

Digital Public Relations Strategies in Managing the Crisis of Iraqi Refugees in Turkey: An Analytical Study of the Website of the UNHCR Turkey

Ramzi Kazem Hassan^{1a}  Jasim Tarish Aleqabi^{1b} 

¹ Department of Public Relations, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

The research aims to identify and diagnose the public relations strategies in its digital online communications by the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) in managing the crisis of Iraqi refugees in Turkey. A content analysis form was designed for the digital content of the UNHCR's website dedicated to topics and issues concerning Iraqi refugees that were covered by the site, adopting a comprehensive enumeration approach. The study covered the period from 01/03/2022, to 30/06/2022. The research yielded several key findings, including the predominant use of media, advertising, and education strategies in managing the crisis of Iraqi refugees in Turkey. News and reports ranked first among the media arts used in public relations. There is evident cooperation between the public relations departments of the UNHCR and the Iraqi embassy in Turkey in managing political crises.

Keywords: Communication strategies, Digital public relations, Crisis management, Iraqi refugees.

OPEN  ACCESS

^a **Corresponding author:** E-mail address: ramzi.kadim1203a@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 7819967808

^b **Co-author:** E-mail address: drjassim.pr@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 7756433299

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i62.1026>

Received: 09/04/2023, **Accepted:** 14/08/2023, **Published:** 28/12/2023

استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا: دراسة تحليلية لموقع المفوضية السامية لشؤون اللاجئين تركيا

رمزي كاظم حسن¹ جاسم طارش العقابي¹

¹ قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

يهدف البحث الى معرفة وتشخيص استراتيجيات العلاقات العامة في اتصالاتها الرقمية عبر الانترنت لدى المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في إدارة ملف أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا، وقد تم تصميم استمارة تحليل للمحتوى الرقمي لموقع المفوضية في الباب المخصص بموضوعات وقضايا اللاجئين العراقيين التي تناولها الموقع، واختيار اسلوب الحصر الشامل، خلال المدة الزمنية الممتدة من (2022/3/1 إلى 2022/6/30). وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أبرزها: استخدام استراتيجيات الإعلام والإعلان والتثقيف بالمرتبة الأولى في إدارة أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا. واحتلت الأخبار والتقارير المرتبة الأولى من بين الفنون الإعلامية المستخدمة في العلاقات العامة. وهناك تعاون واضح بين أجهزة العلاقات العامة في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين وبين السفارة العراقية في تركيا في إدارة الأزمات السياسية.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجيات الاتصالية، العلاقات العامة الرقمية، إدارة الازمة، اللاجئين العراقيين.

مقدمة

يعد ملف أزمة اللاجئين العراقيين في دول العالم المختلفة التي تسببت بها الحروب والنزاعات الداخلية وتفاقم المشكلات الامنية والاقتصادية، من أكثر الملفات التي أثارت ردود أفعال سلبية؛ بسبب إجراءات التعامل معها، وأخذت أبعاداً مأساوية، فضلاً عن ذلك فإن حكومات الدول لم تفعل أو تقدم سوى القليل، وربما لا شيء يستحق الذكر للمساعدة متخلفة في كثير من الأحيان عن واجباتها الأخلاقية والقانونية أمام المجتمع الدولي. وفي كثير من اجتماعات الأمم المتحدة يوضع ملف اللاجئين في برنامج مناقشات الدول الأعضاء وتبرز عنها نتائج هامة لكن تبدو تطبيقاتها الميدانية على أرض الواقع ليس لها أثر.

وإن مسؤولية إدارة ملف أزمة اللاجئين العراقيين الذين تزداد أحوالهم الاجتماعية والاقتصادية

سوءاً يوماً بعد آخر، تقع أولاً على عاتق الحكومة العراقية من خلال أجهزتها الإدارية في وزارتي الخارجية والهجرة والمهجرين، والسفارة العراقية في انقرة، وعلى مفاصل المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في تركيا ثانيًا. وعلى ذلك تولدت فكرة دراسة دور العلاقات العامة الرقمية في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في تركيا عن طريق تحليل أبعاد النشاط الاتصالي وتشخيص طبيعة وأشكال الاستراتيجيات المستخدمة في الموقع الإلكتروني تجاه ملف أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا، وقد سعى الباحث باستعمال أداة تحليل المضمون التعرف على آليات التعامل مع هذا الملف الحيوي المرتبط بقانون المجتمع الدولي وحقوق الانسان.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تتعرض الدول والمؤسسات المحلية والحكومات والمنظمات الدولية بين فترة وأخرى إلى أزمات تشكل خطراً وانهياراً للهياكل المألوفة التي تمنح النظام السياسي والاجتماعي شرعيته، وتهدد مكانته واستقراره بصورة غير عادية بالرغم من كل الاحتياطات والخطط التي تتبناها هذه الاجهزة في حماية نفسها والحفاظ على صورتها. وتعدّ أزمة اللاجئين العراقيين التي واجهت عمل وخطط المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في تركيا من أكثر المشكلات المعقدة التي تتعلق بسمعة هذه المنظمة الدولية التي تمثل الشرعية الدولية في مجال حقوق الإنسان، لكن ما يتعرض له اللاجئون العراقيون في تركيا منذ عام 2003 ولحد الآن يشكل تحدياً كبيراً في توجيه النقد إليها، وقد حاولت المفوضية عن طريق مفاصلها المختلفة ومنها جهاز العلاقات العامة في مواجهة وإدارة هذه الأزمة، وهو ما دفع الباحث الى التصدي لدراسة الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في المفوضية لإدارة هذه الازمة، وقد اختار الباحث تسليط الضوء على أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا وتحديداً في العاصمة انقرة.

ثانياً: أهمية البحث

تتزايد وتتجدد ظهور الأزمات بمختلف أشكالها والعواقب والخسائر التي تسببها للمؤسسات، فضلاً عن الآثار النفسية والاجتماعية التي تتركها على الجنس البشري، لذلك أصبح من الضروري الوقوف على آليات العمل والتحليل لدور الاستراتيجيات الاتصالية التي توظفها أجهزة العلاقات العامة، ومدى تطابق تلك الآليات مع المبادئ والقواعد العلمية التي حددها الخبراء والباحثين في هذا الشأن، لا سيما بعد أن ادرك العالم أهمية الإعلام والاتصال في إدارة الأزمات، الأمر الذي يصب في إيجاد مؤشرات علمية تؤشر السلبيات والايجابيات، والإفادة من النتائج المعلوماتية والنظرية والميدانية لتخطي مرحلة الأخطاء عند إدارة الأزمات القادمة.

ثالثاً: أهداف البحث

1. معرفة استراتيجيات العلاقات العامة عبر الانترنت في الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين في إدارتها لازمة اللاجئين العراقيين في تركيا.
2. الكشف عن المضامين والفنون الإعلامية والاستمالات الإقناعية التي استخدمت لتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في عمل المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في إدارة أزمة اللاجئين العراقيين في تركيا.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه

يأتي البحث الحالي في إطار البحوث الوصفية التي "تصف الظاهرة للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم بها، واستخلاص النتائج والتعميمات خلال مدة من الزمن أو عدة فترات" (المشهداني، 2017، صفحة 162). ولتأكيد فكرة هذا النوع من البحوث فقد اعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يسعى إلى "الحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها في مجال مسوحات الرأي العام، ومسوحات الجمهور وسائل الإعلام، وتحليل المضمون" (المشاقبة، 2014، الصفحات 60-61).

خامساً: أداة البحث

وظفت أداة تحليل المضمون التي تمكن الباحث من "تحليل المحتوى الكيفي والكمي للموقع الالكتروني"، ولتأكيد مصداقية وثبات الأداة فقد تم إخضاعها للتحكيم العلمي على يد مجموعة من الخبراء^(*) وحصلت على نسبة (93%)، مع استخدام معادلة "هولستي" إذ بلغ معامل ثبات الاستمارة (91%).

سادساً: عينة البحث

استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل للمحتوى الرقمي الخاص باستراتيجيات العلاقات العامة في الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين؛ لكونها المنظمة الدولية الوحيدة في العالم المعنية باللاجئين. وقد تم تحليل الموقع للمدة من (2022/3/1) ولغاية (2022/6/30).

سابعاً: الدراسات السابقة

1. دراسة (الخواودة، 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الالكترونية للمنظمات الدولية التي تناولت قضايا وازمات اللاجئين السوريين في الأردن عبر تحليل مضمون الموقع الالكتروني لمنظمة الأمم المتحدة، وقد توصلت الدراسة إلى اعتماد الموقع على مجموعة من الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية تمثلت بالمؤتمرات الصحفية والأخبار، والحوارات، والاجتماعات، والتفاوض.

2. دراسة (التميمي، 2012)

هدفت الدراسة الى تحليل استراتيجيات العلاقات العامة في المواقع الالكترونية في الوزارات العراقية وهي وزارات: التعليم العالي والبحث العلمي، والمالية، والنفط، التي تعد من الدراسات الرائدة في مجال تحليل المواقع الالكترونية، وتوصلت الدراسة الى استخدام استراتيجيات مهمة على المستوى الاتصالي مثل: الاقناع، الإعلام، التثقيف، الحوار، بناء الصورة الذهنية.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم وأنماط استراتيجيات العلاقات العامة

"تمثل الاستراتيجية حزمة من الأساليب والسياسات والإجراءات المتبعة التي تشكل مساراً نحو المستقبل والتنبؤ به، وحلولاً فاعلة في حدود الامكانيات المتاحة" (القطامين، 2009، صفحة 17)، "ويشترط في نجاح استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات أن تركز على تخطيط مبرمج يضم الخطوات والمراحل والتقنيات والأدوات لتحقيق الأهداف المرجوة في إطار زمني محدد" (ياسين و العزاوي، 2020، صفحة 136).

أما العلاقات العامة فتمثل نشاط مخطط يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي من خلال سياسات وبرامج اتصالية تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية (المناعمة، 2022، صفحة 92).

ويتجسد دور العلاقات العامة في المجال الدولي في بناء علاقات التفاهم والإقناع بين المنظمة الدولية والجمهور المستفيدة في عدد من الممارسات كالدبلوماسية الرقمية والتفاوض والعلاقات الاقتصادية (عباس و العقابي، 2021، صفحة 108).

وتضم العلاقات العامة مجموعة من الاستراتيجيات التي توظفها إدارة أزمة اللاجئين إعلامياً وإدارياً واجتماعياً، وهي:

1. استراتيجية الإعلام: تعبر هذه الاستراتيجية عن المضمون الاتصالي لرؤية المنظمة، وتقديم

المعلومات والحقائق والأخبار لإثارة اهتمام الجمهور والرأي العام والحكومات بأهمية القضايا المطروحة، ويكون فيها الاتصال باتجاه واحد من المنظمة الى الجمهور، وعادة ما تأخذ أشكالاً صحفيةً متنوعةً مثل: البيانات الصحفية أو التقارير أو البرامج التلفزيونية والمقالات الرقمية. (التميمي، 2017، صفحة 27)

2. استراتيجية التثقيف: تقدم هذه الاستراتيجية أنماطاً من الوقائع والتفسيرات والمعلومات بشكل

واقعي يهدف الى توعية الجمهور، وتبني سلوكيات ايجابية تعتمد التفسير العقلي والإجرائي، لتحقيق أهداف المنظمة والحفاظ على سمعتها. (الصيفي، 2016، صفحة 166)

3. استراتيجية الإقناع: تستهدف استراتيجية الإقناع الجمهور بشكل مباشر، وتسعى الى إحداث

التأثير والتغيير في الآراء والمعتقدات والمواقف، وتعتمد اسلوب الاستمالات العاطفية بشكل كبير، وأحيانًا تستخدم الحقائق والحجج والبراهين والإحصائيات في إعداد رسالة اتصالية مؤثرة في عقول الجمهور النخبة. (آل تويم ، 2007، صفحة 33)

4. **استراتيجية الحوار:** تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين، ويكون المضمون الاتصالي فيها معبر عن توجهات أو رؤى المنظمة (صالح، 2021، صفحة 115)، وتحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين، وعادة ما تؤكد العلاقات العامة على ضرورة مشاركة الجمهور في الاجتماعات والندوات والحوارات وعملية صنع القرارات المبنية على احترام مواقف الرأي العام. (الجمال و عياد، 2014، صفحة 221)

5. **استراتيجية بناء الاجماع:** تستخدم عملية الاتصال باتجاهين عندما يكون هناك تعارض بالمصالح بين الأطراف، ويعتمد كل طرف في وجوده على الطرف الآخر، وتوظف لبناء علاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي، وينتج عنها تطوير لسياسة المؤسسة، وبذلك فأن المؤسسة تظهر ميزات كعامل جذب بصورة غير مباشرة لتكون دائمًا في الصدارة وبناء الصورة الذهنية للمؤسسة. (فرجاني، 2018، صفحة 118)

6. **استراتيجية التعاون:** تستخدم هذه الاستراتيجية عندما يكون هناك توافق في الأهداف بين المنظمة والجمهور، وحينما يشعر كل منهما بحاجة للآخر في تحديد موضوع ما يخص الطرفين، أو لغرض تقديم وتطوير الخدمات عن طريق خلق الإحساس المشترك بين الطرفين في ضوء المعلومات والحقائق الصادقة التي تسهم في التعاون والتغلب على المعوقات والأزمات التي تواجه الجمهور والمنظمة. (آل تويم ، 2007، صفحة 34)

7. **استراتيجية الصورة الذهنية:** تعتمد هذه الاستراتيجية على تكوين صورة ايجابية للمنظمة، أو تدعيم المشاعر الطيبة تجاهها عن طريق نشر الأعمال والمنجزات التي تخدم المجتمع وتحقق رفاهيته، مع التأكيد على عرض وتنفيذ المهام والأهداف التي تصب في مصلحة المنظمة وجمهورها، وتسهم في بناء أو تعزيز الصورة الذهنية المثالية التي ترغب بها الإدارة العليا. (نوير، 2016، صفحة 253)

8. **استراتيجية الترغيب:** تتضمن هذه الاستراتيجية تقديم العبارات التحفيزية، والوعود بتقديم أفضل الخدمات لحث الجمهور على فعل أو سلوك ترغب به المنظمة وتدفعه للتفاعل وانتظار القادم من الانجازات. (زين الدين، 2017، صفحة 293)

9. **استراتيجية التفاوض:** تستخدم هذه الاستراتيجية عندما تشعر المنظمة بأن هناك قضية أو مشكلة تحتاج الاجتماع والنقاش، وتتطلب مهارات إدارية وإعلامية وسياسية لحسم موضوعات أو لتنازل عن أشياء قد لا تضر وتقدم منفعة للجميع، والمهم هنا هو كيفية استثمار هذه الاستراتيجية في الحصول على المكاسب. (السماحي، 2012، صفحة 79)

10. استراتيجية المسؤولية الاجتماعية: تسهم أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات في بناء علاقات طيبة مع جميع المجتمع، والتقرب منه ومشاركته في مختلف اهتماماته واتجاهاته، ومساعدته في حل المشكلات والأزمات التي تواجهه، والمساهمة في حماية الأمن وتوعيته والأخذ بيده نحو حياة أفضل (الباوي و سعيد، 2010، صفحة 209).

ثانياً: أزمة اللاجئين العراقيين في القانون الدولي

ينص قانون اللاجئين الحديث على ان اللاجئين هم "الأشخاص الذين تعرضوا في موطنهم الأصلي أو البلد الذي كانوا يعيشون فيه في الفترة السابقة إلى مخاطر جدية، أو نشوب الحروب، أو عانوا من الخوف لأسباب معينة، أو التهديد بالقتل بسبب العرق، أو الدين، أو الجنس، أو الانتماء السياسي، وطلبوا حق اللجوء والعيش في بلاد أخرى آمنة". كما أن قسم حقوق اللاجئين والمهاجرين لـ "هيومن رايتس ووتش" بين بأنه يدافع عن حقوق اللاجئين، وطالبي اللجوء، والمهجرين، والمهاجرين في جميع أنحاء العالم. (Human Rights Watch, 2014)

وقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في 17 ديسمبر 2018، اتفاقاً جديداً بشأن اللاجئين "يعرف باسم الميثاق العالمي بشأن اللاجئين". يهدف إلى تحسين الاستجابة الدولية لحالات اللاجئين الجديدة والقائمة، ويسعى الاتفاق إلى ضمان حصول اللاجئين والأشخاص الذين يستضيفونهم على الدعم الذي يحتاجون إليه. (المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، 2023).

ونصت اتفاقية عام 1951 على جملة من المحددات والشروط التي يجب أن تتوفر في الشخص حتى يكسب صفة لاجئ في القانون الدولي: (عبد اللطيف، 2006، صفحة 44)

1. أن يكون الشخص لاجئاً بسبب أحداث وقعت كالحروب الخارجية أو الاقتتال الداخلي.
2. لديه خوف من الاضطهاد أو المعارضة أو التهديد.
3. أن يتعرض للخطر بسبب العرق، أو الجنسية، أو الدين، أو الانتماء السياسي.
4. أن يكون خارج بلده الأصل، وإذا كان عديم الجنسية، أو يتعذر عودته لأسباب خارجة عن إرادته.

وقد بلغت أزمة النزوح التي تسببت بها الحروب والنزاعات الطائفية، والإرهاب، وسوء الأوضاع الأمنية والاقتصادية في العراق ولا سيما بعد سنة 2003 حدوداً تبعث على الصدمة، وأخذت أبعاداً أساسية تمثلت بالإهمال وعدم الاستقبال والطرده والابعاد القسري، فضلاً عن تخلي العديد من الدول والحكومات والمنظمات الدولية عن واجبها الاخلاقي والسياسي والقانوني في توفير الحماية اللازمة والعيش الكريم للاجئين العراقيين.

ووفق إحصائيات مكتب مفوض الأمم المتحدة السامي لشؤون اللاجئين بلغ عدد العراقيين اللاجئين لعام 2022 في مختلف أنحاء العالم "أربعة ملايين وسبعمائة ألف" لاجئ ما عدا اللاجئين

غير المسجلين أو المهاجرين بصفة غير قانونية. (Agency Refugee Un The، 2022) ولجميع الأفراد بمن فيهم الأشخاص الذين رفضت طلبات لجوئهم، الحق في الحماية الكاملة التي يمنحها القانون والمعايير الدوليين لحقوق الانسان، ويتوجب على الحكومات والدول المضيفة سواء تلك المجاورة للعراق أو البعيدة عن حدوده، وكذلك المجتمع الدولي الأوسع، احترام الطيف الكامل من الحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية للعراقيين، وضمان هذه الحقوق من غير تمييز.

وتشتمل هذه الحقوق التي أقرها القانون الدولي للاجئين في أعلى مستوى متاح من الصحة والتعليم والسكن والغذاء والماء والحصول على فرصة عمل. (المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، 2020)

وأوضح تورك في الدورة الـ 52 لمجلس حقوق الإنسان بأن "الاقتصاد القائم على حقوق الإنسان هو اقتصاد يسمح بتوجيه جميع القرارات الاقتصادية والمالية والنقدية والاستثمارية والتجارية الوطنية للنهوض بحقوق الإنسان". (تورك، 2023)

ثالثاً: إجراءات اللجوء الوطنية للحماية الدولية

تعد الحكومة التركية الجهة الرئيسية لتوفير الحماية في تركيا، وإن أهم خطوة لضمان حقوق اللاجئين في تركيا هو التسجيل بعده فرضاً هاماً على الأجانب في تركيا، باعتباره من أسس الإقامة القانونية في تركيا، ويتيح المجال للحصول على الخدمات العامة. ويحمي اللاجئ من العودة القسرية إلى بلده. (UNHCR The UN Refugee Agency Help, 2023)

رابعاً: برامج وانشطة مكتب المفوض السامي للاجئين الخاص بالعراق عبر الانترنت

وسع مكتب المفوض السامي لشؤون اللاجئين مسرح عملياته الإدارية والفنية والإعلامية في توفير الحماية اللازمة والاعون للاجئين العراقيين في تركيا من خلال التسجيل والمساعدات الغذائية والإنسانية، وتوفير الخدمات الاستشارية، وخدمات المجتمع المحلي، والتعليمي، والصحي، بعد أن نشرت العديد من وسائل الإعلام حجم المعاناة التي يتعرض لها اللاجئ العراقي في مختلف دول العالم.

وأوضح مكتب المفوض بأنه ليست التكنولوجيات الرقمية قائمة بحدّ ذاتها، بل تشكل أداة قوية تدعم التقدم البشري وتساهم إلى حدّ كبير في تعزيز وحماية حقوق الإنسان". (الأمم المتحدة حقوق الانسان مكتب المفوض السامي، 2022)

وقد أصبحت المنظمات الدولية لشؤون اللاجئين التي تقدم الخدمات العامة على يقين بأن نجاحها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرتهم على نجاح العملية الاتصالية، وعليه تكمن أهمية العلاقات العامة في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين كما يأتي: (طنطاوي، 2018، صفحة 179)

1. تقوم العلاقات العامة الرقمية بتسهيل الاتصال مع اللاجئين وحكوماتهم والسفارات بصورة مرنة ومستمرة وبالسرية الممكنة، وهذا ينعكس إيجابياً على صورة المنظمة.
 2. تمكّن العلاقات الرقمية في المفوضية من تحقيق التواصل الرقمي مع المنظمات الدولية والأمم المتحدة والصحفيين لمناقشة شؤون اللاجئين.
 3. تسهم العلاقات الرقمية في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات والمعوقات التي تواجه عمل المفوضية الناجمة عن إدارة أزمة اللاجئين.
- وتتمتع العلاقات العامة الرقمية في المفوضية بالكثير من الأساليب من خلال توظيف الأدوات الرقمية في تسهيل عمليات الاتصال التنظيمي والجماهيري، والوصول الى أصحاب القرارات الدولية ومسؤولي المنظمات الدولية، ومن هذه الأساليب: (محمد، 2014، صفحة 457، 458)
- "موقع المنظمة الرقمي، البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، منصات التواصل الاجتماعي، الاجتماعات الرقمية".
- وتركز العلاقات العامة الرقمية في المفوضية في عملها على آليات النشر الإلكتروني في إنتاج البيانات والوثائق والمعلومات والتقارير عن طريق مجموعة حواسيب مدعمة بتقنية الانترنت الفائقة السرعة. (لابد و جاسم، 2018، صفحة 156)

الإطار الميداني

عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية

جدول (1) يوضح العناصر التعريفية واللغات والتحديثات الخاصة بالموقع الإلكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين

ت	العناصر التعريفية	متوفر	غير متوفر
1	علم المفوضية	✓	
2	شعار المفوضية	✓	
3	رمز المفوضية		✓
4	وصف المفوضية	✓	
5	الهيكل التنظيمي	✓	
6	الروابط الرقمية	✓	
ت	اللغات	متوفر	غير متوفر
1	الانكليزية	✓	
2	الفرنسية	✓	
3	الاسبانية	✓	
4	التركية	✓	

استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في ادارة ازمة اللاجئين العراقيين في تركيا...

5	العربية	✓	
ت	التحديثات	متوفر	غير متوفر
1	تحديث يومي		✓
2	تحديث اسبوعي	✓	
3	تحديث نص شهري		✓
4	تحديث شهري		✓

يبين الجدول (1) أهم العناصر التعريفية، واللغات المستخدمة، وأنواع التحديثات في الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين في تركيا، إذ تصدر الموقع العلم والشعار أولاً، وكذلك احتلت اللغة الانكليزية المرتبة الأولى، وتلتها اللغة الفرنسية بالمرتبة الثانية، وجاءت اللغة الاسبانية بالمرتبة الثالثة، وحظيت اللغة التركية بالمرتبة الرابعة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة اللغة العربية، أما فئة التحديثات فقد اعتمد الموقع على نمط التحديث الاسبوعي بشكل واضح.

جدول (2) استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في المواقع الالكترونية التي اعتمدها المفوضية السامية لشؤون اللاجئين

ت	استراتيجيات التنقيف	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	استراتيجية الإعلام	32	13.59%	الأولى
2	استراتيجية الحوار	31	13.46%	الثانية
3	استراتيجية الإقناع	30	12.67%	الثالثة
4	استراتيجية المسؤولية الاجتماعية	25	10.73%	الرابعة
5	استراتيجية الترغيب	24	10.31%	الخامسة
6	استراتيجية بناء الإجماع	23	10.14%	السادسة
7	استراتيجية التعاون	22	9.68%	السابعة
8	استراتيجية الصورة الذهنية	21	9.13%	الثامنة
9	استراتيجية التفاوض	17	7.15%	التاسعة
10	استراتيجية التيسير	7	2.95%	العاشرة
	المجموع	232	100%	

اظهرت نتائج البحث في الجدول (2) استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في المواقع الالكترونية التي اعتمدها المفوضية السامية لشؤون اللاجئين، وجاءت هيمنة استراتيجية الإعلام بالمرتبة الأولى على باقي الاستراتيجيات بتكرار بلغ (32) مرة وبنسبة مئوية بلغت (13.59%)، فيما جاءت استراتيجية الحوار بالمرتبة الثانية بتكرار (31) مرة وبنسبة مئوية بلغت (13.46%)، وتلتها استراتيجية الإقناع بالمرتبة الثالثة بتكرار (30) مرة وبنسبة مئوية بلغت (12.67%)، وحازت استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على المرتبة الرابعة بتكرار (25) مرة وبنسبة مئوية بلغت

(10.73%)، وحلت بالمرتبة الخامسة استراتيجية الترغيب بتكرار (24) مرة وبنسبة مئوية بلغت (10.31%)، أما بقية الاستراتيجيات فقد جاءت تباعا كما موضح في الجدول (2): استراتيجية بناء الاجماع سادسا، واستراتيجية التعاون سابعا، واستراتيجية الصورة الذهنية ثامنا، واستراتيجية التفاوض تاسعا، وأخيرا وبالمرتبة العاشرة حلت استراتيجية التيسير.

جدول (3) أنواع الأنشطة الاتصالية في العلاقات العامة الرقمية في الموقع الإلكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الرئيسية	ت
الأولى	55.90%	322	النشاط الإعلامي	1
الثانية	23.44%	135	النشاط التسويقي	2
الثالثة	10.94%	63	النشاط الاعلاني	3
الرابعة	9.72%	56	النشاط الدعائي	4
	100%	576	المجموع	

بينت نتائج البحث في الجدول (3) أنواع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية لدى الموقع الإلكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين، وجاءت فئة النشاط الاعلامي على المرتبة الأولى بتكرار قدره (322) وبنسبة مئوية بلغت (55.90%)، وهذا يفسر تصدر استراتيجية الإعلام في نشاط المفوضية الرقمي، بينما حلت فئة النشاط التسويقي لبرامج المفوضية على المرتبة الثانية بتكرار قدره (135) وبنسبة مئوية (23.44%)، وحازت فئة النشاط الاعلاني على المرتبة الثالثة بتكرار بلغ (63) وبنسبة مئوية بلغت (10.94%)، أما في المرتبة الرابعة والأخيرة فقد حلت فئة النشاط الدعائي بتكرار قدره (56) وبنسبة مئوية بلغت (9.72%).

جدول (4) أهداف العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	45.57%	175	اخباري	1
الثانية	22.40%	86	تثقيف	2
الثالثة	18.75%	72	ارشادي	3
الرابعة	13.28%	51	تعليمي	4
	100%	384	المجموع	

يوضح الجدول (4) الأهداف العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين، فقد هيمن الهدف الإخباري على نتائج البحث واحتل المرتبة الأولى بتكرار بلغ (175) وبنسبة مئوية بلغت (45.57%)، وتلاه بالمرتبة الثانية الهدف التثقيفي بتكرار بلغ (86) مرة وبنسبة مئوية بلغت (22.40%)، أما الهدف الارشادي فقد جاء بالمرتبة الثالثة بتكرار بلغ (72)

مرة وبنسبة مئوية بلغت (18.75%)، وحلّ الهدف التعليمي على المرتبة الرابعة بتكرار بلغ (51) مرة وبنسبة مئوية بلغت (13.28%).

جدول (5) فئات الفنون الصحفية المستخدمة في نشاط العلاقات العامة الرقمية في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الاخبار	291	75.78%	الاولى
2	التحقيقات	37	9.64%	الثانية
3	التقارير	31	8.07%	الثالثة
4	استطلاعات الرأي	23	5.99%	الرابعة
5	مقالات	2	0.52%	الخامسة
	المجموع	384	100%	

يوضح الجدول (5) فئات الفنون الصحفية المستخدمة في نشاط العلاقات العامة الرقمية في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين، وجاءت فئة الأخبار بالمرتبة الأولى بعدد كبير من التكرارات بلغت (291) مرة وبنسبة مئوية بلغت (75.78%)، وتلتها فئة التحقيقات الإعلامية على المرتبة الثانية بعدد من التكرارات بلغت (37) مرة وبنسبة مئوية بلغت (9.64%)، في حين حازت فئة التقارير على المرتبة الثالثة بعدد من التكرارات بلغت (31) مرة وبنسبة مئوية بلغت (8.07%)، أما فئة استطلاعات الرأي العام فقد حلت على المرتبة الرابعة بتكرارات بلغت (23) مرة وبنسبة مئوية بلغت (5.99%)، وجاءت المقالات في المرتبة الخامسة والأخيرة، بتكرارين وبنسبة مئوية بلغت (0.52%).

جدول (6) يوضح فئة الوسائط المتعددة للعلاقات العامة الرقمية في المفوضية

السامية لشؤون اللاجئين

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	نص مع صورة	291	75.78%	الاولى
2	نص مع فيديو	83	21.62%	الثانية
3	نصوص فقط	7	1.82%	الثالثة
4	صور فقط	3	0.78%	الرابعة
	المجموع	384	100%	

اظهرت نتائج البحث في الجدول (6) فيما يتعلق بفئة الوسائط المتعددة للعلاقات العامة الرقمية في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين، وجاءت فئة نصّ مع صورة على المرتبة الاولى بتكرار قدره (291) مرة وبنسبة مئوية بلغت (75.78%)، في حين حلت فئة نص مع الفيديو على المرتبة الثانية بمجموع تكرارات بلغت (83) مرة وبنسبة مئوية بلغت (21.62%)، وجاءت فئة النصوص

فقط بالمرتبة الثالثة بتكرارات بلغت (7) وبنسبة مئوية بلغت (1.82%)، أما فئة الصور فقط فقد احتلت المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد من التكرارات بلغت (3) وبنسبة مئوية بلغت (0.78%).

جدول (7) الاستمالات المستخدمة في نشاط العلاقات العامة عبر الموقع الالكتروني في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين

ت	الاستمالات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الاستمالات العاطفية	61	46.21%	الاولى
2	الاستمالات العقلية	48	36.36%	الثانية
3	الاستمالات المدمجة	23	17.42%	الثالثة
	المجموع	132	100%	

كشفت نتائج البحث في الجدول (7) عن الاستمالات المستخدمة في نشاط العلاقات العامة الرقمية عبر الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين، إذ حازت الاستمالات العاطفية على المرتبة الاولى بتكرار قدره (61) مرة وبنسبة مئوية بلغت (46.21%)، في حين جاءت الاستمالات العقلية بالمرتبة الثانية وبعدها من التكرارات بلغت (48) مرة وبنسبة مئوية بلغت (36.36%)، واحتلت الاستمالات المدمجة التي تشير الى احتواء الرسالة على محتوى عاطفي ومحتوى عقلي في الخطاب الاعلامي على المرتبة الثالثة بعدد من التكرارات بلغت (23) مرة وبنسبة مئوية بلغت (17.42%).

النتائج

- وظفت العلاقات العامة في المفوضية السامية لشؤون اللاجئين عشر استراتيجيات اتصالية عبر موقعها الالكتروني وهي: استراتيجية الإعلام، استراتيجية التثقيف، استراتيجية الحوار، استراتيجية المسؤولية الاجتماعية، استراتيجية الصورة الذهنية، استراتيجية الترويج، استراتيجية التيسير، استراتيجية التفاوض، استراتيجية التعاون، واستراتيجية بناء الاجماع.
- حازت استراتيجية الإعلام على المرتبة الأولى في استخدام أنماط الاستراتيجيات، وتلتها استراتيجيات الحوار والاقناع.
- تصدر النشاط الإعلامي أشكال الأنشطة الاتصالية في فئات الأنشطة الاتصالية التي تمارسها العلاقات العامة لدى الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين.
- جاءت الأخبار في مقدمة الفنون الإعلامية المستخدمة في نشاط العلاقات العامة الرقمية.
- احتلت الاستمالات العاطفية على المرتبة الأولى من بين الاستمالات الموظفة في العلاقات العامة الرقمية في الموقع الالكتروني للمفوضية السامية لشؤون اللاجئين، وتلتها الاستمالات العقلية، ومن ثم الاستمالات المدمجة "العاطفية - العقلية".

الهوامش

(* أسماء المحكمين

1. أ.د. علي جبار الشمري، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
2. أ.د. ناهض فاضل زيدان، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
3. أ.د. شكريه السراج، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
4. أ.د. باقر موسى جاسم، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
5. أ.د. سالم جاسم العزاوي، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
6. أ.د. عادل العباسي، إدارة عامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
7. أ.م.د. سليم العلي، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.
8. أ.م.د. رنا الشجيري، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.
9. أ.م.د. سيف محمد رديف، علوم الإحصاء، مركز البحوث النفسية، جامعة بغداد.

المصادر والمراجع

<https://www.hrw.org/ar/topic/allajywn>. Human Rights Watch (2014). *اللاجئون والمهاجرون*.

UNHCR The UN Refugee Agency Help (2023). *إجراءات اللجوء الوطنية للحماية الدولية*.
<https://help.unhcr.org/turkiye/ar/information-for-non-syrians/national-asylum-procedures-ip>

آل تويم، ع. ب. م. ب. س. (2007). *العلاقات العامة والصحافة استراتيجيات التحرير والبرود. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية*.

الامم المتحدة حقوق الانسان مكتب المفوض السامي. (2022). *لمحة عن الخصوصية الرقمية وحقوق الإنسان*.
<https://www.ohchr.org/ar/privacy-in-the-digital-age>

الباوي، ع. ا. ن.، و سعيد، س. ع. (2010). *الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة* (دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية). *مجلة الادارة والاقتصاد*، 28(83)، 203-248.
<https://www.iasj.net/iasj/article/9518>

التميمي، خ. ك. ك. (2017). *استراتيجيات العلاقات العامة وادارة الازمات*. عمان: دار المجد للنشر والتوزيع.

الجمال، م. ر.، و عياد، خ. م. (2014). *ادارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي* (5 ed.). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الحوالدة، س. ف. س. (2022). *دور المواقع الإلكترونية للمنظمات الدولية في تناول قضايا اللاجئين السوريين في الأردن*. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*، 2022(23)، 653-682.
<https://doi.org/10.21608/sjocs.2022.245685>

السماحي، ش. م. (2012). *إدارة التفاوض في مواجهة الازمات الأمنية. الفكر الشرطي*، 78(173)، 63-61.
<https://platform.almanhal.com/Files/2/11420>

الصيفي، ح. ن. (2016). *تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية : دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية وإستخدامها*. *المجلة العربية للإعلام والاتصال* (15)، 143 - 182.
<http://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/107969>

- القطامين، أ. (2009). *الإدارة الاستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية* (ed 2). عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع
- المشاقبة، ب. ع. ا. (2014). *مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب*. عمان: دار اسامة للتوزيع والنشر. المشهداني، س. س. (2017). *مناهج البحث الاعلامي*. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب العربي.
- المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين. (2020). *ما هي اتفاقية عام 1951 الخاصة بوضع اللاجئين؟*. <https://www.unhcr.org/ar/4be7cc27201>
- المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين. (2023). *صفحة جديدة لصالح اللاجئين*. <https://www.unhcr.org/ar/5ae6cb014>
- المناعمة، و. ع. ا. (2022). دور العلاقات العامة في توعية الجمهور الفلسطيني بقضية الأسرى لدى الاحتلال دراسة تطبيقية على العاملين في وزارة شؤون الأسرى والمحررين. *الباحث الإعلامي*، 14(56)، 83-104. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i56.880>
- تورك، ف. (2023/3/7، 2023). *آخر المستجدات العالمية: المقوض السامي يعرب عن مخاوفه حيال الأوضاع السائدة في أكثر من 40 بلداً*. <https://www.ohchr.org/ar/statements-and-speeches/2023/global-update-high-commissioner-outlines-concerns-over-40-countries>
- زين الدين، م. ج. (2017). *العلاقات العامة في المؤسسات السياحية*. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.
- صالح، ا. م. (2021). *دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المؤسسة* (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
- طنطاوي، م. م. (2018). *أساليب وممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية دولة الامارات العربية المتحدة نموذجاً*. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*، 2018(16)، 175-205. https://journals.ekb.eg/article_107107_e616_9454d2e619724524d837377f4963.pdf
- عباس، س. خ.، و العقابي، ج. ط. (2021). *أساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الالكتروني*. *الباحث الإعلامي*، 13(51)، 103-118. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i51.741>
- عبد اللطيف، ف. (2006). *اللاجئ في القانون الدولي*. *المجلة المغربية للاقتصاد والقانون المقارن* (45)، 81-41. <http://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/245924>
- فرجاني، ع. (2018). *العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال*. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.
- لابد، م. ر.، و جاسم، ب. م. (2018). *توظيف تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في العلاقات العامة: دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية في الوزارات العراقية "بحث مستل من أطروحة دكتوراه"*. *الباحث الإعلامي*، 10(39)، 151-180. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.78>
- محمد، ص. ا. (2014). *دور العلاقات العامة في تفعيل اداء الحكومة الالكترونية مشروع افتراضي للحكومة الالكترونية العراقية تطبيقاً على وزارة المالية (الهيئة العامة للضرائب)*. *مجلة الجامعة العراقية*، 33(1)، 477-453. <https://www.iasj.net/iasj/article/125354>
- التميمي، ع. غ. م. (2012). *استراتيجيات العلاقات العامة في المواقع الالكترونية الحكومية: (دراسة تحليلية لأساليب ومضامين مواقع الوزارات العراقية التعليم العالي والبحث العلمي - المالية - النفط)* (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
- نوير، ر. ع. (2016). *مقدمة في العلاقات العامة*. العين: دار الكتاب الجامعي.
- ياسين، آ. ح.، و العزاوي، س. ج. (2020). *استراتيجيات العلاقات العامة التسويقية على المستوى الدولي (دراسة تحليلية لموقعي "Samsung, Apple" على الانترنت)*: (بحث مستل من رسالة

<https://doi.org/10.33282/abaa>. 148-129، (48) 12، الباحث الإعلامي، ماجستير). [v12i48.584](https://doi.org/10.33282/abaa.v12i48.584)

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Abbas, S. K., & Aleqabi, J. T. (2021). International Public Relations methods in building the state's image through Cyberspace. *ALBAHITH ALALAMI*, 13(51), 103-118. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i51.741>
- Al-Bawi, A. R. N., & Saeed, S. A. R. (2010). The strategic role of social responsibility in the overall achievement of sustainable competitive advantage (case study in the General Company for the manufacture of fertilizers South). *Journal of Administration and Economics* 28(83), 203-248. <https://www.iasj.net/iasj/article/9518>
- Al-Din, M. J. Z. (2017). *Public relations in tourism institutions*. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Al-Jamal, M. R., & Ayad, K. M. (2014). *Public relations management, strategic approach* (5 ed.). Cairo: Egyptian Lebanese House.
- Al-Khawaldeh, S. F. S. (2022). The role of websites of international organizations in addressing the issues of Syrian refugees in Jordan: *Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 2022(23), 653-682. <https://doi.org/10.21608/sjocs.2022.245685>
- Al-Manama, W. A. (2022). The role of public relations in educating the Palestinian public about the issue of prisoners under the occupation An applied study on the employees of the Ministry of Detainees and Ex-Prisoners Affairs. *ALBAHITH ALALAMI*, 14(56), 83-104. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i56.880>
- Al-Mashaqba, B. A. R. (2014). *Media research methods and discourse analysis*. Amman: Dar Osama for Distribution and Publishing.
- Al-Saifi, H. N. (2016). Adoption of social media by public relations practitioners in Saudi governmental organizations: a survey study within the framework of

- the unified theory of technology acceptance and use. *Arab Journal of Media and Communication*(15), 143 - 182. <http://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/107969>
- Al-Samahi, S. M. (2012). Negotiation management in the face of security crises. *Al-Fikr Al-Shurti*, 78(173), 63-61. <https://platform.almanhal.com/Files/2/11420>
- Al-Timimi, A. G. M. (2012). *The Strategies of Public Relations in the Governmental Electronic Sites: Analytical study for the styles and the contents of Iraqi ministries electronic sites Higher Education and Scientific Research, Finance and and Ministry of Oil* (Unpublished Master thesis). Department of Public Relations, College of Mass Communication, University of Baghdad.
- Al-Tuwaim, A. b. M. b. S. (2007). *Public relations and journalism editorial strategies and responses*. Riyadh: King Fahd National Library.
- ALmishhdani, S. S. (2017). *Media Research Methods*. United Arab Emirates: Arab Book House.
- Ferjani, A. (2018). *Public relations and communication strategies*. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Human Rights Watch. (2014). *Refugees and Migrants*. <https://www.hrw.org/ar/topic/allajywn>
- labd, M. R., & Jasim, B. M. (2018). Employment of Electronic Communication Technology in Public Relations: An analytical study of websites in Iraqi ministries "research extracted from a doctoral dissertation". *ALBAHITH ALALAMI*, 10(39), 151-180. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.78>
- Latif, F. A. (2006). The refugee in international law. *Moroccan Journal of Economics and Comparative Law*(45), 81-41. <http://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/245924>
- Mohammed, S. A. (2014). The role of public relations in activating the performance of e-government A virtual project for the Iraqi e-government application to the Ministry of Finance (General Authority for Taxes). *Journal of The Iraqi University* 33(1), 453-477. <https://www.iasj.net/iasj/article/125354>
- Noir, R. A. (2016). *Introduction to public relations*. Al Ain: University Book House.
- Qatamin, A. A. (2009). *Strategic management concepts and applied cases* (2 ed.). Amman: Dar Majdalawi for Publishing and Distribution.
- Saleh, E. M. (2021). *The role of public relations in managing an organization's reputation* (Unpublished master's thesis). Department of Public Relations, College of Mass Communication, University of Baghdad.
- Tamimi, K. K. K. A. (2017). *Public relations strategies and crisis management*. Amman: Dar Al Majd for Publishing and Distribution.
- Tantawi, M. M. (2018). Methods and practices of electronic participation and social communication in government agencies in the United Arab Emirates as an example. *Scientific Journal of Public Relations and Advertising*

Research, 2018(16), 175-205. https://journals.ekb.eg/article_107107_e6169454d2e619724524d837377f4963.pdf

- The Un Refugee Agency. (2022). *Global Report*. <https://bit.ly/46HPSBn>
- Türk, V. (2023, 7/3/2023). *Lateřt global developments: The High Commissioner expresses his concerns about the situation prevailing in more than 40 countries*. <https://www.ohchr.org/ar/statements-and-speeches/2023/03/global-update-high-commissioner-outlines-concerns-over-40-countries>
- unhcr the UN refugee Agency help. (2023). *National asylum procedures for international protection*. <https://help.unhcr.org/turkiye/ar/information-for-non-syrians/national-asylum-procedures-ip/>
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2020). *What is the 1951 Convention relating to the Status of Refugees?* <https://www.unhcr.org/ar/4be7cc27201>
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2023). *A new deal for refugees*. <https://www.unhcr.org/ar/5ae6cb014>
- United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. (2022). *An overview of digital privacy and human rights*. <https://www.ohchr.org/ar/privacy-in-the-digital-age>
- Yassen, A. H., & Al-azaway, S. J. (2020). The strategy of Marketable Public Relations Internationally Analytical study of the websites of “ Apple “ and “Samsung “ on the internet: (A research drawn from a Master Degree thesis). *ALBAHITH ALALAMI*, 12(48), 129-148. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i48.584>