نظام الشركة للسيطرة الهرمية. ومع ذلك، تبنت أرامكو استراتيجيات حازمة لتقديم صورة إيجابية عن نفسها كشركة مسؤولة اجتماعيًا تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمملكة العربية السعودية. إن اعتماد تحليل تاريخي

طولي للعلاقة المتبادلة بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات واستراتيجيات إدارة الانطباع يوفر فهماً غنياً لكيفية سعي الشركات إلى تقديم صور لأنفسها في البيئات الاقتصادية والسياسية المتغيرة. من خلال الاستعانة بالأدلة من وثائق الأرشيف الرئيسية، يساهم البحث في تقديم رؤى نظرية ومنهجية وبيانات. وتوسع الدراسة فهماً النظري لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في سياق تاريخي. يمكن لمؤرخي الأعمال وريادة الأعمال تقديم رؤى حول تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات وكيف تم استخدامها استراتيجياً من قبل الشركات. من حيث المساهمة المنهجية، تقدم الدراسة عدسة نظرية جديدة للتحقيق في دوافع المسؤولية الاجتماعية للشركات في القرن العشرين باستخدام إطار استراتيجية إدارة الانطباع. ثالثاً، من حيث مساهمة البيانات، تم إجراء تحليل فريد لـ 42 تقريراً تاريخياً من عام 1938 إلى عام 1974 باستخدام برنامج تحليل المحتوى بمساعدة الحاسوب DICTION 7.0.

إن الحوادث والأحداث الخطيرة المتزايدة التي تقع على المستويين التنظيمي والوطني جعلت من الضروري إرساء الترتيبات البنيوية والثقافية المناسبة. ومن أكثر الأساليب فعالية إدارة الأزمات. ورغم أن إدارة الأزمات تعتبر عموماً نهجاً حديثاً وليس تقليدياً، إلا أنها اكتسبت شهرة في الغرب ويتم تخصيص الموارد للأداء الفعال. وقد صُممت هذه الدراسة لمعالجة إدارة الأزمات والمواهب في العالم العربي. وتستند المقالة إلى التطورات الأخيرة في مجموعة متنوعة من المجالات، وخاصة علم الاجتماع والإدارة والعلاقات الدولية. والأهم من ذلك، أن المقالة تقدم حجة قوية مفادها أن إدارة الأزمات محكوم عليها بالفشل دون التدريب الكافي والتعلم وتنمية رأس المال البشري. ولهذا السبب بالذات، تحدد المقالة استراتيجيات معينة لتعزيز التعامل الفعال مع الأزمات وتنفيذ إدارة الأزمات بشكل أفضل. ولا تركز هذه الاستراتيجيات على الفرد فحسب، بل تركز أيضاً على المنظمة وثقافتها. وتطور الدراسة تصنيفاً للمنظمات العربية من حيث استعدادها لإدارة المخاطر (Ali، 2016).

تتمتع صناعة البتروكيماويات بأهمية وقيمة كبيرتين لكل من المملكة العربية السعودية والمملكة المتحدة، ولكن على الرغم من وجود العديد من أوجه التشابه والاختلاف بين البيئتين، إلا أنه لم تكن هناك سوى دراسات قليلة، إن وجدت، تقارن بينهما بشكل مباشر من حيث تشريعات إدارة سلامة العمليات وممارسات العمل والسياسة المؤسسية. يهدف هذا البحث إلى معالجة هذه الفجوة المعرفية، من خلال مقارنة أنظمة إدارة سلامة العمليات في صناعات البتروكيماويات في المملكة العربية السعودية والمملكة المتحدة، من أجل تحديد النقاط الرئيسية المشتركة والاختلاف في تشريعات السلامة وسياسة سلامة الشركات بين البلدين، وتحديد دور الثقافة الوطنية في مراعاة أي اختلافات. ويختتم البحث بتحديد الطرق التي يمكن من خلالها لكلا البلدين التعلم من الآخر في تطوير و/أو تنفيذ أنظمة إدارة سلامة العمليات وإجراءاتها في صناعة البتروكيماويات. من أجل جمع البيانات للبحث، تم استخدام منهجية مختلطة،

باستخدام استبيان ومقابلات متعمقة. من أجل الحصول على وجهات نظر ووجهات نظر تمثل هيكل الإدارة بالكامل، تم اختيار المشاركين من جميع مستويات الإدارة، وتم تقسيم البيانات إلى مثلثات لتسليط الضوء على نقاط التقارب والاختلاف والتكامل. تحدد النتائج بعض الطرق المهمة التي يمكن أن يتعلم بها كل من البلدين من بعضهما البعض، وخاصة فيما يتعلق بالفوائد النسبية للأنظمة ذات الحلقة المفتوحة (عدم التعلم من آليات التغذية الراجعة) والحلقة المغلقة (التنمية القائمة على التغذية الراجعة)، والطرق المختلفة التي ينشر بها كل بلد التشريعات وممارسات السلامة والثقافة الوطنية ويتفاعل معها. تحدد الدراسة أيضًا فجوة بين البلدين فيما يتعلق بـ "السماكة المؤسسية"، والتي يمكن أن تلعب دورًا رئيسيًا في التنمية الاقتصادية، وتسلط الضوء على الاختلافات والتشابهات بين النظامين فيما يتعلق بالجنس وثقافة السلامة. أخيرًا، يقدم البحث توصيات في مجالات التعليم والدافع والتشريع والتنظيم وإدارة السلامة العامة (Aljohani، 2021).

المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تُشكل إطارًا لفهم تأثير العلاقات العامة على إدارة الأزمات، مع التركيز على حالة شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط. تشمل هذه المنطلقات نظريات العلاقات العامة، ونظريات إدارة الأزمات، ونظرية الاتصال. سنتناول كل منها بالتفصيل في الفقرات التالية.

- نظريات العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة من الأدوات الأساسية التي تساهم في بناء وتعزيز العلاقات بين المؤسسات وجمهورها. في هذا السياق، يعتبر نموذج الحوار من النماذج المهمة التي تركز على أهمية التواصل المستمر والمتبادل. يفترض هذا النموذج أن التواصل الفعال يساهم في تعزيز الثقة والتفاهم بين الأطراف المعنية (Yahya، 2024).

خلال الأزمات، تزداد أهمية تواصل المؤسسة مع جمهورها. في حالة شركة أرامكو، من الضروري أن تفهم احتياجات ومخاوف الجمهور أثناء أزمة تسرب النفط. يتطلب هذا النموذج تفاعلًا فعالًا وشفافًا مع وسائل الإعلام والجمهور، مما يمكن أن يؤدي إلى تقليل الشائعات وتعزيز صورة الشركة. من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، يمكن أن تُحافظ أرامكو على سمعتها وتتعامل بشكل أكثر فعالية مع الأزمات.

كما أن هذا النموذج يُشدد على أهمية الاستجابة السريعة للتغيرات في الوضع، وهو ما يعني أن الشركات يجب أن تكون قادرة على تعديل استراتيجياتها بناءً على ردود فعل الجمهور. لذلك، فإن التزام أرامكو بمبادئ نموذج الحوار يمكن أن يساعد في تقليل الأضرار الناتجة عن الأزمات وتعزيز مكانتها في نظر الجمهور (Hadeed، 2024).

- نظريات إدارة الأزمات

إدارة الأزمات هي مجال يُعنى بدراسة كيفية استجابة المؤسسات للأزمات والتحديات التي تواجهها. يعتبر نموذج إدارة الأزمات على مراحل من النظريات البارزة في هذا السياق. يقسم هذا النموذج إدارة الأزمات إلى أربع مراحل رئيسية: الاستعداد، الاستجابة، التعافي، والتقييم.

في مرحلة الاستعداد، تركز المؤسسات على التخطيط المسبق وتطوير استراتيجيات فعالة للتعامل مع الأزمات المحتملة. يتضمن ذلك تحليل المخاطر وتحديد السيناريوهات المختلفة التي يمكن أن تؤثر على المؤسسة. في حالة أرامكو، يعد التخطيط السليم جزءاً أساسياً من استراتيجيتها لإدارة الأزمات (Pursiainen، 2017).

أما في مرحلة الاستجابة، فتركز على كيفية استجابة المؤسسة للأزمة عند حدوثها. هنا، تكتسب سرعة الاستجابة أهمية كبيرة، حيث تُمكن الشركة من تقليل الأضرار التي قد تلحق بها. على سبيل المثال، في حالة تسرب النفط، يمكن أن تؤدي الاستجابة السريعة إلى تقليل المخاطر البيئية وزيادة الثقة بين الجمهور. تتعلق مرحلة التعافي بكيفية إعادة المؤسسة إلى وضعها الطبيعي بعد الأزمة، بما في ذلك استعادة الثقة والسمعة. في هذه المرحلة، تُعتبر استراتيجيات العلاقات العامة ضرورية في تعزيز صورة الشركة وتقديم المعلومات للجمهور حول الإجراءات المتخذة. تتعلق مرحلة التقييم بتحليل كيفية تعامل المؤسسة مع الأزمة واستنتاج الدروس المستفادة. هذا التحليل يساعد في تحسين التخطيط للأزمات المستقبلية ويعزز من قدرة المؤسسة على التعامل مع التحديات (Mizrak، 2024).

- نظرية الاتصال

تُعتبر نظرية الاتصال حجر الزاوية لفهم كيفية تبادل المعلومات بين المؤسسات والجمهور. تُركز هذه النظرية على أهمية التواصل الفعال في تحقيق الأهداف المرجوة، خاصة خلال الأزمات. تشير الأبحاث إلى أن التواصل الجيد يتطلب استخدام استراتيجيات متعددة، تشمل الكلمات والعواطف والتقنيات البصرية (Musheke، 2021).

في حالة شركة أرامكو، تُعزز هذه النظرية أهمية الشفافية في الرسائل المقدمة للجمهور. فكلما كانت الرسائل واضحة ودقيقة، زادت احتمالية فهم الجمهور للموقف، مما يزيد من ثقتهم في قدرة الشركة على التعامل مع الأزمة. من خلال تفعيل آليات التواصل الفعالة، يمكن أن تُساعد أرامكو في تعزيز صورتها العامة وتقليل المخاوف والشكوك. يعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من نظرية الاتصال الحديثة. تُسهّم هذه الوسائل في توفير منصة تفاعلية تُمكن الجمهور من التعبير عن آرائهم واستفساراتهم. من خلال تحليل كيفية استخدام أرامكو لوسائل التواصل الاجتماعي، يمكن تقديم رؤى حول كيفية تحسين استراتيجيات الاتصال في الأزمات المستقبلية (Bucăța، 2017).

- النموذج التفاعلي في إدارة الأزمات

يتضمن هذا النموذج مفهوم التفاعل بين المؤسسة والجمهور كعنصر أساسي في إدارة الأزمات. يُشدد على أهمية استجابة المؤسسات للاحتياجات والمخاوف التي يطرحها الجمهور. يتطلب ذلك وجود آليات فعالة للتواصل تُمكن المؤسسة من تحديد استجابات ملائمة ومناسبة (Shahbazi، 2024).

في حالة أرامكو، يُعتبر فهم احتياجات المجتمع والمعلومات التي يبحث عنها الجمهور أمرًا حيويًا. يساهم هذا الفهم في كيفية تقديم ردود فعالة تعزز من الثقة وتساعد على احتواء الأزمات. من خلال تقييم كيفية تعامل الشركة مع الجمهور، يمكن تحديد الاستراتيجيات التي أثبتت فعاليتها، وكيفية تعزيزها في المستقبل. تشكل هذه المنطلقات النظرية أساسًا لفهم كيف يمكن للعلاقات العامة أن تؤثر على إدارة الأزمات في الشركات الكبرى مثل أرامكو. من خلال دمج هذه النظريات، يمكن تقديم تحليل شامل يُساعد في تقييم استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة، مما يعزز من قدرة الشركات على التعامل مع الأزمات بشكل أكثر فعالية. تُعتبر هذه المنطلقات ضرورية لتوجيه البحث وتقديم إطار تحليلي يُساعد في فهم الآليات التي تؤثر على العلاقات العامة وإدارة الأزمات، مما يُعزز من فعالية الاستجابة ويُعزز من سمعة المؤسسة في عيون الجمهور (Chaawa، 2016).

المنهجية وطرق البحث:

تعتبر المنهجية واحدة من العوامل الأساسية التي تُساهم في نجاح أي دراسة أكاديمية، حيث تحدد الطريقة التي سيتم بها جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج موثوقة. في هذه الدراسة، اعتمدنا على المنهجية الكمية، التي تُعتبر مناسبة لدراسة أثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات في حالة شركة أرامكو خلال حادثة تسرب النفط. يركز هذا المنهج على جمع البيانات العددية وتحليلها باستخدام أساليب إحصائية، مما يُتيح لنا فهم تأثير العلاقات العامة على كيفية إدارة الأزمات بشكل دقيق وموضوعي.

1. اختيار المنهجية الكمية

تُعد المنهجية الكمية من أكثر المناهج شيوعاً في البحوث العلمية، حيث تُستخدم لجمع بيانات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي. هذا النوع من المنهجية مناسب للدراسات التي تسعى إلى اختبار فرضيات معينة أو قياس تأثير متغيرات محددة. في سياق هذه الدراسة، فإن استخدام المنهجية الكمية يتيح لنا جمع بيانات حول كيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على استجابة شركة أرامكو للأزمة.

تتمثل الميزة الأساسية للمنهجية الكمية في قدرتها على تقديم نتائج موثوقة يمكن تعميمها، إذ يمكن استخدام البيانات المستخرجة من عينات كبيرة لتحليل الأنماط والسلوكيات. يمكن أن توفر هذه النتائج رؤى عميقة حول العلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات، مما يُعزز من الفهم الأكاديمي والتطبيقي للموضوع.

2. أدوات جمع البيانات

لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة، تم استخدام استبيانات مُعدّة خصيصاً لجمع معلومات دقيقة حول آراء وتوجهات مختلف الفئات المستهدفة. تشمل هذه الفئات الموظفين في شركة أرامكو، والمستفيدين من خدمات الشركة، وأفراد المجتمع المحلي المتأثرين بحادثة تسرب النفط.

صممت الاستبيانات لتشمل مجموعة متنوعة من الأسئلة، منها الأسئلة المغلقة التي تتطلب إجابات محددة، بالإضافة إلى الأسئلة المفتوحة التي تُتيح للمشاركين التعبير عن آرائهم وتجاربهم بشكل أكثر تفصيلاً. تُعتبر الأسئلة المغلقة مفيدة في الحصول على بيانات كمية قابلة للقياس، بينما تُضيف الأسئلة المفتوحة بُعداً نوعياً يُساعد في فهم السياقات المختلفة المرتبطة بالعلاقات العامة وإدارة الأزمات.

3. عينة الدراسة

تمت دراسة مجموعة من المشاركين تتضمن عينة من الموظفين في شركة أرامكو وعددًا من الأفراد من المجتمع المحلي. تم اختيار المشاركين بطريقة عشوائية لضمان تمثيل فئات مختلفة في العينة. يتضمن ذلك اعتبار خصائص مثل العمر، والجنس، والمستوى التعليمي، والخبرة في العمل، مما يُساهم في إثراء النتائج وتوفير معلومات شاملة تعكس وجهات نظر متعددة.

تتراوح أحجام العينة المثلّي في الأبحاث الكمية حسب طبيعة الدراسة والأهداف المحددة، لكن في هذه الحالة، كان الهدف هو الحصول على عينة تمثل بشكل كافٍ المجتمعات المستهدفة، مما يضمن وجود بيانات دقيقة وموثوقة تدعم النتائج المستخلصة.

4. تحليل البيانات

بمجرد جمع البيانات، تم استخدام أساليب إحصائية متنوعة لتحليلها. يشمل ذلك استخدام البرامج الإحصائية لتحليل النتائج واختبار الفرضيات. يتم تحليل البيانات باستخدام طرق مثل التحليل الوصفي، والذي يساعد في فهم التوجهات العامة للبيانات، بالإضافة إلى التحليل الاستنتاجي الذي يُستخدم لاختبار الفرضيات الأساسية.

تتضمن أدوات التحليل الكمية المقاييس الإحصائية المختلفة، مثل التوزيعات التكرارية، والانحراف المعياري، واختبارات T، وتحليل التباين (ANOVA)، وذلك لقياس تأثير العلاقات العامة على إدارة الأزمات. من خلال هذه الأساليب، يمكن للباحثين أن يستخلصوا استنتاجات دقيقة تدعم أو تنفي الفرضيات المطروحة.

5. نتائج الدراسة وتفسيرها

بعد تحليل البيانات، تتم معالجة النتائج وتفسيرها بناءً على الأهداف المحددة للدراسة. يتطلب ذلك النظر في كيفية ارتباط استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة من قبل شركة أرامكو بتأثيرها على إدارة الأزمة الناتجة عن تسرب النفط. يتم تقديم النتائج في شكل جداول ورسوم بيانية توضح الأنماط والاتجاهات، مما يُساعد في التواصل الفعال للنتائج.

تُعتبر مرحلة تفسير النتائج واحدة من الأجزاء المهمة في أي دراسة، حيث يُساعد الباحث على ربط النتائج بالسياق النظري والدراسات السابقة. في هذه الحالة، يمكن أن توفر النتائج رؤى حول كيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على الجمهور وسمعة الشركة، مما يعزز من فهم كيفية إدارة الأزمات بشكل أكثر فعالية.

أدوات الدراسة:

تعتبر أدوات الدراسة عنصراً حيوياً في عملية البحث، حيث تساهم في جمع البيانات وتحليلها بشكل منهجي. في هذه الدراسة التي تركز على أثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات من خلال تحليل حالة شركة أرامكو في حادثة تسرب النفط، تم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات البحثية. تشمل هذه الأدوات الاستبيانات، والمقابلات، والمراجعة الوثائقية. كل أداة تلعب دوراً مختلفاً ولكنها مكملة لبعضها البعض، مما يساهم في تقديم صورة شاملة ودقيقة عن الموضوع قيد الدراسة.

- الاستبيانات

الاستبيانات تُعد أداة رئيسية لجمع البيانات الكمية في هذه الدراسة، حيث تم تصميم استبيان شامل يستهدف مجموعة متنوعة من المشاركين، بما في ذلك الموظفين في شركة أرامكو، والمستفيدين من خدمات الشركة، والأفراد المتأثرين بحادثة تسرب النفط. يحتوي الاستبيان على مجموعة من الأسئلة التي تغطي مختلف جوانب العلاقات العامة وإدارة الأزمات. يتضمن ذلك أسئلة مغلقة مثل خيارات متعددة تعبر عن مستوى الموافقة أو الرفض، بالإضافة إلى أسئلة مفتوحة تُتيح للمشاركين التعبير عن آرائهم وتجاربهم بشكل أكثر تفصيلاً. تم توزيع الاستبيانات بطرق متعددة، بما في ذلك البريد الإلكتروني والتوزيع الشخصي، مما أسهم في تعزيز نسبة الاستجابة وضمان شمولية البيانات.

- المقابلات

إلى جانب الاستبيانات، تم إجراء مقابلات مع عدد من المسؤولين في شركة أرامكو وخبراء في العلاقات العامة وإدارة الأزمات. تُعتبر هذه المقابلات أداة فعالة لجمع معلومات أعمق وتفصيلية حول كيفية تعامل الشركة مع أزمة تسرب النفط. استخدمت المقابلات نوعين: المقابلات المهيكلية، التي تتضمن أسئلة محددة مسبقاً، والمقابلات غير المهيكلية التي تتيح حرية أكبر للمشاركين في التعبير عن أفكارهم وتجاربهم. تم توثيق المقابلات بدقة، حيث تم تسجيلها (بموافقة المشاركين) وتدوين الملاحظات، مما سهل تحليل المحتوى واستخراج الأنماط والاتجاهات العامة التي ظهرت في الإجابات.

- المراجعة الوثائقية

تُعتبر المراجعة الوثائقية أداة هامة في هذه الدراسة، حيث شملت تحليل الوثائق المتعلقة بحادثة تسرب النفط، بما في ذلك التقارير الصحفية، والبيانات الرسمية، والتقارير الحكومية. من خلال مراجعة هذه الوثائق، تمكنا من فهم كيفية تعامل شركة أرامكو مع الأزمة من منظور العلاقات العامة. ساعدت هذه الوثائق في تقديم رؤى حول الاستراتيجيات المتبعة في التواصل مع الجمهور، ومدى فعالية الرسائل التي تم نقلها، وتأثيرها على الرأي العام. تُعزز المراجعة الوثائقية البيانات المجمعة من الاستبيانات والمقابلات، مما يُضيف بُعداً نوعياً وكمياً يساهم في فهم أفضل للعلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات.

- التحليل الإحصائي

استخدم التحليل الإحصائي كأداة رئيسية لتحليل البيانات المجمعة من الاستبيانات والمقابلات. تم استخدام برامج إحصائية متخصصة لمعالجة البيانات، حيث تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين (ANOVA)، واختبارات T. سمح هذا التحليل بفهم الأنماط والعلاقات بين المتغيرات المختلفة، مثل تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على سمعة الشركة أثناء الأزمة. كما أُجري تحليل النتائج بشكل منهجي، حيث تم تفسير البيانات في سياق الأدبيات السابقة والنظريات ذات الصلة، مما أضاف مصداقية علمية على نتائج الدراسة.

تمثل أدوات الدراسة المستخدمة في هذه البحث الإطار الشامل الذي يعتمد عليه الباحث لجمع وتحليل البيانات المتعلقة بأثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات في شركة أرامكو. من خلال الاستبيانات والمقابلات، والمراجعة الوثائقية، والتحليل الإحصائي، استطاعت الدراسة أن تقدم نتائج موثوقة تسهم في فهم العلاقة المعقدة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات. إن هذا الفهم يوفر رؤية قيمة لتطوير استراتيجيات أكثر فعالية للتعامل مع الأزمات المستقبلية، مما يساهم في تعزيز سمعة المؤسسات واستجابتها للأزمات بشكل عام.

حدود الدراسة:

تعتبر حدود الدراسة من العوامل الأساسية التي تحدد نطاق البحث وتوضح الإطار الذي سيتم فيه تحليل الظواهر المعنية. في هذه الدراسة التي تركز على أثر العلاقات العامة على إدارة الأزمات من خلال تحليل حالة شركة أرامكو في حادثة تسرب النفط، تتضمن الحدود ثلاثة أبعاد رئيسية: الحدود البشرية، الحدود الزمانية، والحدود المكانية.

✓ الحدود البشرية

تتمثل الحدود البشرية للدراسة في الفئات المستهدفة التي تم اختيارها لجمع البيانات. تشمل هذه الفئات الموظفين في شركة أرامكو، والمستفيدين من خدماتها، والأفراد المتأثرين بحادثة تسرب النفط. هذا الاختيار يهدف إلى تحقيق فهم شامل حول كيفية تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على مختلف شرائح المجتمع.

تتضمن العينة التي تم اختيارها موظفين من مستويات إدارية مختلفة، بما في ذلك الإدارات العليا، ومتوسطي المستوى، والموظفين في الصفوف الأمامية، مما يوفر رؤية متنوعة تعكس تجارب وآراء مختلفة حول إدارة الأزمة. كما تم تضمين أفراد من المجتمع المحلي الذين تأثروا بشكل مباشر بحادثة

التسرب، لضمان تمثيل شامل يعكس وجهات نظر متعددة حول استجابة الشركة للأزمة. هذه الحدود البشرية مهمة لأنها تؤثر على نوعية البيانات المجمعة، وبالتالي على نتائج الدراسة.

✓ الحدود الزمانية

تحدد الحدود الزمانية للدراسة الفترة الزمنية التي تم فيها جمع البيانات وتحليلها. تشمل هذه الدراسة الفترة من 2020 إلى 2024، مما يتيح لنا فحص الأحداث والتطورات التي وقعت بعد حادثة تسرب النفط التي حدثت في عام 2020.

يتضمن هذا الإطار الزمني دراسة استجابة شركة أرامكو للأزمة في الوقت الذي حدث فيه التسرب، وكذلك تحليل كيفية تطور استراتيجيات العلاقات العامة الخاصة بها على مر الزمن. إذ تساهم هذه الدراسة في تقييم فعالية الاستراتيجيات المتبعة في إدارة الأزمات عبر الزمن، مما يسمح بفهم كيف يمكن للمؤسسات تحسين استجابتها للأزمات المستقبلية بناءً على الدروس المستفادة من الماضي.

✓ الحدود المكانية

تشير الحدود المكانية للدراسة إلى المواقع الجغرافية التي يتم فيها جمع البيانات. تركز هذه الدراسة بشكل رئيسي على المملكة العربية السعودية، حيث تتواجد شركة أرامكو وموقع حادثة تسرب النفط. تشمل الحدود المكانية أيضاً المجتمعات المحلية القريبة من مواقع التشغيل لشركة أرامكو، حيث تأثرت هذه المجتمعات بشكل مباشر بالأزمة. تعكس هذه الحدود المكانية أهمية العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي قد تؤثر على كيفية استجابة المجتمع لاستراتيجيات العلاقات العامة خلال الأزمات. من خلال تحليل البيانات في هذا الإطار المكاني، يمكن أن تقدم الدراسة رؤى دقيقة حول تأثير العلاقات العامة في سياقات مختلفة، مما يساعد على فهم كيفية تفاعل الأفراد والمجتمعات مع استراتيجيات إدارة الأزمات.

- Albalwi, W. M. (2022). Corporate Social Responsibility and Impression Management: The American Arabian Oil Company (Aramco), 1932–1974. Retrieved from <https://theses.ncl.ac.uk/jspui/handle/10443/5728>
- Ali, A. J. (2016). Human capital and crisis management. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15475778.2016.1226660>
- Aljohani, M. (2021). Process safety management in the petrochemical industry: a comparative study between the Kingdom of Saudi Arabia and the United Kingdom. Retrieved from <https://era.ed.ac.uk/handle/1842/38239>
- Asif, Z. (2022). Environmental Impacts and Challenges Associated with Oil Spills on Shorelines. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2077-1312/10/6/762>
- Bucăța, G. (2017). The Role of Communication in Enhancing Work Effectiveness of an Organization. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/316360042_The_Role_of_Communication_in_Enhancing_Work_Effectiveness_of_an_Organization
- Bundy, J. (2016). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, and Research Development Jonathan Bundy. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206316680030>
- Chaawa, M. (2016). Modelling and simulating a crisis management system: an organisational perspective. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/305646219_Modelling_and_simulating_a_crisis_management_system_an_organisational_perspective
- Chen, P. (2022). The Study of Apology in Public Relation Crisis Management: how to Achieve the Mitigated Outcomes by Deploying Effective Apologies. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/366299792_The_Study_of_Apology_in_Public_Relation_Crisis_Management_how_to_Achieve_the_Mitigated_Outcomes_by_Deploying_Effective_Apologies
- csis. (2024). National Oil Companies, Climate Commitments, and Methane. Retrieved from <https://www.csis.org/analysis/national-oil-companies-climate-commitments-and-methane>
- Hadeed, A. Y. (2024). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10869494/>
- hospitalityinsights. (2024). Public relations crisis management: A guide to overcoming challenges. Retrieved from <https://hospitalityinsights.ehl.edu/public-relations-crisis-management-guide>
- Mizrak, K. C. (2024). Crisis Management and Risk Mitigation: Strategies for Effective Response and Resilience. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/378432533_Crisis_Management_and_Risk_Mitigation_Strategies_for_Effective_Response_and_Resilience

- Musheke, M. M. (2021). The Effects of Effective Communication on Organizational Performance Based on the Systems Theory. Retrieved from <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=107818>
- Pursiainen, C. (2017). The crisis management cycle: Theory and practice. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326893410_The_crisis_management_cycle_Theory_and_practice
- Shahbazi, M. (2024). Social media trust: Fighting misinformation in the time of crisis. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401224000288>
- Siljanovska, L. (2022). THE INFLUENCES OF PUBLIC RELATIONS AND CRISIS MANAGEMENT IN THE BUSINESS SECTOR: A CASE STUDY IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/363162229_THE_INFLUENCES_OF_PUBLIC_RELATIONS_AND_CRISIS_MANAGEMENT_IN_THE_BUSINESS_SECTOR_A_CASE_STUDY_IN_THE_REPUBLIC_OF_NORTH_MACEDONIA
- Xu, Z. (2024). Public Relations in Crisis Management: A Review and Analysis of Communicative Strategies During Early Stages of Covid-19. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/382404771_Public_Relations_in_Crisis_Management_A_Review_and_Analysis_of_Communicative_Strategies_During_Early_Stages_of_Covid-19
- Yahya, A. (2024). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377895186_Role_of_public_relations_practices_in_content_management_the_mediating_role_of_new_media_platforms

Midocean University
Management College
Specialization in Public Relations



Research Title

**The Impact of Public Relations on Crisis Management: A Case
Analysis of Aramco's Oil Spill Incident**

Student preparation/

Aisha Mohammed Al-Saddi

I.D: 242001577

Supervisor/

Dr. Alfaisal Abdulhameed Mohammed

Dr. Fayez Ali Jrad

Year:

2024