**العلاقات العامة ودورها في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد–19)**

دراسة تطبيقية على المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل

**Public relations and its role in raising awareness of the Corona- Covid 19 pandemic**

the case study on the General Directorate of Health Affairs in Hail region

**د محمد عبد الله حسن البخيت**

أستاذ الإعلام المساعد، كلية الآداب والفنون، جامعة حائل

**Mohamed Abdalla Hassan Elbakhet**

Assistant Professor of Media, College of Arts and Sciences, University of Hail

**الملخص:**

تناول هذا البحث موضوع العلاقات العامة ودورها في التوعية بجائحة كورونا-كوفيد 19، دراسة تطبيقية على المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل، ويهدف إلى معرفة دور العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل وتصديها لجائحة كورونا، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وعدداً من أدوات جمع البيانات في البحث العلمي، الملاحظة والمقابلة والاستبانة، من خلال تحليل الاستبانة أظهرت النتائج أن التوعية بجائحة كورونا ظهرت في الأخبار الإذاعية والتلفزيونية من خلال المؤتمرات الصحفية، ومن خلال المطبوعات الورقية في التجمعات والأسواق وأماكن الترفيه، وفي الإعلام المباشر ظهرت التوعية من خلال خطب المساجد والرسائل النصية القصيرة للمشتركين، وفي الإعلام الرقمي ظهرت التوعية بصورة أكبر من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية، وصفحة المديرية العامة للشؤون الصحية في تويتر.

**الكلمات المفتاحية**: التوعية الصحية، جائحة كورونا، العلاقات العامة، منطقة حائل

**Abstract:**

This research dealt with the issue of public relations and its role in raising awareness of the Corona-Covid 19 pandemic, the case study on the General Directorate of Health Affairs in Hail region. Which aims to know the role of public relations in the General Directorate of Health Affairs in the Hail region and its response to the Corona pandemic. The researcher used the descriptive analytical method and a number of data collection tools in scientific research observation, interview, and questionnaire. Through the analysis of the questionnaire, the results showed that awareness of the Corona pandemic appeared in radio and television news, press conferences, and paper publications in gatherings, markets, places of entertainment, the official page of the Saudi Ministry of Health, and the page of the General Directorate of Health Affairs on Twitter.

**Keywords**: Health awareness, corona pandemic, public relations, Hail region

**المقدمة:**

فيروس كورونا المستجد هو فيروس ظهر في مدينة ووهان وسط الصين في أواخر ديسمبر للعام 2019م، لينتشر بعدها في العديد من الدول الأخرى الآسيوية والعربية والغربية وهو فيروس سريع الانتشار والعدوى، وأطلق عليه اسم COVID-19وقد صنّفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020م بال[جائحة](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9) (منظمة الصحة العالمية، 2020).

منظمة الصحة العالمية بدورها تعمل بصورة مستمرة على التوعية وخطورة الفيروس وكيفية الحد من انتشاره في بقية دول العالم التي لم ينتشر فيها الوباء، وقد خصصت موقعاً رسمياً يصدر آخر الإحصائيات والأرقام عن الوباء من حيث الإصابة والوفاة والشفاء في كل الدول، بالإضافة إلى الموقع الإلكتروني الرسمي، وأيضاً منصة الفيس بوك أفردت مساحة في التطبيق -مركز معلومات فيروس كورونا (كوفيد-19)- يتناول جائحة كورونا وترصد فيه آخر الأحداث والإحصائيات وأيضاً التوعية والمخاطر بالإضافة إلى الاستبانات المستمرة لرواد منصة فيس بوك.

الإعلام بكل مسمياته ومكوناته المختلفة أيضاً أفرد مساحات واسعة متناولاً جائحة كورونا سواء بالمعلومات أو الأخبار أو التقارير أو التحليل من الجهات المختصة، وبالمقابل تناولت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة أيضاً الجائحة بالعديد من المحتويات الرقمية والمصورة، إلا أن هذا الكم الهائل من المعلومات والبيانات عبر هذه الوسائط المختلفة فيه ما هو واقعي ومنطقي وما هو تهويل من خلال الإشاعات الكاذبة والمغرضة (البخيت، 2020).

في المنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط كان لوزارة الصحة السعودية الدور الأبرز في التعامل مع جائحة كورونا منذ ظهور الفيروس في الصين؛ حيث ظلت تتابع باستمرار التطورات المتسارعة وانتشار الفيروس بصورة سريعة جداً، حيث اتَّخذت كل الاحتياطات اللازمة لمجابهة هذا الفيروس بالعديد من الإجراءات الحازمة حتى لا ينتشر هذا الفيروس بصورة أوسع في المملكة، ووثقت أيضاً تجربتها في تصديها لجائحة كورونا (وزارة الصحة السعودية، 2020).

المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل واحدة من المديريات العامة للشؤون الصحية بالمملكة العربية السعودية، كان لها دور كبير وبارز في التوعية بالجائحة من خلال موقعها الرسمي على الإنترنت وصفحتها الرسمية الموثقة على موقع تويتر وتغريدات المديرية المستمرة في التوعية، ومن خلال أنشطة وبرامج إدارة العلاقات العامة بالوزارة وما تنتجه من برامج حوارية وتوعوية ومطبوعات توعوية عن مخاطر كوفيد-19، كل هذه العوامل ساعدت في تجنب العديد من المواطنين مخاطر هذا الفيروس.

**مشكلة البحث:**

إثر ظهور فيروس كورونا covid-19 في ديسمبر من العام 2019 بجمهورية الصين الشعبية بمدينة ووهان وسط الصين، وانتشاره في سائر دول العالم الأخرى، وبعد أن صنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 بالجائحة، تناولت وسائل الإعلام بكل مسمياتها المختلفة وأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية هذه الجائحة بالرصد والمتابعة والتحليل، وقد حازت أخبار كورونا على الكثير من القنوات الإخبارية والقنوات المتخصصة وأفردت حيزاً واسعاً من برامجها، وبالمقابل ضجت مواقع التواصل الاجتماعي وكثرت المحتويات والتقارير والتحليلات والصور والفيديوهات، إلا أن هناك مواقع رسمية تصدر وباستمرار آخر التطورات والإحصائيات لهذه الجائحة، وهناك كثير من المؤسسات الصحية بدول العالم المختلفة اهتمت بنشر التوعية عن مخاطر هذا الفيروس ومضارّه على الإنسان سواء عبر موقعها الرسمي أو من خلال المواقع المتخصصة للتوعية الصحية، ومن المؤسسات التي كان لها دور بارز في التصدي لهذه الجائحة وزارة الصحة السعودية والمديريات العامة للشؤون الصحية بمناطق المملكة، ودورها الكبير في التوعية المستمرة للمواطنين عن مخاطر هذا الفيروس، وعليه أراد هذا البحث أن يقف على دور المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل وتصديها لجائحة كورونا، ويجيب على التساؤل الرئيسي للدراسة: ما دور العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد-19)**؟** ومنه تتفرع أسئلة البحث الآتية:

**تساؤلات البحث:**

1. هل أسهمت إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل في التوعية بجائحة كورونا؟
2. هل أسهمت المادة التوعوية المعدّة من قِبَل إدارة العلاقات العامة والمقدمة من خلال وسائط الاتصال المختلفة - في التقليل من انتشار الفيروس؟
3. هل أفردت إدارة العلاقات العامة بالمديرية الصحية بمنطقة حائل مساحات بوسائل الإعلام عن الحديث عن جائحة كورونا؟
4. هل استجاب المواطن وتفاعل مع ما تبثّه إدارة العلاقات العامة من خلال وسائل الإعلام عن التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها؟
5. ما الصعوبات التي واجهت العلاقات العامة للتصدي لجائحة كورونا من خلال التوعية الصحية؟

**أهمية البحث:**

تأتي أهمية البحث كونه دراسة حديثة بحثت موضوعاً جديداً، وللعلاقات العامة في أي مؤسسة صحية لها الدور التوعوي والتثقيفي الكبير الذي تلعبه في توعية المجتمع بمخاطر الأمراض والأوبئة بصورة عامة، وذلك من خلال أنشطتها وبرامجها الإعلامية المختلفة ومن خلال الاتصال المباشر مع قيادات المجتمع المحلي.

**أهداف البحث:** يهدف هذا البحث إلى عدد من الأهداف نلخصها في النقاط التالية**:**

1. معرفة ما إذا كانت إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل قد لعبت دوراً في التوعية بجائحة كورونا (كوفيد–19).
2. الوقوف على أداء إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل، في فترة جائحة كورونا منذ بداياتها.
3. معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف في أداء العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل.
4. توثيق تجربة إدارة الإعلام والعلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل في تعاملها مع جائحة كورونا ودورها التوعوي بالفيروس.

**مصطلحات الدراسة النظرية والإجرائية:**

**العلاقات العامة**:

تُعرِّف جمعيةُ العلاقات العامة الأمريكية العلاقاتِ العامَّةَ بأنها: "نشاط أي صناعة، أو هيئة، أو مهنة، أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها، كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام" (عقيلان، 2015: 19).

ويعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة على أنها: "الجهود المخططة والمستمرة لإقامة وإدامة فهم متبادل بين منظمة الأعمال وجماهيرها" (فرجاني، 2017: 22).

وتُعرَّف العلاقات العامة بأنها: "الجهود التي تسعى من خلالها المؤسسة لبناء صورة ذهنية جيدة للمنشأة، مع الحفاظ عليها لتحقيق الفهم والعلاقات المتبادلة بين المنظمة وجماهيرها (عبد الخالق، 2015: 11).

**التوعية الصحية:**

هي كل نشاط يهدف إلى توعية المواطنين وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم، من أجل تربية المجتمع على السلوك الصحي السليم انطلاقاً من عقيدته وقيمه وثقافته (عمروش، 2020: 675). وتعدّ التوعية الصحيّة شكلاً من أشكال الخير الذي يجب أن يشارك فيه الجميع حسب قدراتهم وإمكاناتهم، ولا ينحصر ذلك في مؤسسات الإعلام والصحة.

ويمكن تعريف التوعية الصحية إجرائياً بأنها: توعية المجتمع من مخاطر المرض والوقاية منه، والعمل على تغيير السلوك الصحي السلبي إلى سلوك إيجابي يفيد المجتمع، مستخدمين في ذلك كافة وسائل الإعلام المختلفة.

**جائحة:** الجائحة هي وباء ينتشر على نطاق شديد الاتساع يتجاوز الحدود الدوليَّة، مؤثراً -كالمعتاد- على عدد كبير من الأفراد (منظمة الصحة العالمية، 2020).

**كورونا (COVID-19):** مرض كوفيد-19 هو مرض مُعْدٍ يسببه فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس وهذا المرض المستجدين قبل اندلاع الفاشية في مدينة يوهان الصينية في كانون الأول-ديسمبر 2019 (منظمة الصحة العالمية، 2020).

**الدراسات السابقة:**

من خلال الاطّلاع على العديد من مواقع الإنترنت المختلفة الرسمية وغير الرسمية والاطّلاع المستمر على المنصّات التي خصصت لجائحة كورونا، تناول عدد من الباحثين جائحة كورونا من وجهة نظرهم ووفقاً لتخصصاتهم المختلفة، منهم من تناول الجانب الطبي والعلاجي (الوقاية والعلاج) ومنهم من تناول الجانب الاقتصادي ومدى تأثره بالجائحة، وكذلك الجانب السياحي والجانب المجتمعي، وقد اطّلع الباحث على العديد من المواقع الرسمية لوزارات الصحة بالدول العربية فلم يجد دراسات تناولت دور العلاقات العامة في التوعية بجائحة كورونا سوى دراسة واحدة بالمملكة العربية السعودية وثّقت لتجربة وزارة الصحة متمثلة في إدارة الإعلام في جائحة كورونا وبعض الدراسات من الباحثين. فيما يلي نستعرض عددًا من الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (عباة، 2020) إلى تعرُّف دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والتطبيقي، وتم تحديد مجتمع الدراسة بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها: إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وهناك شبه اتفاق على أهمية دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

تناولت دراسة (البخيت، 2020) التناول الإعلامي لجائحة كورونا بين الواقع والتهويل، وإلى أي مدى قدمت وسائل الإعلام محُتوًى واقعياً عن جائحة كورونا، والوصول لنتائج تساعد البحث العلمي مستقبلياً في مثل هذه الحالات، استخدم الباحث المنهج الوصفي في دراسته، ومن نتائج الدراسة: إن التناول الإعلامي لجائحة كورونا كان واقعياً، وأيضاً واقعية المحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام المختلفة، كما تم تصميم منصات إعلامية لمتابعة أخبار كورونا، وكانت أيضاً هناك توعية كافية عن جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام.

هدفت دراسة (الكريم، 2020) إلى تعرُّف المصادر التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية في جمع المعلومات حول أزمة كورونا، وما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها إدارة العلاقات العامة في جمع المعلومات حول كورونا، والخطوات التي اتخذتها العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية قبل حدوث الأزمة في الجانب التوعية الوقائية، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج منها: إن أهم المصادر التي اعتمدت عليها العلاقات العامة في جمع المعلومات هي مواقع الشبكات الاجتماعية تليها القنوات الإخبارية العربية، ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي تصدّر موقع تويتر أكثر المواقع التي اعتمد عليها أفراد العينة في جمع المعلومات، يليه موقع يوتيوب.

**مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:**

تناولت الدراسة الأولى دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، وهي تتفق مع الدراسة الحالية في أهمية دور التوعية من قبل إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية، وتتفق أيضاً مع دراسة (البخيت، 2020) التناول الإعلامي للجائحة بين الواقع والتهويل، حيث اتفقت الدراستان على أهمية التوعية بجائحة كورونا في مختلف المنصات الإعلامية، وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة (عيشوش، 2020) في أهمية التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدام العلاقات العامة لكافة وسائل الإعلام لنشر الوعي عن الجائحة. كما تتفق الدراسة أيضاً مع دراسة (الكريم، 2020) التي هدفت إلى تعرُّف المصادر التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية في جمع المعلومات. من خلال الاطّلاع على الدراسات السابقة يتضح أن أوجه الاختلاف تكاد تكون معدومة بينما تزيد نسبة الاتفاق بصورة كبيرة.

**منهج البحث:**

استخدم الباحث المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (دويدري، 2000: 183) كما استخدم الباحث منهج تحليل المضمون من خلال المقابلات مع الجهات ذات الصلة والمشاهدة والملاحظة في منهجية البحث العلمي.

**مجتمع البحث:**

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف Target Population الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات Accessible Population والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث. ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل، والعاملين في إدارة العلاقات العامة في المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل ومجتمع حائل بصورة عامة

**الإطار المكاني**: المملكة العربية السعودية، منطقة حائل، اختار الباحث منطقة حائل بحكم تواجده وطبيعة عمله في جامعة حائل.

**الإطار الزماني**: في الفترة من 2020-2022. تم اختيار هذه الفترة نسبة لظهور وانتشار فيروس كورونا في هذا التاريخ.

**أدوات جمع البيانات:**

استخدم الباحث عدداً من أدوات جمع البيانات في البحث العلمي وهي:

**الاستبانة: و**هي "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. ويعتبر الاستقصاء من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد (عبد الحميد، 2000). استخدمها الباحث بصورة غير منتظمة في مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعات (واتس اب، تويتر، فيس بوك) في منطقة حائل ولمدة تزيد عن أسبوعين**.**

**المقابلة**: تعتبر من الوسائل الشائعة الإستعمال في البحوث الميدانية، لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث، فبالإضافة إلى كونها الأسلوب الرئيس الذي يختاره الباحث إذا كان الأفراد المبحوثين ليس لديهم إلمام بالقراءة والكتابة، أو أنهم يحتاجون إلى تفسير وتوضيح الأسئلة، أو أن الباحث يحتاج لمعرفة ردود الفعل النفسية على وجوه أفراد الفئة المبحوثة (علي، 2018: 42). استخدمها الباحث مع مدير عام المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل ومدير العلاقات العامة بالمديرية.

**الملاحظة**: هي "إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات والمعلومات، وهناك قول شائع بأن العلم يبدأ بالملاحظة. وتستخدم الملاحظة في جمع البيانات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة أو الاستفتاء، كما تستخدم في البحوث الاستكشافية والوصفية والتجريبية" (Guider, 2015: 28). استخدمها الباحث من خلال متابعته لبرامج وزارة الصحة السعودية وبرامج المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل وما يُنشر من توعية مستمرة من خلال وسائط الإعلام المختلفة، وما يشاهده الباحث في التجمعات الكبيرة من علامات الإجراءات الاحترازية المطبوعة على كافة التجمعات التجارية والأسواق والمطاعم، وما ينشر في لوحات الإعلانات في الشوارع ومداخل المؤسسات الحكومية والخاصة.

**جدول رقم (1) يوضح وضع كوفيد-19 في المملكة العربية السعودية 07 /فبراير 2023**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الإصابات** | **الشفاء** | **الوفيات** |
| 828.294 | 815.798 | 9.583 |

المصدر: (موقع صحتي، 2023).

**جدول رقم (2):يوضح النوع**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| ذكر | 45 | 90% |
| أنثى | 5 | 10% |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (2) تمثل نسبة المبحوثين من الذكور 90% وهي نسبة أكثر من نسبة الإناث والتي تمثل نسبة أقل 10%، وهذا يعني أن نسبة التجاوب مع الاستبانة من جانب الذكور أكثر من الإناث.

**جدول رقم (3): يوضح المستوى التعليمي**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| يقرأ ويكتب | 0 | 0 |
| ابتدائي | 0 | 0 |
| متوسط | 0 | 0 |
| ثانوي | 5 | 10% |
| جامعي | 33 | 66% |
| فوق الجامعي | 12 | 24% |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (3) تمثل نسبة المستوى التعليمي الجامعي 66%، كأعلى نسبة من المبحوثين، تليها نسبة التعليم فوق الجامعي بنسبة 24%، بينما تمثل نسبة الثانوي 12%، وتنعدم بقية المستويات التعليمية في المبحوثين. وهذا يدل على أن الاستجابة للاستبانة تأتي غالباً من الجامعيين وفوق الجامعي.

**جدول رقم (4): المحور الأول: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإذاعة والتلفاز من خلال؟ الأخبار الإذاعية والتلفزيونية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 35 | 70% |
| موافق | 12 | 24% |
| محايد | 3 | 6% |
| غير موافق | 0 | 0 |
| غير موافق بشدة | 0 | 0 |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (4) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا في الإذاعة والتلفاز ظهرت بنسبة 70% من خلال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، وبينما تقل النسبة في موافق ومحايد بنسب أقل. وهذا يعني أن الإذاعة والتلفزيون أفردت مساحات واسعة للتوعية بالجائحة من خلال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية.

**جدول رقم (5): المحور الأول: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإذاعة والتلفاز من خلال؟ المؤتمرات الصحفية.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 35 | 70% |
| موافق | 11 | 22% |
| محايد | 3 | 6% |
| غير موافق | 1 | 2% |
| غير موافق بشدة | 0 | 0 |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (5) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا في الإذاعة والتلفاز ظهرت بنسبة 70% من خلال المؤتمرات الصحفية، وهذه النسبة تتساوى مع الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، وبينما تقل النسبة في (موافق) و(محايد) و(غير موافق) بنسب أقل. وهذا يعني أن الإذاعة والتلفزيون أفردت مساحات واسعة للتوعية بالجائحة من خلال المؤتمرات الصحفية التي تقيمها وزارة الصحة بالتوعية بالجائحة.

**جدول رقم (6): المحور الثاني: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في المطبوعات الورقية من خلال الملصقات في التجمعات والأسواق وأماكن الترفيه**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 34 | 68% |
| موافق | 11 | 22% |
| محايد | 2 | 4% |
| غير موافق | 1 | 2% |
| غير موافق بشدة | 2 | 4% |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (6) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا في المطبوعات الورقية ظهرت بنسبة 68% من خلال الملصقات في التجمعات والأسواق وأماكن الترفيه، وبنسبة 22% بعبارة (موافق)، بينما تقل النسب في العبارات الأخيرة، وهذا يدل على أن التوعية في جانب المطبوعات الورقية كان أكثر في التجمعات والأسواق وأماكن الترفيه مقارنة بالأمكنة الأخرى في المجتمع.

**جدول رقم (7): المحور الثالث: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإعلام المباشر من خلال التوعية المباشرة للمواطنين والمقيمين**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 31 | 62% |
| موافق | 13 | 26% |
| محايد | 3 | 6% |
| غير موافق | 2 | 4% |
| غير موافق بشدة | 1 | 2% |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (7) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا من خلال الإعلام المباشر ظهرت بنسبة 62% من خلال التوعية المباشرة للمواطنين والمقيمين، وبنسبة 26% بعبارة (موافق)، بينما تقل النسب في العبارات الأخيرة، وهذا يدل على أن التوعية في الإعلام المباشر ظهرت بصورة أكثر في التوعية المباشرة للمواطنين والمقيمين.

**جدول رقم (8): المحور الثالث: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإعلام المباشر من خلال خطب المساجد**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 31 | 62% |
| موافق | 13 | 26% |
| محايد | 3 | 6% |
| غير موافق | 3 | 6% |
| غير موافق بشدة | 0 | 0 |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (8) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا من خلال الإعلام المباشر ظهرت بنسبة 62% من خلال خطب المساجد، وتتساوى هذه النسبة مع التوعية المباشرة للمواطنين والمقيمين، وأيضاً مع الرسائل النصية القصيرة للمشتركين، وبنسبة 26% بعبارة (موافق)، بينما تقل النسب في العبارات الأخيرة، وهذا يدل على أن التوعية في الإعلام المباشر ظهرت بصورة أكثر في خطب المسجد والتوعية المباشرة للمواطنين والمقيمين ومن خلال الرسائل النصية القصيرة التي ترسلها وزارة الصحة لكافة المشتركين.

**جدول رقم (9): المحور الرابع: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإعلام الرقمي من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 41 | 83% |
| موافق | 8 | 15% |
| محايد | 1 | 2% |
| غير موافق | 0 | 0 |
| غير موافق بشدة | 0 | 0 |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (9) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا من خلال الإعلام الرقمي ظهرت بنسبة 83% من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية كأعلى نسبة من بقية المواقع الأخرى، وبنسبة 14% بعبارة (موافق)، بينما تقل النسب في العبارات الأخيرة، وهذا يدل على أن التوعية في الإعلام الرقمي ظهرت بصورة أكبر من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية.

**جدول رقم (10): المحور الرابع: ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإعلام الرقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العبارة** | **التكرار** | **النسبة** |
| موافق بشدة | 34 | 68% |
| موافق | 12 | 24% |
| محايد | 4 | 8% |
| غير موافق | 0 | 0 |
| غير موافق بشدة | 0 | 0 |
| المجموع | 50 | 100% |

من الجدول رقم (10) يتفق المبحوثون بعبارة (موافق بشدة) أن التوعية بجائحة كورونا من خلال الإعلام الرقمي ظهرت بنسبة 68% من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وهي نسبة أقل من الموقع الرسمي لوزارة الصحة، وبنسبة 23% بعبارة موافق، بينما تقل النسب في العبارات الأخيرة، وهذا يدل على أن التوعية في الإعلام الرقمي ظهرت أيضاً من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كمنصات تنشر من خلالها التوعية الصحية. يرجع تصدر موقع وزارة الصحة كأعلى نسبة على أنه الموقع الرسمي الذي من خلاله يمد كل بقية المواقع الأخبار الموثوقة من مصادرها الرسمية.

**النتائج التي خلصت إليها الدراسة:**

من خلال تحليل البيانات والمقابلات التي أجراها الباحث والملاحظة والمشاهدة للعمل الإعلامي بمنطقة حائل، والاطلاع على مواقع التوصل الاجتماعي والموقع الرسمي للمديرية، خلُصت الدراسة إلى عدد من النتائج نلخصها في الآتي:

**نتائج تحليل الاستبانة:**

ظهرت التوعية بجائحة كورونا في الإذاعة والتلفزيون بصورة أكبر في الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ومن خلال المؤتمرات الصحفية التي تقيمها وزارة الصحة بالتلفزيون.

كما ظهرت التوعية في المطبوعات الورقية من خلال الملصقات في التجمعات والأسواق وأماكن الترفيه، بوصفها أماكن تتواجد فيها شريحة كبيرة من المواطنين والمقيمين.

في الإعلام المباشر ظهرت التوعية بجائحة كورونا في التوعية والاتصال المباشر للمواطنين والمقيمين ومن خلال خطب المساجد والرسائل النصية القصيرة للمشتركين.

في الإعلام الرقمي ظهرت التوعية بصورة أكبر من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية، بوصفه المرجعية والمصدر الأول في نشر الأخبار من مصادرها الرسمية، ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وصفحة المديرية العامة للشؤون الصحية في تويتر.

**نتائج الدراسة الميدانية:**

هناك دوراً كبيراً قامت به إدارة العلاقات العامة بالمديرية العامة للشؤون الصحية بحائل في التوعية بجائحة كورونا، استخدمت العلاقات العامة الإعلام الرقمي بصورة أكبر، ووظفت جهودها في عملية نشر الوعي من خلال كافة وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة، كان هناك تنسيق متكامل بين المديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة حائل متمثلة في العلاقات العامة وبقية الإدارات والقطاعات الحكومية الأخرى بالمنطقة، أكثر وسيلة إعلامية استخدمتها إدارة العلاقات العامة في نشر التوعية عن جائحة كورونا صفحتها الرسمية الموثقة على موقع تويتر، مع استخدام المطبوعات والملصقات الورقية في التجمعات ودور العبادة والأسواق.

**المراجع:**

**أولاً- المراجع العربية**

أبو العيون، سمير أحمد. (2013). الثقافة الصحية. (الطبعة الأولى). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

أصبع، صالح خليل. (2019). العلاقات العامة والاتصال الإنساني. أريحا: الشروق للنشر والتوزيع.

البخيت، محمد حسن. (2020). التناول الإعلامي لجائحة كورونا COVID-19 بين الواقع والتهويل. *مجلة الوسيلة للعلوم والتكنولوجيا*. كلية الوسيلة. السودان. العدد (9). 58-80.

الكريم، صفية إبراهيم العبد. (2020). توظيف ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة کورونا. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام.* العدد (71). 299-328.

الكيلاني، نجيب. (2013). التثقيف الصحي لأفراد المجتمع. (الطبعة الأولى). القاهرة: الصحوة للنشر والتوزيع.

المشاقبة، بسام عبدالرحمن. (2012). الإعلام الصحي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

آدم، تقوى وبابكر، معاوية. (2019). توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية. دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القضارف في الفترة من 2018-2019. *مجلة العلوم الإنسانية*. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. المجلد (20). العدد (4). 123- .140

أيوب، أنعام حسن. (2016). العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية. (الطبعة الأولى). عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

جرادات، عبدالناصر أحمد. (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. (الطبعة العربية). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

دويدري، رجاء وحيد. (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. (الطبعة الأولى). دمشق: دار الفكر.

صدام، رايس. (2021).التواصل. التوعية الصحية وإشكاليات السياق: إطار تحسين فاعلية التواصل في مجال التوعية الصحية. *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية.* المجلد (9). العدد (2). 162-181.

عبد الخالق، يسرا حسني. (2015). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية. (الطبعة الأولى). الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.

عبد الحميد، محمد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (الطبعة الأولى). القاهرة: عالم الكتب.

عباة، آرام 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 (60). 150-180.

عقيلان، عبد الله أحمد. (2015). إدارة العلاقات العامة. (الطبعة الأولى). عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

عمروش، فريدة. (2020). دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*. جامعة إبراهيم سلطان شيبوط. الجزائر. المجلد (9) العدد (4). 671-697.

عيشوش، عمر وبوسرسوب، حسان. (2020). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19. دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً. *مجلة التمكين الاجتماعي*. الجزائر. المجلد (2). العدد (2). 288-309.

علي، عبدالخالق محمد. (2018). خطوات نحو بحث النهج الإعلامي. لبنان: دار المحجة البيضاء.

فرجاني، علي محمد. (2017). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.

المديرية العامة للشؤون الصحية. (2020). تقرير مركز القيادة والتحكم بصحة حائل لمواجهة جائحة كورونا. النسخة الأولى.

مجلس اعتماد المؤسسات الصحية. (2021). ورقة علمية، التثقيف الصحي المجتمعي. استرجع بتاريخ: 04/01/2023 من الموقع الإلكتروني: www.hcac.jo/portals

الجمعية الدولية للعلاقات العامة. (2022). العلاقات العامة. استرجع بتاريخ: 09/01/2023 من الموقع الإلكتروني:

[www.ipra-ar.org](http://www.ipra-ar.org)

منظمة الصحة العالمية. (2020). فيروس كورونا. استرجع بتاريخ: 13/10/2020 من الموقع الإلكتروني: [www.who.int/ar](http://www.who.int/ar)

موقع صحتي. (2023). فيروس كورونا. استرجع بتاريخ: 07/02/2023 من الموقع الإلكتروني:www.sehhty.com

وزارة الصحة السعودية. (2020). تجربة السعودية في التصدي لجائحة كورونا. استرجع بتاريخ: 11/12/2022 من الموقع الإلكتروني: [www.moh.gov.sa](http://www.moh.gov.sa)

المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين. (2023). فيروس كورونا. استرجع بتاريخ: 4/01/2023 من الموقع الإلكتروني: www.help.unhcr.org

وزارة الداخلية السعودية. (2022). الرئيسية. الإمارات. إمارة منطقة حائل. استرجع بتاريخ: 20/10/2022 من الموقع الإلكتروني: [www.moi.gov.sa](http://www.moi.gov.sa)

المديرية العامة للشؤون الصحية. (2022). فيروس كورونا. استرجع بتاريخ: 13/09/2022 من الموقع الإلكتروني: [www.hailhealth.gov.sa](https://www.hailhealth.gov.sa)

المديرية العامة للشؤون الصحية. (2022). فيروس كورونا. استرجع بتاريخ: 13/09/2022 من الصفحة الرسمية في تويتر: [twitter.com/hailhealth](https://twitter.com/hailhealth)

**ثانياً- المراجع الإنجليزية**

Cain, Sandra. (2014). Key Concept Public Relations. Cairo: National Center for Translation.

Johne, Marston. (2009). The Nature of Public Relations, New York: Hill book Company.