

عنوان البحث

أثر استخدام استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات الإعلامية: دراسة حالة على وزارة الصحة السعودية خلال جائحة كورونا.

إعداد الطالب/شمام عتيق الدوسري

الرقم الجامعي/ ٢٥١٠٠٢٢٢٣

إشراف/فايز علي جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٥

قائمة المحتويات:

٢.....	قائمة المحتويات:
٣.....	مقدمة:
٥.....	مشكلة الدراسة:
٨.....	أهمية الدراسة:
١٢.....	اهداف الدراسة:
١٤.....	تساؤلات الدراسة:
١٤.....	فرضيات الدراسة:
١٧.....	الدراسات السابقة:
٢١.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
٢٤.....	المنهجية وطرق البحث:
٢٦.....	أدوات الدراسة:
٢٨.....	حدود الدراسة:
٣٠.....	المراجع:

مقدمة:

شكّلت جائحة كوفيد-١٩، التي بدأت أواخر عام ٢٠١٩ وتفاقت بسرعة لتتحول إلى كارثة عالمية، تحديًا لا مثيل له للحكومات والمنظمات الصحية ومؤسسات الاتصال في جميع أنحاء العالم. فقد زعزعت استقرار الاقتصادات وأنظمة الرعاية الصحية والمؤسسات الاجتماعية، وفاقمت من مشاعر الخوف وعدم اليقين وانتشار المعلومات المضللة. في ظل هذه الظروف الديناميكية، أثبت التواصل الجيد أهميته كضرورة التدخل الطبي. واضطرت الحكومات إلى معالجة المشكلة الصحية وتصور الجمهور لها. وتُعدّ وزارة الصحة السعودية مثالًا بارزًا لتحليل استخدام أساليب العلاقات العامة استجابةً لأزمة إعلامية وصحية كبيرة (Filip، ٢٠٢٢).

تتضمن العلاقات العامة أساسًا الإدارة الاستراتيجية للتواصل بين المؤسسة وأصحاب المصلحة فيها. وخلال الأزمات، تُعد العلاقات العامة أساسية للحفاظ على الانفتاح، وبناء الثقة، والحد من الخوف. وخلال جائحة كوفيد-١٩، اضطرت وزارة الصحة إلى المناورة في بيئة تتسم بالتغير السريع للمعلومات، والقلق العام، والرقابة العالمية، والاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام الرقمية. كان على الوزارة مهمة مزدوجة تتمثل في تثقيف الجمهور حول الإجراءات الصحية وتطوير الإحصاءات، مع معالجة المخاوف الوطنية والتصدي للمعلومات المضللة التي قد تُعرض مبادرات الصحة العامة للخطر. تطلبت هذه القضية نهجًا مُحكمًا للعلاقات العامة، قائمًا على الثقة، والاتساق، والتعاطف، والمرونة (Xu، ٢٠٢٤).

لطالما اعتُبر التواصل في أوقات الأزمات جانبًا أساسيًا من جوانب العلاقات العامة، لا سيما في سياق أوضاع الصحة العامة. وقد أكدت الأوبئة السابقة، مثل السارس ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية وإنفلونزا الخنازير (H1N1)، على ضرورة التواصل في الوقت المناسب وبصورة موثوقة. ومع ذلك، فإن نطاق وتأثير جائحة كوفيد-١٩ يتجاوز نطاق أي أزمات صحية سابقة، مما دفع الدول إلى تقييم شبكات الاتصال الخاصة بها وتعزيزها. في حالة المملكة العربية السعودية، لم تقتصر مسؤولية وزارة الصحة على الإشراف الطبي ولوجستيات الرعاية الصحية فحسب، بل تولّت أيضًا مسؤولية بناء خطاب وطني. كان على الوزارة تقديم رسائل قائمة على الحقائق، وملائمة ثقافيًا، ومرتبطة بالسياسة الوطنية والمعايير الصحية الدولية (Lerouge، ٢٠٢٣).

جلب المشهد الإعلامي الحالي عقبات وإمكانيات في آن واحد. ظلت مصادر الإعلام التقليدية، كالتلفزيون والصحف، مهيمنة على فئات معينة، إلا أن المنصات الرقمية، مثل تويتر ويوتيوب وسناب شات وإنستغرام، أصبحت بالغة الأهمية لجذب المشاهدين الأصغر سنًا. في المملكة العربية السعودية، حيث يُعدّ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من بين أعلى المعدلات عالميًا، كان استخدام هذه القنوات لإيصال رسائل الصحة العامة أمرًا بالغ الأهمية. وقد اعتمدت وزارة الصحة استراتيجية متعددة الأبعاد، شملت الإحباطات الصحفية، والعروض التوضيحية المتحركة، ولوحات البيانات الفورية، وتحالفات المؤثرين، لضمان وصول رسائلها إلى جميع شرائح المجتمع. وقد سهّل هذا النظام التواصل ثنائي الاتجاه، مما مكّن الوزارة من نشر المعلومات ورصد المزاج العام آنياً (Al-Quran، ٢٠٢٢).

برزت الشفافية كقضية بارزة في استراتيجية الوزارة للتواصل. ونُشرت تقارير يومية عن أعداد الحالات، ومعدلات الوفيات، وبيانات الفحوصات، وقدرة الرعاية الصحية عبر القنوات الرسمية. ساعدت هذه الشفافية الجمهور على البقاء على اطلاع، وأثبتت التزام الحكومة بالانفتاح. تم تحديث موقع وزارة الصحة الإلكتروني وتطبيقاتها المحمولة بانتظام لتشمل أدوات التقييم الذاتي وأنظمة حجز اللقاحات والأسئلة الشائعة، مما يجعل خدمات الرعاية الصحية أكثر سهولة في الوصول إليها وصديقة للبيئة رقميًا (Lindhout، ٢٠٢٢).

بالإضافة إلى ضبط التواصل المحلي، واجهت وزارة الصحة السعودية انتقادات دولية. بصفتها عضوًا في مجموعة العشرين ومستضيفة قمة مجموعة العشرين لعام ٢٠٢٠، كان من المتوقع أن تُظهر المملكة العربية السعودية قيادة عالمية في إدارة الأزمات الصحية. توسعت أنشطة العلاقات العامة للوزارة لتشمل إصدار بيانات صحفية عالمية، والمشاركة في برامج منظمة الصحة العالمية، وتبادل البيانات مع الشركاء العالميين. لم تقتصر هذه الإجراءات على تعزيز صورة المملكة عالميًا فحسب، بل حققت أيضًا وحدة عالمية في المعركة ضد كوفيد-١٩ (world health organization، ٢٠٢٠).

أثبتت عوامل عديدة فعالية أساليب العلاقات العامة هذه، منها: الالتزام العام العالي بالإجراءات الصحية، ونجاح برامج التطعيم، واستمرار ثقة الجمهور بالجهات الصحية. وبينما لا تخلو أي خطة من الانتقادات، فإن النجاح النسبي للمملكة العربية السعودية في السيطرة على كوفيد-١٩ مقارنةً بحكومات أخرى في المنطقة يؤكد على ضرورة التواصل الاستراتيجي خلال

الأزمات. قد تُشكل الدروس المستفادة من هذا الحدث تدخلات الصحة العامة المستقبلية، لا سيما في سياق الأوبئة أو الكوارث الوطنية المحتملة الأخرى (Filfilan، ٢٠٢٢).

وفي الختام، شكّلت جائحة كوفيد-١٩ تحديًا لقدرات الاتصال لدى الحكومات في جميع أنحاء العالم. وفي المملكة العربية السعودية، كان استخدام وزارة الصحة لأساليب العلاقات العامة أمرًا حيويًا في التعامل مع الأزمة. فمن خلال النقل السريع للمعلومات، والانفتاح، والتوافق الثقافي، والابتكار الرقمي، تمكنت وزارة الصحة من إدارة الأزمات الإعلامية، والسيطرة على التضليل الإعلامي، والحفاظ على ثقة الجمهور. ومع استمرار ظهور الأزمات العالمية، سيزداد الطلب على علاقات عامة كفؤة في إدارة الأزمات. لا تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير جهود العلاقات العامة خلال جائحة كوفيد-١٩ فحسب، بل تهدف أيضًا إلى الإضافة إلى مجموعة متنامية من الأبحاث حول الاتصالات الرسمية في أوقات الأزمات.

مشكلة الدراسة:

تسبب وباء كوفيد-١٩ في معضلة إعلامية هائلة للحكومات حول العالم، بما في ذلك المملكة العربية السعودية. في مثل هذه الحالات الطارئة، تُصبح القدرة على التواصل الفعال بنفس أهمية التدخل الطبي نفسه. ولم تقتصر مسؤولية وزارة الصحة السعودية على إدارة عمليات الصحة العامة فحسب، بل شملت أيضًا التصور العام والخوف والمعلومات المضللة. يستكشف هذا البحث كيف استخدمت الوزارة أساليب العلاقات العامة لإدارة الخطاب الإعلامي، والحفاظ على ثقة الجمهور، وضمان الامتثال للسياسات الصحية على مستوى الدولة. ويحاول البحث دراسة تأثير مبادرات التواصل هذه على التعامل مع الأزمة على المستويين الاجتماعي والحكومي.

١. التضليل الإعلامي والارتباك العام خلال الأزمة

خلال الأيام الأولى لوباء كوفيد-١٩، انتشر التضليل الإعلامي أسرع من انتشار الفيروس نفسه. وأدت القصص الكاذبة المتعلقة بأصول المرض وعلاجاته وانتشاره إلى حالة من عدم اليقين بين السكان. وفي المملكة العربية السعودية، كما هو الحال في العديد من الدول الأخرى، انتشرت الشائعات بسرعة عبر واتساب وتويتر ويوتيوب، مع بعض الرسائل التي تدعم نظريات المؤامرة أو

الممارسات الصحية الخطرة. شكّل هذا التشويش المعلوماتي خطرًا على الصحة العامة، واستلزم رد فعل سريع ومخطط له من وزارة الصحة. تبحث هذه الورقة البحثية في كيفية وضع أساليب العلاقات العامة لمكافحة هذا التضليل، وبناء الثقة، وتقديم رسائل إعلامية سريعة وقائمة على الحقائق للجمهور (Caceres، ٢٠٢٢).

٢. الحاجة إلى ثقة الجمهور بالمؤسسات الصحية

لا تُجدي جهود الصحة العامة نفعًا إلا عندما يثق الأفراد بالمنظمات التي تدعمها. خلال جائحة كوفيد-١٩، اضطرت وزارة الصحة السعودية إلى إقناع ملايين الأفراد بتبني سلوكيات غير اعتيادية - ارتداء الكمامات، والعزل الاجتماعي، وأخيرًا، التطعيم الجماعي. تطلّب تحقيق ذلك أكثر من مجرد قواعد طبية؛ بل تطلّب علاقات عامة قوية لبناء المصداقية والانفتاح والتواصل العاطفي. يبحث هذا البحث في كيفية مساهمة استراتيجيات العلاقات العامة للوزارة - مثل نشر متحدثين رسميين متسقين، والتواصل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والرسائل ذات السياق الثقافي - في بناء الثقة والحفاظ عليها خلال واحدة من أكثر اللحظات فوضوية في التاريخ الحديث (Udow-Phillips، ٢٠٢٠).

٣. فجوات التواصل بين الحكومة والجمهور

عادةً ما تُسلط الأزمات الضوء على فجوات في البنية التحتية للاتصالات، لا سيما بين الجهات الحكومية وعامة الناس. في ظل جائحة كوفيد-١٩، واجهت وزارة الصحة السعودية صعوبة بالغة تمثلت في ضمان وصول الرسائل إلى جميع قطاعات المجتمع، بما في ذلك المناطق الريفية وكبار السن والناطقين بغير العربية. تبحث هذه الدراسة في كيفية استخدام أساليب العلاقات العامة للتغلب على عوائق التواصل من خلال حملات متعددة اللغات، ومواد مرئية سهلة المنال، وخدمات مدعومة بالتكنولوجيا. كما تحلل مدى نجاح هذه المبادرات في تعزيز الشمول والفهم بين مختلف فئات الجمهور في جميع أنحاء المملكة، والدروس المستفادة لتحسين التواصل في أوقات الأزمات مستقبلاً (Radwan، ٢٠٢١).

٤. إدارة الخطاب الإعلامي والانطباع العام

خلال الأوبئة، تؤثر الخطابات الإعلامية على كيفية تفاعل السكان مع المعايير الصحية. قد تُغير العناوين الرئيسية المثيرة، ومقاطع الفيديو الشائعة، ووجهات نظر الخبراء المتضاربة، من كيفية فهم الجمهور للخطر. لذا، تحتاج وزارة الصحة

السعودية إلى تبني استراتيجية استباقية في صياغة الخطاب الإعلامي لتقليل الخوف وتعزيز الامتثال. ويشمل ذلك عقد إحباطات صحفية منتظمة، ونشر رسوم بيانية توضيحية رسمية، والشراكة مع مؤثرين إعلاميين بارزين. يستكشف هذا البحث مدى تأثير استراتيجيات العلاقات العامة هذه على الانطباع العام الإيجابي، وتحييدها للروايات السلبية، مما أدى إلى نجاح السيطرة على الجائحة، وتحسين العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة (Karasneh، ٢٠٢١).

٥. الاستخدام الاستراتيجي للمنصات الرقمية في التواصل خلال الأزمات

كانت وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية أدوات اتصال رئيسية خلال جائحة كوفيد-١٩. تستخدم وزارة الصحة السعودية وسائل إعلام مثل تويتر وسناب شات وتيليجرام لنشر المعلومات والتفاعل مع مخاوف الجمهور بشكل آني. كما تضمن نهجها في العلاقات العامة الرقمية تصميم تطبيقات سهلة الاستخدام للتقييم الذاتي، وجدولة اللقاحات، والبيانات الفورية. يستكشف هذا البحث كيف استغلت الوزارة المنصات الرقمية ليس فقط لتوصيل المعلومات، ولكن أيضاً لإدارة السمعة والتفاعل مع الجمهور. يبحث موضوع الدراسة فيما إذا كانت أساليب العلاقات العامة الرقمية قد نجحت في الوصول إلى الجمهور المستهدف، وسدّ فجوة التواصل، وتعزيز مشاركة المواطنين في الأنشطة المتعلقة بالصحة خلال الأزمة (Alhassan، ٢٠٢١).

٦. التواصل في الأزمات كوظيفة استراتيجية طويلة المدى

تاريخياً، كان التواصل في الأوساط الحكومية تفاعلياً في كثير من الأحيان، ولا يُفعل إلا أثناء الأزمات. ومع ذلك، أشارت تجربة كوفيد-١٩ إلى أن التواصل في الأزمات يجب أن يكون دوراً استراتيجياً مستمراً ومُتجذراً في التخطيط الوطني. يُحلل هذا البحث ما إذا كان تواصل الوزارة طوال فترة الوباء يُظهر انتقالاً من الرسائل العامة قصيرة المدى إلى بناء علاقات طويلة المدى. ويثير تساؤلات حول إضفاء الطابع المؤسسي على التواصل في وكالات الصحة العامة، وتكامله مع التأهب للطوارئ، وتأثيره على التعافي بعد الأزمة والمساعدة في وضع السياسات. يُعد فهم هذا التحول أمراً بالغ الأهمية لإنشاء أساليب تواصل مرنة لمواجهة الأزمات الصحية المستقبلية والتفاعل بين الحكومة والجمهور (Wodak، ٢٠٢١).

أهمية الدراسة:

تُعد هذه الدراسة جديرة بالملاحظة لأنها تُحلل كيفية توظيف المؤسسات الحكومية، وتحديدًا وزارة الصحة السعودية، لأساليب العلاقات العامة بنجاح لإدارة التواصل في ظل الطوارئ الصحية مثل جائحة كوفيد-١٩. ومن خلال دراسة أساليب التواصل الواقعية ونتائجها، تُقدم الدراسة رؤى تُسهم في تعزيز المعرفة الأكاديمية وصنع السياسات العملية. كما تُؤكد على أهمية الانفتاح، وإدارة الإعلام، وبناء الثقة في الاستجابة الصحية العامة، لا سيما في ظل الظروف الثقافية المختلفة. وستُساعد هذه النتائج خبراء دراسات العلاقات العامة والاتصال، كما سترشد الجهات الحكومية في تحسين أساليب التواصل في أوقات الأزمات تحسبًا للمواقف المستقبلية.

❖ الأهمية العلمية:

١. المساهمة في أدبيات التواصل في أوقات الأزمات

تُعالج هذه الدراسة نقصًا في الأدبيات الأكاديمية حول الاستخدام الحكومي للعلاقات العامة خلال حالات الطوارئ الصحية في الشرق الأوسط، ولا سيما في المملكة العربية السعودية. فبينما تُركز العديد من الدراسات على العلاقات العامة للشركات أو البيئات الحكومية الغربية، لا توجد سوى بحوث قليلة تبحث في كيفية توظيف المؤسسات العامة في العالم العربي لأساليب التواصل في أوقات الأزمات. من خلال تحليل استجابة وزارة الصحة السعودية لجائحة كوفيد-١٩، تُقدم الدراسة بيانات تجريبية أصلية وتأملات نظرية تُثري أدبيات التواصل في الأزمات العالمية، وتُقدم رؤى مُقارنة للباحثين في دراسات الإعلام، والتواصل في مجال الصحة العامة، وممارسات العلاقات العامة الحكومية (Alkathiri، ٢٠٢٤).

٢. تعزيز نظرية العلاقات العامة في السياقات الحكومية

يُساهم هذا البحث في التطور النظري للعلاقات العامة من خلال دراسة وظيفتها في بيئة حكومية غير تجارية في ظل كارثة عالمية. تُركز نظرية العلاقات العامة بشكل متكرر على إدارة السمعة وإشراك أصحاب المصلحة في القطاع الخاص. ومع ذلك، تكشف هذه الدراسة عن كيفية تطبيق مفاهيم العلاقات العامة، مثل التواصل المتناظر ثنائي الاتجاه، ووضع الأجندات، والتأطير، في سياقات السياسات الصحية الوطنية. ومن خلال ذلك، يُعزز البحث المعرفة العلمية بكيفية إضفاء الطابع المؤسسي على

التواصل الاستراتيجي في إطار حوكمة الصحة العامة، مُقدّمًا منظورًا أكثر دقة للعلاقات العامة كأداة رئيسية في الخدمة العامة بدلاً من مجرد إدارة صورة الشركة (Hadeed، ٢٠٢٤).

٣. تطوير نموذج للعلاقات العامة في الأزمات الصحية

قد تؤدي هذه الدراسة إلى إنشاء نموذج مُحدد للسياق للعلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية. تعتمد معظم النماذج الحالية على أطر غربية، ولا يُمكن تكييفها بسهولة مع الديناميكيات الاجتماعية والثقافية الخاصة بالمملكة العربية السعودية أو دول الخليج المماثلة. من خلال دراسة حالة، قد تقترح هذه الدراسة إطارًا للعلاقات العامة يمزج بين العوامل الثقافية والدينية والحكومية في التواصل الصحي. سيُمثل هذا إضافة جوهرية للدراسات متعددة التخصصات التي تجمع بين علوم الاتصال وسياسات الصحة العامة ودراسات الشرق الأوسط، مما يُرسي أساسًا نظريًا جديدًا للاستجابة للأزمات في ظروف اجتماعية وسياسية مماثلة (Su، ٢٠٢٢).

٤. الأهمية والتكامل بين التخصصات

تُعد هذه الدراسة نقطة التقاء بين تخصصات أكاديمية مُختلفة: العلاقات العامة، ودراسات الإعلام، والتواصل الصحي، والتواصل السياسي. وتُضيف إلى كلٍّ من هذه المواضيع رؤى حول كيفية تأثير الجهات الحكومية، من خلال تقنيات الاتصال، على السلوك العام ووجهات النظر أثناء الأزمات. يُسهّل هذا التكامل بين التخصصات حوارًا أكاديميًا أكثر شمولًا، ويفتح آفاقًا جديدة للدراسات الإضافية حول تأثير وسائل الإعلام، والثقة المؤسسية، وتغيير السلوك الصحي. كما تؤكد على الفرضية العلمية القائلة بأن التواصل ليس هامشيًا، بل هو أساسي لحوكمة الصحة العامة الفعالة والاستعداد للكوارث، لا سيما في سياق عالمي رقمي يعتمد على الوسائط المتعددة (Kirk-Lawlor، ٢٠١٧).

٥. أساس للدراسات التجريبية المستقبلية

ستُشكل نتائج دراسة الحالة هذه أساسًا لبحوث تجريبية مستقبلية حول إدارة الأزمات الإعلامية، ليس فقط في المملكة العربية السعودية، بل أيضًا في دول أخرى ذات أطر اجتماعية أو سياسية مماثلة. وتُتيح هذه الدراسة إمكانية إجراء بحوث طويلة لتقييم فعالية العلاقات العامة خلال أوبئة أو أزمات متعددة، وقياس الثقة طويلة الأمد في المؤسسات، أو دراسة تطور أساليب

الاتصال مع مرور الوقت. كما قد تُلهم هذه الدراسة المزيد من البحوث الكمية أو متعددة الأساليب التي تهدف إلى التحقق من نماذج العلاقات العامة المقترحة، مما يضمن دورة مستمرة من بناء النظريات والتقييم العملي في مجال الاتصال في أوقات الأزمات.

❖ الأهمية العملية:

١. توجيه تخطيط التواصل الحكومي في الأزمات

يقدم هذا البحث رؤى عملية للجهات الحكومية، ولا سيما وزارات الصحة، حول كيفية التفاعل الناجح مع الجمهور خلال الكوارث. من خلال تقييم ما نجح (وما لم ينجح) في استراتيجية العلاقات العامة لوزارة الصحة السعودية خلال جائحة كوفيد-١٩، يُركز التقرير على أفضل الممارسات في إيصال الرسائل، واستخدام وسائل الإعلام، واختيار المتحدث الرسمي، والمشاركة العامة. يمكن للجهات الحكومية الاستفادة من هذه الرؤى لبناء استراتيجيات تواصل أكثر كفاءة وشفافية واستجابة للأزمات المستقبلية، مما يُعزز في نهاية المطاف تنفيذ السياسات والامتثال العام. كما يُشدد على ضرورة وجود إجراءات تواصل وتكتيكات إعلامية مُحددة مسبقًا في التخطيط الوطني للكوارث (Kusumaningrum، ٢٠٢٠).

٢. تعزيز ثقة الجمهور والصورة المؤسسية

تُعد ثقة الجمهور من أهم الموارد لأي جهة حكومية، لا سيما في ظل حالات الطوارئ الصحية. يدرس هذا البحث أساليب التواصل التي ساعدت وزارة الصحة السعودية على الحفاظ على مصداقيتها أو حتى تحسينها طوال فترة الوباء. قد تُقدم هذه النتائج نصائح للمؤسسات الحكومية والوزارات الأخرى حول كيفية استخدام اتصالات متسقة وصادقة ومتعاطفة لتعزيز سمعة المؤسسة. في الواقع، يُسهم هذا في تحسين مستوى الوعي العام وتقليل التوتر أثناء الكوارث، وقد يُسهم في بناء شراكات طويلة الأمد بين الحكومة والمواطنين. كما يدعم هذا الرأي القائل بأن العلاقات العامة الاستراتيجية عنصر أساسي في الحكومة الوطنية، وليس مجرد دور تجاري (Danish، ٢٠٢٥).

٣. التدريب وبناء قدرات متخصصي العلاقات العامة

قد تُفيد نتائج هذه الدراسة في تدريب متخصصي العلاقات العامة العاملين في القطاعات الحكومية، وخاصةً المعنيين بالتواصل الصحي أو الاستجابة للطوارئ. ويمكن بناء برامج تدريبية بناءً على الأساليب الناجحة الموضحة في هذا البحث، مما يُمكن الممارسين من تعلم كيفية كتابة اتصالات فعّالة، وإدارة العلاقات الإعلامية، والتواصل مع مختلف الجماهير في ظل الظروف الصعبة. كما قد يُساعد وحدات الاتصال داخل الوزارات على تشكيل فرق عمل متعددة الوظائف تضم متخصصين في العلاقات العامة، ومحلي بيانات، ومستشارين طبيين، واستشاريين ثقافيين، لضمان فعالية الرسائل وتفاعلها الاجتماعي خلال الأزمات المستقبلية (DeCorby، ٢٠١٨).

٤. إرشادات تطوير استراتيجية الاتصال الرقمي

يوضح التقرير كيف كانت المنصات الرقمية - تويتر، ويوتيوب، وتيليجرام، وتطبيقات الهاتف المحمول - أساسية في نجاح وزارة الصحة في التواصل أثناء الأزمات. ستتيح هذه النتيجة العملية للوزارات والمؤسسات العامة التركيز على تطوير بنيتها التحتية الرقمية، واستراتيجيات توليد المحتوى، وإدارة المنصات. إن فهم كيفية توظيف التقنيات الرقمية بنجاح للتحديثات الفورية، وتحليل المشاعر، وإشراك الجمهور، يوفر نهجًا أكثر مرونة وقابلية للتكيف في التواصل. وهذا أمر بالغ الأهمية، لا سيما في عصر تنتشر فيه المعلومات المضللة الرقمية بسرعة، وتعتمد فيه فعالية أي إجراء حكومي عادةً على جودة وتوقيت تواصله عبر الإنترنت (Obasi، ٢٠٢٤).

٥. دعم تطوير السياسات في مجال الصحة العامة والتواصل

قد تؤثر الاقتراحات العملية للدراسة بشكل مباشر على السياسات الحكومية المرتبطة بالتواصل الصحي والعلاقات العامة. وقد يستفيد صانعو السياسات من الرؤى المكتسبة لتصميم بروتوكولات جديدة، وتخصيص الموارد لإعداد التواصل، وإشراك متخصصي العلاقات العامة في لجان الطوارئ الوطنية. كما توضح الدراسة ضرورة الدمج الرسمي للعلاقات العامة في أطر السياسات الصحية، ومخصصات التمويل، وتقييمات الأداء. كما تدعم النتائج فكرة التنسيق بين الوزارات في مجال التواصل، بما في ذلك قطاعات التعليم والدين والإعلام والرعاية الصحية، لتقديم رسائل متماسكة وذات صلة ثقافية خلال الكوارث الوطنية أو الأوبئة المستقبلية.

اهداف الدراسة:

❖ الهدف الرئيسي:

دراسة أثر تبني وزارة الصحة السعودية لأساليب العلاقات العامة في إدارة الأزمات الإعلامية خلال جائحة كوفيد-١٩.

❖ الأهداف الفرعية:

١. تحديد استراتيجيات وأساليب العلاقات العامة التي اتبعتها وزارة الصحة السعودية خلال أزمة كوفيد-١٩

يركز هذا الهدف على تسجيل وتقييم مختلف أساليب العلاقات العامة التي استخدمتها وزارة الصحة طوال فترة الجائحة، بما في ذلك المؤتمرات الصحفية، والبيانات الرسمية، والرسوم البيانية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف المحمولة. سيستكشف البحث كيفية اختيار هذه الأساليب استراتيجيًا وتعديلها لتتلاءم مع تطورات الأزمة. كما سيحلل البحث الأسباب الكامنة وراء هذه الاستراتيجيات وعلاقتها بأهداف الوزارة. سيوفر فهم هذه الأساليب إطارًا لتحليل كيفية تعامل الوزارة مع التواصل خلال حالة طوارئ صحية غير عادية، وكيفية تفاعلها مع المشهد الإعلامي سريع التغير.

٢. تحليل فعالية أساليب العلاقات العامة المختلفة في تعزيز ثقة الجمهور ومصادقيته

يهدف هذا الهدف إلى تحديد مدى نجاح أنشطة العلاقات العامة للوزارة في بناء ثقة الجمهور والحفاظ عليها خلال الأزمة. وسيبحث في مدى الانفتاح والاتساق والاستجابة التي أظهرتها الاتصالات الحكومية. كما سيحلل البحث كيفية نظر الجمهور إلى هذه المبادرات، وما إذا كانت أساليب الاتصال قد ساهمت بشكل إيجابي في تعزيز الثقة في برامج الصحة الحكومية. قد يتطلب قياس الثقة دراسة بيانات الاستطلاعات، ورأي وسائل الإعلام، وردود فعل الجمهور. ويهدف البحث إلى تقييم ما إذا كانت الثقة في الوزارة قد تحسنت، أو بقيت ثابتة، أو انخفضت، وتحليل جوانب العلاقات العامة التي ساهمت بشكل أكبر في تحقيق النتيجة.

٣. تقييم كيفية تعامل الوزارة مع التضليل والشائعات الإعلامية خلال الجائحة

يستكشف هذا الهدف رد فعل الوزارة على انتشار التضليل والأخبار الكاذبة، والتي شكلت عقبات كبيرة خلال جائحة كوفيد-١٩. وسيقيم البحث أنواع المعلومات المضللة التي واجهتها الوزارة، وكيف تعاملت معها في الوقت المناسب وبكفاءة. يشمل ذلك

مبادراتٍ لمكافحة الشائعات، وأنشطة مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي، وأدوات التحقق من الحقائق، والتنسيق مع وسائل الإعلام. سيساعد فهم كيفية استجابة الوزارة للشائعات الإعلامية على تقييم مدى تكيف استراتيجيتها للعلاقات العامة، وإعطاء رؤى حول كيفية حماية المؤسسات العامة للوعي العام من المعلومات الضارة وغير الدقيقة في الأزمات المستقبلية.

٤. تقييم استخدام المنصات الرقمية في مبادرات التواصل في أوقات الأزمات

يركز هذا الهدف على تحليل استخدام الوزارة لتقنيات الاتصال الرقمي، بما في ذلك تويتر ويوتيوب وسناب شات وتطبيقات الهاتف المحمول الرسمية. يهدف المشروع إلى اكتشاف كيفية استخدام هذه المنصات للوصول إلى مختلف الفئات السكانية، وتقديم معلومات آنية، والمشاركة في التواصل ثنائي الاتجاه. سيقم المشروع أنواع المحتوى، ومقاييس تفاعل الجمهور، وحلقات التغذية الراجعة لتحديد الفعالية الرقمية. كما سيحلل كيف أتاحت التقنيات الرقمية التواصل التشاركي وعززت سرعة نقل المعلومات الصحيحة. سيؤكد هذا على أهمية التكنولوجيا في تقنيات العلاقات العامة الحالية وأهميتها في إدارة الأزمات في القطاع العام.

٥. تحليل الحساسية الثقافية والدينية في استراتيجية الاتصال بالوزارة

يبحث هذا الهدف في كيفية تعديل أساليب العلاقات العامة في الوزارة لتتوافق مع البيئة الثقافية والدينية في المملكة العربية السعودية. خلال جائزة كوفيد-١٩، كان على الاتصالات الصحية أن تدمج التقاليد المحلية والمثل الإسلامية والهوية الوطنية. سيحلل البحث كيفية تخصيص الإعلانات خلال شهر رمضان والحج وغيرهما من المناسبات الدينية، بالإضافة إلى كيفية اختيار المتحدثين وأساليب الرسائل للتواصل مع القيم العامة. يتضمن ذلك تقييم لغة وصور ونبرة الاتصال. الهدف هو استكشاف كيف ساهم الاتصال الواعي ثقافيًا في زيادة قبول الرسائل وتعزيز التزام الجمهور بالمعايير الصحية طوال فترة الوباء.

٦. وضع اقتراحات للاتصال المستقبلي في أزمات الصحة العامة في المملكة العربية السعودية

تقديم اقتراحات عملية بناءً على نتائج البحث. ستستهدف هذه المقترحات منظمات الصحة العامة، وإدارات العلاقات العامة، وصانعي السياسات، سعيًا لتحسين الاستعداد للكوارث المستقبلية وكفاءة الاتصال. ستتناول قضايا مثل التخطيط الاستباقي

للاتصال، والاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وتدريب الموظفين، وصياغة الرسائل. الهدف هو ضمان أن تُحدث الدروس المستفادة من جائحة كوفيد-١٩ تحسينات طويلة المدى في العلاقات العامة في جميع المؤسسات الحكومية. ستركز التوصيات على الرؤى النظرية والملاحظات العملية، مما يُسهم في ترسيخ الممارسات الفعالة لمواجهة الأزمات المستقبلية.

تساؤلات الدراسة:

❖ السؤال الرئيسي:

ما أثر تبني وزارة الصحة السعودية لأساليب العلاقات العامة في السيطرة على مشكلة الإعلام خلال جائحة كوفيد-١٩؟

❖ الأسئلة الفرعية:

١. ما هي أبرز أساليب وقنوات العلاقات العامة التي استخدمتها وزارة الصحة السعودية خلال أزمة كوفيد-١٩؟
٢. ما مدى نجاح مبادرات العلاقات العامة التي أطلقتها الوزارة في بناء ثقة الجمهور ومصداقيته والحفاظ عليها؟
٣. بأي طرق تعاملت وزارة الصحة مع التضليل الإعلامي ودحضت الأكاذيب الإعلامية خلال الجائحة؟
٤. كيف استفادت الوزارة من القنوات الرقمية في جهودها للتواصل خلال الأزمات؟
٥. إلى أي مدى أثرت القضايا الثقافية والدينية على رسائل العلاقات العامة التي أطلقتها الوزارة؟
٦. ما هي الدروس المستفادة لتحسين التواصل خلال أزمات الصحة العامة في المملكة العربية السعودية مستقبلاً؟

فرضيات الدراسة:

❖ الفرضية الرئيسية:

ساهم استخدام وزارة الصحة السعودية للعلاقات العامة الاستراتيجية خلال جائحة كوفيد-١٩ بشكل كبير في إدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة، وعزز ثقة الجمهور.

❖ الفرضيات الفرعية:

١. نجح استخدام الوزارة لأدوات العلاقات العامة متعددة المنصات في زيادة الوعي العام طوال فترة الجائحة

تفترض هذه الفرضية أن الاستخدام الهادف لقنوات الاتصال المتعددة - مثل المؤتمرات الصحفية المتلفزة، ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الرسمية، وتطبيقات الهاتف المحمول - أدى إلى زيادة مستويات المعرفة العامة بعمليات كوفيد-١٩ ومخاطره واللوائح الحكومية. ومن خلال استخدام استراتيجية متعددة القنوات، تمكنت الوزارة من ضمان وصول المعلومات إلى شرائح متنوعة من الجمهور، بما في ذلك فئات عمرية ومستويات تعليمية متنوعة، وإمكانية وصولهم إلى التكنولوجيا. سيتم تقييم هذه الفرضية من خلال تقييم مدى وصول الجمهور، وبيانات استهلاك وسائل الإعلام، ومستويات الوعي العام خلال فترات مختلفة من الاستجابة للجائحة.

٢. عززت الرسائل المتسقة والانفتاح من جانب المتحدثين الرسميين ثقة الجمهور في خيارات الوزارة

تجادل هذه الفرضية بأن جهود العلاقات العامة التي بذلتها الوزارة، لا سيما من خلال التواصل المستمر والمفتوح من جانب المتحدثين الرسميين، كان لها تأثير حيوي في بناء ثقة الجمهور. فمن خلال عقد إحباطات صحفية منتظمة، وتقديم أرقام موثوقة، والاستجابة للقضايا الصعبة بصدق، أظهرت الوزارة مصداقية ومسؤولية. ولعل هذه الطريقة قد قللت من الغموض، وسيطر على خوف الجمهور، وعززت الالتزام بالمعايير الصحية. ستقيّم الدراسة كيف تغيرت الصورة العامة للوزارة بالتزامن مع مبادرات التواصل هذه، وما إذا كان اتساق الرسائل قد ساعد في ترسيخ شعور بالثقة المؤسسية والراحة النفسية.

٣. أدت الإجراءات الاستباقية التي اتخذتها الوزارة في مواجهة التضليل إلى تخفيف حالة عدم اليقين والقلق لدى

الجمهور

تركز هذه الفرضية على مشاركة الوزارة في رصد وكشف وتبديد الأخبار والشائعات الكاذبة المتعلقة بكوفيد-١٩. تعتقد الوزارة أن التعرف المبكر على المعلومات المضللة والتعامل معها باستخدام الرسوم البيانية، ومقالات التحقق من صحة المعلومات، والشرائح مع المؤثرين، قد ساهم في الحد من التأثير الضار للمعلومات الخاطئة. ومن خلال تقديم خيارات صادقة والمشاركة في التواصل المتبادل، قلّلت الوزارة من حالة عدم اليقين والقلق بين الناس. وسيتم اختبار هذه الفرضية بمقارنة الزيادات في المعلومات المضللة مع أوقات رد فعل الوزارة، وتحليل محتوى الوسائط، والتباين في المواقف العامة عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال الفترات الحرجة من الوباء.

٤. أساليب العلاقات العامة الرقمية تؤدي إلى زيادة التفاعل والاحتفاظ بالرسائل بين الشباب

تزعم هذه النظرية أن استخدام الوزارة للمنصات الرقمية مثل تويتر وسناب شات وتطبيقات الصحة على الهاتف المحمول كان ناجحًا بشكل خاص في الوصول إلى الجماهير الأصغر سنًا، الذين غالبًا ما يكونون أكثر تفاعلاً رقميًا من الأجيال الأكبر سنًا. وتشير الفرضية إلى أن هذه الفئة لم تحصل على المعلومات بشكل متكرر عبر هذه القنوات فحسب، بل احتفظت بها وتصرفت بناءً عليها بنجاح أكبر. من خلال تقييم مؤشرات التفاعل الرقمي، وإحصاءات استخدام التطبيقات، وسلوك المراهقين خلال الجائحة، ستبحث الدراسة ما إذا كان إدخال المحتوى الرقمي التفاعلي - مقاطع الفيديو، والاختبارات، واستطلاعات الرأي - قد أدى إلى فهم أكبر للإجراءات الصحية والالتزام بها بين الفئات العمرية الأصغر سنًا.

٥. عزز التوافق الثقافي والديني للرسائل الصحية امتثال المجتمع للممارسات الصحية

تحلل هذه الفرضية ما إذا كان دمج القيم الثقافية والمعتقدات الدينية في رسائل الصحة العامة يُسهم في تعزيز الامتثال بين سكان المملكة العربية السعودية. وتشير إلى أن الإعلانات المُخصصة لشهر رمضان والحج وعادات الصلاة لاقت صدىً أقوى لدى الناس مقارنةً برسائل الصحة العالمية العامة. ومن خلال معالجة السلوكيات الدينية بمسؤولية والتعاون مع السلطة الدينية، تمكنت الوزارة من تعزيز الاحتياطات الصحية دون المساس بالهوية الثقافية. سيحلل المشروع المواد المُعدلة دينيًا، ووردود الفعل العامة خلال المواسم الدينية، وتأثير التأطير الثقافي على تعديل السلوك، لا سيما في المناطق التقليدية والريفية في المملكة العربية السعودية.

٦. قد تُشكل تقنية التواصل المُطورة خلال الجائحة نموذجًا يُحتذى به في مواجهة كوارث الصحة العامة المستقبلية

تجادل هذه الفرضية بأن أساليب العلاقات العامة التي ابتكرتها ونفذتها وزارة الصحة خلال جائحة كوفيد-١٩ كانت ناجحة بما يكفي لإعادة إنتاجها أو تعديلها لمواجهة الأزمات الصحية المستقبلية. تشمل هذه التكتيكات مشاركة أصحاب المصلحة، والشفافية، والاستجابة الإعلامية، والتوافق مع السياق الثقافي، والتكامل الرقمي. من خلال تحليل آثارها، يهدف البحث إلى إثبات أن هذا النهج ليس مجرد رد فعل، بل يمكن إضفاء طابع مؤسسي عليه كإطار تواصل استباقي في مجال الصحة العامة. سيتم التحقق من صحة هذه الفرضية إذا أشارت البيانات إلى أنماط نجاح قد تُسهم في تثقيف السياسات الوطنية، وزيادة الاستعداد، وتقديم نماذج قابلة للتكرار لحالات الطوارئ المستقبلية.

الدراسات السابقة:

عُرفت جائحة كوفيد-١٩ بأنها أول "جائحة قائمة على البيانات" في تاريخ البشرية، وقد بدأت في العصر الرقمي. وقد أظهر رد الفعل الدولي أن العديد من الدول لم تستعد بشكل كافٍ لهذا النوع من الحوادث. ومن الاستراتيجيات الكفيلة بتعزيز إجراءات إدارة الأزمات التعلم من الأخطاء التي ارتُكبت أثناء الأزمات. ومع استقرار العالم بعد الجائحة، برزت مخاوف بشأن إدارة الأزمات في عدد من الدول، وتحتاج إلى دراسة متأنية. الهدف: كان الغرض من هذه الدراسة جمع وترتيب تجارب خبراء الصحة العامة في التواصل مع الجمهور خلال جائحة كوفيد-١٩. وقد خلص بحثنا إلى سبعة محاور وعشرين محورًا فرعيًا. وشملت المحاور السبعة تحديات التواصل في ظل الجائحة، وتحديات "جائحة المعلومات"، والشراكات داخل قطاع الصحة العامة أو خارجه، وتحديات المشاركة المجتمعية، وتحديات التواصل الفعال، وإرهاق القائمين على التواصل، وضرورة تدريب متخصصي التواصل وإنشاء منظمة دائمة متخصصة في التواصل. الاستنتاجات: أوضح هذا التقييم التحديات والمتطلبات التي نشأت عن الفجوات بين قواعد التواصل الحالية في أوقات الأزمات والتواصل الفعلي في أوقات الأزمات في السياق الرقمي. ومن أجل معالجة حالات الطوارئ الصحية العامة في المستقبل بنجاح، ينبغي مراجعة معايير وتكتيكات الاتصال في الأزمات في ضوء الموضوعات التي تم تحديدها في هذا التحليل (Okuhara، ٢٠٢٥).

كان هدف هذا البحث هو التحقيق في استخدام العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات. لقد نظرنا على وجه التحديد إلى ما إذا كانت تكتيكات الاتصال بالمعلومات لمدير التعليم الفلسطيني خلال جائحة كوفيد-١٩ قد ساهمت في إدارة الأزمات الفعالة للمنظمة. تم تحليل البيانات التي تم جمعها من المشاركين في منتدى المناقشة لتحديثات معلومات العلاقات العامة الرقمية لمدير التعليم الفلسطيني باستخدام الانحدار اللوغاريتمي الثنائي. أظهرت النتائج أن استخدام العلاقات العامة الرقمية من قبل المنظمات في إدارة الأزمات يرتبط بشكل إيجابي وجوهري بأساليب التدريس وتقنيات معلومات التخفيف. من ناحية أخرى، يرتبط استخدام العلاقات العامة الرقمية من قبل المنظمات في إدارة الأزمات بشكل سلبي وذو دلالة إحصائية باعتماد وتعديل استراتيجيات المعلومات. من أجل ضمان معلومات واضحة ومتسقة وإدارة معلومات دقيقة وإدارة وسائل الإعلام والاتصالات المباشرة والإجراءات، يقترح البحث أن المنظمة التي تستخدم العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات يجب أن تفحص تقنياتها المختارة (Ukka، ٢٠٢٤).

من الصعوبات التي واجهتها العديد من الشركات في جميع أنحاء العالم جائحة كوفيد-١٩، مما دفع العديد من الشركات إلى تغيير مناهجها، بينما تحولت شركات أخرى إلى تطبيق مناهج جديدة من أجل تحمل آثار هذه الأزمة. ومن أجل إنقاذ الشركات فعليًا خلال أزمة كوفيد-١٩، يهدف هذا البحث إلى تقديم نظرة ثاقبة على تكتيكات البقاء الأكثر استخدامًا. وقد تم توزيع استبيان على أصحاب الشركات ومديريها وموظفيها في المملكة العربية السعودية كجزء من البحث لمعرفة التكتيكات التي ساعدتهم في التعامل مع العواقب السلبية لجائحة كوفيد-١٩. ووفقًا لتحليل البيانات، كانت استراتيجية البقاء الأكثر شيوعًا هي التجارة الإلكترونية والبيع عبر الإنترنت، تلتها استراتيجية التحول الرقمي في المرتبة الثانية واستراتيجية الابتكار في المرتبة الثالثة. ومن خلال فهم آثار كوفيد-١٩ على الشركات السعودية وتحديد أكثر تقنيات البقاء شيوعًا للتغلب على أزمة كوفيد-١٩، يضيف هذا البحث إلى مجموعة المعرفة حول الشركات السعودية. وقد يساعد هذا البحث المديرين والمالكين على التعامل مع الأزمات المستقبلية (Alzaharani, ٢٠٢٤).

في استجابة ماليزيا لجائحة كوفيد-١٩، كان التواصل في أوقات الأزمات أساسيًا في سد الفجوة بين الخطاب السياسي والصحة العامة. ومع تزايد التنافس الإعلامي، استُخدمت أساليب مختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام. وقد أدى ذلك إلى تباين المواقف السياسية وتأثيرها على التصور العام، مما أدى أحيانًا إلى مفاهيم خاطئة حول الوباء. ومع ذلك، ساهم الوباء أيضًا في انتشار "وباء المعلومات"، الذي نشر معلومات كاذبة وحجب المعلومات الدقيقة. لذلك، تتمثل الأهداف الرئيسية للبحث في دراسة كيفية عمل وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط في التواصل في أوقات الأزمات وإدارة السمعة. وباستخدام منهجية أخذ العينات العشوائية الطبقيّة المناسبة، وتوزيع الاستبيان على ٤٠٠ ماليزي، سيتم استخدام المنهج الكمي لتحقيق هدف الدراسة. ويبلغ متوسط درجة تحليل وسائل التواصل الاجتماعي ٣,٣٥. $p=0.89$, $p=0.91$, $p=0.92$. وفقًا لتحليل الوساطة. تُظهر نتائج هذه الدراسة أن نظريات التأثير غير المباشر لا أساس لها من الصحة. يمكن أن يكون لتقنيات الاتصال في الأزمات، التي لا تعتمد بالضرورة على وسائل الإعلام، تأثير أكثر مباشرة في هذه الظروف الصعبة. قد يكون تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام أقل أهمية من تأثير وسائل الإعلام التقليدية والتجارب الفردية والمبادرات الحكومية. قد يتضاءل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بسبب تعقيد أزمات مثل كوفيد-١٩، والتي تشمل العديد من العوامل والأطراف. قد يكون للسياسات تأثير أكبر على الفعالية من تأثيرها على التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد يتم تخفيف التأثيرات

من خلال الاختلافات في معرفة وسائل الإعلام واستهلاك المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي قد تؤدي إلى نتائج دراسية متناقضة (Norazan، ٢٠٢٤).

تُعد منصات التواصل الاجتماعي من بين تقنيات الاتصال عبر الإنترنت التي استخدمتها الحكومات استجابةً لوباء كوفيد-١٩. يستكشف هذا البحث تكتيكات التواصل عبر فيسبوك التي استخدمتها وزارة الصحة العامة (MoPH) خلال أزمة كوفيد-١٩ في لبنان وينظر في كيفية استجابة الجمهور لهذه المبادرات، باستخدام نموذج الاتصال بشأن مخاطر الأزمات والطوارئ كدليل. من يناير ٢٠٢٠ إلى يونيو ٢٠٢١، خضع ٢٠٠١ منشور حول كوفيد-١٩ لتحليل المحتوى. تم تصنيف المنشورات، وتم قياس نشاط النشر الحكومي والتفاعل من خلال التردد والوسيط. لتوفير المزيد من السياق للنتائج، فحص البحث عناصر المنشور الأخرى بما في ذلك اللغة والإشارات والوسوم والتسميات التوضيحية. للتحقيق في كيفية تغير المقاييس استجابةً للأحداث المهمة، تم أيضاً إجراء تحليل الاتجاهات. وفقاً للنتائج، استخدمت وزارة الصحة العامة في الغالب الصور (٧٢,٠٪) وتم نشر معظم منشوراتها (٧٤,٢٠٪) خلال المراحل المبكرة من الوباء. كانت اللقاحات والتحصينات (١٦,٨٩٪)، والكفاءة الذاتية (٣٠,٣٣٪)، والحد من عدم اليقين (٥٤,٥٧٪) أكثر فئات المنشورات شيوعاً. وبالمقارنة مع سنوات ما قبل كوفيد-١٩، زاد عدد متابعي صفحة وزارة الصحة العامة على فيسبوك بنسبة تقارب ٣٠٠٪ في فترة ما بعد كوفيد-١٩. وتحددت درجة المشاركة العامة بمحتوى المنشور، ونوع الوسائط، ومرحلة الأزمة. ووفقاً للبحث، يُعد فيسبوك فعالاً في التواصل الاستراتيجي في الأزمات الصحية. كما يقدم نصائح مفيدة لمديري الطوارئ في القطاع العام المسؤولين عن التواصل عبر الإنترنت أثناء الأوبئة (Bajouk، ٢٠٢٤).

تعرض دراسة (Rajapaksha، ٢٠٢٣) فعالية أساليب العلاقات العامة المؤسسية المستخدمة لتثقيف المجتمعات الأكاديمية وغير الأكاديمية والطلابية بالجامعة حول فيروس كوفيد-١٩، بالإضافة إلى تشغيل هيكل تنظيمي يهدف إلى تمثيل جميع أعضاء مجتمع الجامعة. سؤال الدراسة هو كيفية الحفاظ على الاتصالات الداخلية والخارجية للمنظمة أثناء الجائحة من خلال تنفيذ هيكل تنظيمي جديد وتقنيات العلاقات العامة المؤسسية، الداخلية والخارجية على حد سواء. هنا، كانت عمليات المعالجة الداخلية المؤسسية والاتصالات في جامعة كيلانيا هي محور التركيز الأساسي. تم استخدام تقنيات نوعية مثل الملاحظات والمقابلات لجمع البيانات لدراسة الحالة. بناءً على التوجهات الحكومية، أنشأت جامعة كيلانيا لجنة للوقاية من

كوفيد كأول استجابة مؤسسية لها لوباء كوفيد-١٩. تم اتباع توصيات اللجنة في اتخاذ جميع التدابير اللازمة لحماية المجتمع من الفيروس، بما في ذلك المراقبة والاحتفاظ بالسجلات اليومية وإخطار الأشخاص والمتابعة والبقاء على اتصال مع مكاتب كوفيد الحكومية. استُخدمت وسائل الإعلام الجديدة والجمهورية لإنجاز مهام التواصل، بما في ذلك عرض التقارير الصحفية، وعقد اجتماعات عبر تطبيق زووم، وإجراء حوارات باستخدام وسائل الإعلام الجديدة، ونشر الأفلام والمنشورات التعليمية على وسائل التواصل الاجتماعي. وقد سهّل الهيكل التنظيمي لجامعة كيلايا وأساليها الذكية في العلاقات العامة التشغيل الفعال والناجح للخدمات المؤسسية. تجدر الإشارة إلى أنه في حالات الطوارئ الصحية، مثل جائحة كوفيد-١٩، يمكن استخدام هذه الأطر التنظيمية والمؤسسية الجديدة، بالإضافة إلى تقنيات العلاقات العامة الاستراتيجية، على المستوى المؤسسي. الكلمات المفتاحية: جامعة كيلايا، استراتيجيات العلاقات العامة الاستراتيجية، الهياكل المؤسسية، العلاقات العامة الداخلية والخارجية، جائحة كوفيد-١٩.

تُعد جائحة كوفيد-١٩، إحدى أكبر حالات الطوارئ العالمية في القرن الحادي والعشرين، وتتطلب استراتيجية اتصال فورية وفعالة. تستكشف هذه الورقة البحثية كيف مثلت وسائل الإعلام الجديدة أداةً فعالة للعلاقات العامة خلال فترة الوباء، حيث ساهمت في نشر المعلومات المهمة، والتأثير على الرأي العام، وتعزيز التفاعل بين الجمهور والجهات الصحية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى فعالية منصات الإعلام الجديد، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، ومواقع الأخبار الإلكترونية، وخدمات المراسلة الفورية، في التعامل مع تعقيدات الجائحة، من خلال مراجعة شاملة للأدبيات والتحليل التجريبي لهذه المنصات. ويهدف هذا البحث إلى تقديم رؤية مهمة حول مجال العلاقات العامة المتغير، من خلال تحليل الأساليب التي تستخدمها الحكومات والمنظمات الصحية في جميع أنحاء العالم. كما سيسلط الضوء على الإمكانيات والصعوبات التي تطرحها وسائل الإعلام الجديدة في التواصل أثناء الأزمات. الهدف النهائي لهذا المشروع هو تعزيز المعرفة بكيفية تفاعل وباء كوفيد-١٩ ووسائل الإعلام الجديدة، مع ما يترتب على ذلك من تداعيات مهمة على استراتيجيات العلاقات العامة المستقبلية خلال هذه الظروف الاستثنائية العالمية (Jinasena, ٢٠٢٣).

تتطلب الأزمات، مثل جائحة كوفيد-١٩، تواصلًا فعالًا. يتناول البحث كيفية استخدام وزارة الصحة السعودية لحسابها الرسمي على تويتر للتواصل خلال فترة تفشي المرض. بين ٢١ يناير/كانون الثاني ٢٠٢٠ و٢١ يوليو/تموز ٢٠٢٠، خضعت ١١٢٩

تغريدة من الحساب الرسمي لوزارة الصحة السعودية لتحليل المحتوى. جُمعت التغريدات باستخدام برنامج Twitonomy. لقياس أساليب التواصل، وأنواع المحتوى، واللغة، والجمهور المستهدف، وتفاعل المستخدمين، أنشئت ورقة ترميز وتم التحقق منها. تُظهر النتائج أن وزارة الصحة السعودية تواصلت مع الجمهور باستخدام "استراتيجية معلومات" (٧٤٪). شكلت الرسوم البيانية ٧٥,٩٪ من التغريدات، تليها مقاطع الفيديو (١٦,٩٥٪). كان هناك عدد أقل من التغريدات التي تحتوي على نص فقط (٢٪) وروابط لمواقع أخرى (٣٥٪). تحدث ٨٦٪ من السكان اللغة العربية، و ١٢٪ يتحدثون الإنجليزية، و ٢٪ يتحدثون مزيجًا من عشر لغات أخرى. يُسلط هذا البحث الضوء على ضرورة التواصل الفعال في حالات طوارئ الصحة العامة، وأهمية فهم ديناميكيات الجمهور لأساليب التواصل في الأزمات مستقبلًا. قد تُساعد هذه النتائج مسؤولي الصحة العامة على اتخاذ استجابة أكثر فعالية ونجاحًا في حالات مماثلة (Alotaibi, ٢٠٢٣).

المنطلقات النظرية للدراسة:

تشكل نظريات العلاقات العامة، وإدارة الأزمات الإعلامية، والتواصل الصحي أساس هذا البحث. ويعتمد على نظريات تصف كيفية تأثير التواصل الاستراتيجي على الثقة المؤسسية، والإدراك العام، والامتثال لسلوك الطوارئ. وتعتمد الدراسة تحديدًا على أفكار مثل نظرية وضع الأجندة، والتواصل المتماثل ثنائي الاتجاه، ونظرية التواصل في الأزمات الطرفية (SCCT)، ونظرية التضخيم الاجتماعي للمخاطر. تساعد هذه الأسس في تحليل الطرق التي تعاملت بها وزارة الصحة السعودية مع ردود فعل وسائل الإعلام، والروايات العامة، والتضليل الإعلامي خلال جائحة كوفيد-١٩، وكيف أثرت هذه المبادرات على نتائج التواصل في الأزمات الوطنية في بيئة متميزة ثقافيًا وسياسيًا.

١. نظرية التواصل في الأزمات الطرفية

ابتكر ديليو. تيموثي كومبس نظرية التواصل في الأزمات الطرفية (SCCT)، التي تقدم إطارًا لفهم كيفية استجابة المؤسسات في أوقات الأزمات بناءً على طبيعة المشكلة والرأي العام. وفقًا لـ SCCT، وبناءً على درجة المساءلة الملقاة على عاتق المؤسسة، تتطلب الظروف المختلفة أساليب رد فعل متنوعة، تتراوح بين الإنكار وإعادة البناء. تساعد هذه الفرضية في تفسير قرار وزارة الصحة السعودية باستخدام تدابير تقاسم المسؤولية والشفافية خلال جائحة كوفيد-١٩. وقد التزمت الوزارة بتوصيات SCCT بشأن

الحفاظ على ثقة الجمهور وحماية سمعة المؤسسة خلال الأزمات الطبية من خلال استخدام رسائل تثقيفية وإنسانية (Coombs، ٢٠٢٢).

٢. نظرية الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه

تعزز نظرية الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه، التي وضعها جيمس إي. غرونغ، التواصل العادل بين المؤسسات وجمهورها من خلال التركيز بشكل كبير على النقاش والنقد والتفاهم. وينطبق هذا المفهوم بشكل خاص على التواصل في أوقات الأزمات في القطاع العام. ولتشجيع الحوار، استخدمت وزارة الصحة السعودية آليات اتصال ثنائية الاتجاه، بما في ذلك قنوات ردود الفعل العامة، وجلسات الأسئلة والأجوبة في المؤتمرات الصحفية، ومنصات التواصل الاجتماعي. وقد استخدمت هذه الفكرة في البحث للتحقق مما إذا كان هذا التفاعل يعزز الامتثال والثقة أم لا. بالإضافة إلى ذلك، تُقيم هذه الورقة تأثير حلقات التغذية الراجعة على تعديلات الرسائل، مُسلطة الضوء على أهمية الاستماع إلى الرأي العام أثناء حالات الطوارئ الصحية الوطنية (Fiveable، ٢٠٢٤).

٣. نظرية تحديد الأجندة:

وفقاً لنظرية ماكومبس وشاو لتحديد الأجندة، تُشير وسائل الإعلام إلى ما ينبغي على الأفراد التفكير فيه بدلاً مما ينبغي عليهم مراعاته. تحاول المؤسسات الحكومية تحديد الأجندة العامة أثناء حالات الطوارئ الصحية العامة من خلال التركيز على الاهتمامات المهمة من خلال رسائل موحدة. تبحث هذه الورقة في كيفية قيام وزارة الصحة السعودية بتحديد الأجندة العامة والإعلامية خلال جائحة كوفيد-١٩ باستخدام مبادرات الصحة العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمؤتمرات الصحفية. أثرت الوزارة على المواضيع التي هيمنت على الحوار العام والتغطية الإعلامية عبر المنصات من خلال إدارة التركيز السردية، والذي شمل عدد الحالات، وبرامج التطعيم، وإجراءات السلامة (sheerfactus، ٢٠٢٤).

٤. نظرية التضخيم الاجتماعي للمخاطر

تصف نظرية التضخيم الاجتماعي للمخاطر كيف يُمكن للتواصل العام والتغطية الإعلامية أن يزيدا أو يُقللا من إدراك المخاطر. وفقاً لنظرية SART، يتم تصفية الاتصالات المتعلقة بحالات الطوارئ بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام،

مما قد يُفاقم القلق العام أو يُقلل من الذعر. عند تقييم كيفية تعامل وزارة الصحة مع إشعارات كوفيد-١٩ لتجنب القلق غير المبرر مع الحفاظ على حالة الطوارئ، يُعد هذا المفهوم ذا صلة. يدرس البحث كيف تأثر السلوك العام، وتأطير وسائل الإعلام، وردود الفعل العاطفية تجاه الأزمة بقدرة الوزارة على التحكم في نبرة ومضمون اتصالاتها من أجل تحقيق التوازن بين قلق الجمهور وراحته (Strekalova، ٢٠١٧).

٥. نظرية التميز في العلاقات العامة

تؤكد نظرية التميز التي وضعها غرونغ وهانت على أهمية أساليب الاتصال الاستراتيجية والأخلاقية والقائمة على الأدلة في الأداء المؤسسي. ووفقاً لهذه النظرية، ينبغي إدراج العلاقات العامة في عملية صنع القرار رفيعة المستوى بما يعود بالنفع على المؤسسة وعامة الناس. يُقيّم هذا البحث فعالية مؤسسة وزارة الصحة السعودية للعلاقات العامة خلال جائحة كوفيد-١٩ باستخدام نظرية التميز. ويُقيّم البحث كيفية استناد خيارات الاتصال إلى مدخلات الجمهور، وما إذا كان متخصصو العلاقات العامة قد أشركوا في التخطيط الاستراتيجي الرئيسي، وما إذا كان قد تم الحفاظ على المعايير الأخلاقية مثل الشمولية والصدق. وتقدم الفكرة معياراً لقياس احترافية ونضج إدارة العلاقات العامة بالوزارة (Hung-Baesecke، ٢٠٢١).

٦. نموذج المعتقدات الصحية

يُعد نموذج المعتقدات الصحية إطاراً نفسياً لفهم السلوكيات الصحية وكيفية تأثير التواصل عليها. ووفقاً لهذه النظرية، يميل الأفراد إلى تبني سلوكيات صحية إذا شعروا أنهم في خطر، أو اعتقدوا أن التهديد شديد، أو اعتقدوا أن الإجراء المقترح سينجح. عند دراسة كيفية هيكلية وزارة الصحة لرسائلها المتعلقة بكوفيد-١٩ لتعزيز التزام الجمهور بإجراءات السلامة والفحص والتطعيم، تُعد هذه النظرية مفيدة للغاية. باستخدام نموذج المعتقدات الصحية، يُقيّم البحث ما إذا كانت رسائل العلاقات العامة قد عالجت العقبات والمزايا المتصورة، ومدى خطورتها، وقابلية الإصابة بها بطرق مناسبة للثقافة المستهدفة (Alyafei، ٢٠٢٤).

المنهجية وطرق البحث:

١. تصميم البحث: مناهج دراسات الحالة النوعية

تُعدّ منهجية دراسة الحالة النوعية المستخدمة في هذا البحث مثاليةً لدراسة الظواهر الاجتماعية المعقدة في سياقات واقعية. يُمكن نهج دراسة الحالة من فهم شاملٍ للإجراءات وخيارات الاتصال ونتائجها من خلال التركيز على تكتيكات العلاقات العامة لوزارة الصحة السعودية خلال جائحة كوفيد-١٩. يُسهّل هذا النهج دراسة كيفية تعامل الوزارة مع المشكلات الإعلامية، وكيف تغيّر الرأي العام خلال الجائحة، وكيف استُخدمت تكتيكات العلاقات العامة. يُمكن للباحث دراسة كلّ من السلوكيات الظاهرة والاستراتيجيات الكامنة وراءها نظرًا لتركيز التصميم النوعي على السياق والتفسير والمعنى.

٢. تقنيات جمع البيانات: تحليل المحتوى والوثائق

يُعدّ تحليل الوثائق وتحليل محتوى مواد الاتصال الرسمية من التقنيات الرئيسية لجمع البيانات. يتضمن هذا مراجعة مبادرات وزارة الصحة للتوعية العامة، والإحاطات التلفزيونية، والبيانات الصحفية، ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الحكومية من مارس ٢٠٢٠ إلى ديسمبر ٢٠٢١. لتحديد أساليب العلاقات العامة، واتجاهات الرسائل، وأساليب صياغة الرسائل، ومستويات الشفافية، سيتم فحص هذه المواد. كما سيتم تضمين منشورات الوزارة، والرسوم البيانية، ومواد من تطبيقات الهاتف المحمول في البيانات. الاستنتاجات وثيقة الصلة ومدعومة ببيانات تجريبية، حيث تمكن الباحث من استخلاص رؤى ثابتة من أدوات الاتصال الفعلية التي استُخدمت طوال الأزمة.

٣. المقابلات شبه المنظمة مع المُخبرين الرئيسيين

سيتم إجراء مقابلات شبه منظمة مع خبراء الاتصال، ومستشاري الإعلام، ومسؤولي الصحة المشاركين في الاستجابة لجائحة كوفيد-١٩ كجزء من البحث لفهم إجراءات صنع القرار في العلاقات العامة بالوزارة بشكل أفضل. سيتم من خلال هذه المقابلات تقديم وجهات نظر مباشرة حول تطوير استراتيجيات العلاقات العامة واستخدامها وتقييمها. يمكن للمشاركين التعمق في تجاربهم من خلال مقابلات شبه منظمة مع التركيز على مواضيع دراسة محددة مسبقًا. لضمان الدقة، سيتم تسجيل

المقابلات بالفيديو (بالاتفاق) وإجراؤها إما حضورياً أو عن بُعد. يضمن هذا النهج أن يلتقط التحليل كلاً من الهدف الاستراتيجي والصعوبات الواقعية، مما يعزز الفهم العام.

٤. اختيار المشاركين وطريقة أخذ العينات

سيتم استخدام أخذ عينات هادف في الدراسة لاختيار الأفراد والمواد الأكثر صلة بأهداف البحث. سيشمل المشاركون متحدثين إعلاميين حكوميين، وإعلاميين غطوا ردود فعل كوفيد-١٩، ومسؤولي العلاقات العامة من وزارة الصحة. سيكون المحتوى المنشور خلال المراحل الأولى لتفشي الجائحة، والإغلاق، وحملة التطعيم، وإعادة فتح البلاد، هو المحور الرئيسي لعينة المحتوى (مثل التغريدات والمؤتمرات الصحفية). بفضل هذا الاختيار الاستراتيجي، يتمكن البحث من توثيق تطور أساليب العلاقات العامة على مر الزمن. الهدف هو الحصول على مجموعة بيانات تمثيلية وغنية بالمعلومات تُسهّل التحليل النوعي الدقيق وتفسير المواضيع.

٥. أساليب تحليل البيانات: تحليل المواضيع

سيُستخدم التحليل المواضيعي لفحص المعلومات المُجمعة من المقابلات والوثائق. باستخدام هذا النهج، تُرمّز البيانات للعثور على المواضيع والأنماط والروابط المتكررة المتعلقة بردود الفعل العامة، وتأثير وسائل الإعلام، وتكتيكات العلاقات العامة. لترتيب البيانات وتبريزها بفعالية، يُمكن استخدام برنامج spss أو برنامج تحليل بيانات نوعية مُماثل. سيتم استخدام كلٍّ من المنهجين الاستنتاجي (المستند إلى نظريات العلاقات العامة المُعتمدة) والاستقرائي (الناشئ عن البيانات) لتحديد المواضيع. سيُسهّل هذا البحث فهم ليس فقط تكتيكات الاتصال المُستخدمة، ولكن أيضاً أساسها المنطقي وكيف تُكَبّل أهداف إدارة الأزمات العامة والمخاوف الثقافية.

٦. الجوانب الأخلاقية

سيتم الالتزام الصارم بالمبادئ التوجيهية الأخلاقية طوال فترة البحث. سيتم منح كل مشارك في المقابلة واثق موافقة مُستنيرة تُحدد أهداف الدراسة، وحقوق المشاركين، والغرض من استخدام بياناتهم. وسيتم ضمان السرية وعدم الكشف عن هويتهم ما لم يوافق المشاركون على أي شيء آخر. كما لن يتم التلاعب بالبيانات أو تحريفها في البحث، وخاصةً عند فحص مواد

التواصل العام. قبل بدء العمل الميداني، سيتم استشارة لجنة المراجعة المؤسسية المعنية للحصول على الموافقة الأخلاقية للبحث. ويعتمد الحفاظ على صحة الدراسة ومصادقيتها، مع تعزيز الثقة بين المشاركين، على التمسك بالنزاهة الأخلاقية.

أدوات الدراسة:

١. أداة تحليل المحتوى

يُطبق هذا البحث تحليل المحتوى كطريقة منهجية لتقييم البيانات النوعية المُجمّعة من الاتصالات الرسمية لوزارة الصحة السعودية خلال أزمة كوفيد-١٩. يُستخدم البرنامج لتقييم البيانات الصحفية، والإعلانات التلفزيونية، ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي. ويسعى إلى الكشف عن الرسائل الصريحة والضمنية، والاستراتيجيات الإقناعية، والأنماط المواضيعية، ونبرة اللغة. يُساعد تحليل المحتوى على رصد ثبات أساليب العلاقات العامة خلال مراحل الأزمة المتعددة، ويزيد من مصداقية الدراسة من خلال ترسيخ النتائج في مخرجات إعلامية قابلة للملاحظة.

٢. دليل المقابلات شبه المهيكلية

أعدّ الباحث دليلاً شبه مهيكل للمقابلات لإجراء مقابلات مُعمّقة مع موظفي العلاقات العامة، والمتحدثين الرسميين باسم وزارة الصحة، والصحفيين الذين غطوا الوضع. يُقدّم الدليل أسئلة مفتوحة تتناول قضايا مثل أهداف الاتصال، والعقبات، وأساليب السيطرة على الشائعات. تُقدّم هذه الأداة رؤية نوعية ثرية مُباشرةً من الأشخاص المُشاركين، مُقدّمةً معلومات مُرتبطة بالسياق، ومُضيفَةً بُعْداً تفسيريّاً بالغ الأهمية لنتائج الدراسة بناءً على الخبرة الشخصية.

٣. بطاقة تحليل الوسائط الرقمية

لتحليل نشاط الوزارة على الوسائط الرقمية، صُممت بطاقة تحليل فريدة. تغطي هذه البطاقة عوامل مثل نوع الرسالة، واستهداف الجمهور، ومقاييس التفاعل (الإعجابات، والمشاركات، والتعليقات)، والتوقيت، والعرض المرئي. تُركز هذه الأداة على شبكات تشمل تويتر، وسناب شات، ويوتيوب. تُساعد هذه الأداة في تحليل فعالية التواصل الرقمي في الأزمات، وقدرة

الوزارة على الاستجابة الفورية. من خلال تحليل اتجاهات المحتوى، تُقيّم هذه الأداة نقاط القوة والضعف في خطة العلاقات العامة الرقمية المنفذة خلال فترة الوباء.

٤. أداة تحليل العوامل (عبر برنامج SPSS)

يُستخدم تحليل العوامل في برنامج SPSS لإيجاد الروابط الأساسية بين عدد كبير من أسئلة الاستبيان المرتبطة باستراتيجية العلاقات العامة. تُساعد هذه الطريقة الإحصائية على تجميع البيانات المرتبطة في مكونات (مثل "بناء الثقة"، و"الوضوح"، و"الشفافية") تُشير إلى خصائص أوسع لأداء العلاقات العامة. باستخدام تحليل العوامل الاستكشافي (EFA)، يُمكن للباحث التخلص من التكرار في مجموعة البيانات، والتأكد من أن العناصر تعكس هياكل منفصلة. يحسب برنامج SPSS أحمال العوامل، والقيم الذاتية، ومخططات الانحدار الخطي لتحديد كيفية تجمّع العناصر. وهذا يُعزز صحة الاستبيان ويُتيح فهمًا أفضل للهياكل الأساسية التي تؤثر على نظرة الأفراد لإدارة وزارة الصحة للأزمات الإعلامية.

٥. أداة توثيق الجدول الزمني للأزمة

تُمكن هذه الأداة الباحث من إنشاء تسلسل زمني دقيق لوضع كوفيد-١٩ في المملكة العربية السعودية، مع مطابقة الأحداث المهمة مع ردود الوزارة على الاتصالات المصاحبة. وتغطي تواريخ نشر الإحباطات الصحفية، وحملات التوعية، وتحديثات وسائل التواصل الاجتماعي. ويتيح الجدول الزمني تقييم سرعة التواصل، وتكييف الرسائل، وتعديلات الاستراتيجية عبر مراحل الأزمة المتعددة. كما تُقدّم هذه الأداة رؤية تاريخية ديناميكية تُبيّن كيفية تطور جهود العلاقات العامة مع استمرار الأزمة.

٦. إطار تقييم المصداقية

بما أن ثقة الجمهور هي أحد الاهتمامات الرئيسية للدراسة، فقد استُخدمت منهجية تقييم المصداقية لتحليل مدى انفتاح رسائل الوزارة ووضوحها واتساقها. يتضمن هذا النهج مقاييس نوعية وكمية. على سبيل المثال، تُدرس مقاييس التفاعل الرقمي (مثل المشاهدات والإعجابات وإعادة التغريد) كمقاييس غير مباشرة لتفاعل الجمهور. ورغم أن البحث لا يستخدم أدوات المسح بشكل مباشر، إلا أنه يمكن تعزيز الإطار لاحقًا بآراء الجمهور لقياس مدى مصداقية وفعالية تواصل الوزارة خلال فترة الوباء.

حدود الدراسة:

❖ الحدود البشرية

تنبع القيود البشرية في هذا البحث بشكل كبير من التحيزات المتأصلة والتصورات الذاتية للأفراد المشاركين في المقابلات والاستبيانات. قد يُقدم المستجيبون، مثل مسؤولي الوزارات أو متخصصي العلاقات العامة أو أفراد الجمهور، تعليقات متأثرة بأرائهم الشخصية أو رغباتهم الاجتماعية أو تحيزهم في التذكر، لا سيما بالنظر إلى الطبيعة الانفعالية للأزمة الصحية. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون إمكانية الوصول إلى مصادر معلومات مهمة محدودة، مما يُقلل من عمق البيانات النوعية وتمثيلها. قد تؤثر هذه المتغيرات البشرية على قابلية تعميم النتائج، حيث قد تكون وجهات نظر أو تجارب معينة غير ممثلة تمثيلاً كافياً أو مُسلّط عليها الضوء بشكل غير ملائم، وذلك حسب توافر المشاركين واستعدادهم لتقديم معلومات صريحة.

❖ الحدود الزمنية

تتعلق القيود الزمنية بالفترة الزمنية التي يُجرى فيها البحث وتُجمع البيانات. كانت جائحة كوفيد-١٩ قضية سريعة التغير ذات مراحل متعددة، وقد لا تُمثل اللقطة السريعة للدراسة المسار الكامل لتقنيات العلاقات العامة على مر الزمن. قد تُمثل البيانات المُحصلة مراحل مُحددة أكثر من غيرها (مثل: الوباء المُبكر مقابل طرح اللقاح)، مما قد يُقيد النتائج الطويلة. إضافةً إلى ذلك، تتغير الآراء العامة والبيئات الإعلامية بسرعة، وبالتالي قد تُصبح الاستنتاجات أقل فائدةً مع تغيّر تكنولوجيا الاتصال والمواقف الثقافية. قد تُعيق هذه القيود الزمنية القدرة على تحليل الأثر المُستمر لأنشطة العلاقات العامة بشكل كافٍ طوال فترة الأزمة.

❖ الحدود المكانية

تُشير القيود المكانية إلى التركيز الجغرافي للبحث، الذي يقتصر على المملكة العربية السعودية، وخاصةً على تواصل وزارة الصحة في هذا السياق. في حين أن النتائج تُقدم رؤى مفيدة للمملكة العربية السعودية، وربما دول الخليج ذات الصلة، إلا أنها قد لا تكون قابلة للتطبيق بالكامل على أماكن أخرى ذات أوضاع ثقافية أو سياسية أو إعلامية مُختلفة. يستثني النطاق الجغرافي تجارب وأساليب العلاقات العامة للوزارات الأخرى، أو الهيئات الحكومية المحلية، أو المنظمات الصحية الدولية

المشاركة في الاستجابة للجائحة. قد يُقلل هذا التركيز المحدود من الصلاحية الخارجية للدراسة وتطبيقها على استراتيجيات تواصل أوسع نطاقاً أو عالمية في حالات الأزمات.

- Alhassan, F. M. (2021). The Saudi Ministry of Health's Twitter Communication Strategies and Public Engagement During the COVID-19 Pandemic: Content Analysis Study. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8276783/>
- Alkathiri, E. S. (2024). A scoping review of arab public relations scholarship. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811124000146>
- Alotaibi, J. (2023). Analyzing Communication Strategies of the Saudi Ministry of Health During COVID-19. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/375477795_Analyzing_Communication_Strategies_of_the_Saudi_Ministry_of_Health_During_COVID-19
- Al-Quran, M. W. (2022). Traditional media versus social media: challenges and opportunities. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/366177022_Traditional_media_versus_social_media_challenges_and_opportunities
- Alyafei, A. (2024). The Health Belief Model of Behavior Change. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK606120/>
- Alzahrani, J. (2024). Survival strategies- Lessons Learned from Saudi Arabian firms during COVID-19 Pandemic Crisis. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377590555_Survival_strategies-Lessons_Learned_from_Saudi_Arabian_firms_during_COVID-19_Pandemic_Crisis
- Bajouk, H. (2024). Understanding government social media communication strategies and public engagement during the COVID-19 crisis in Lebanon. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/379469693_Understanding_government_social_media_communication_strategies_and_public_engagement_during_the_COVID-19_crisis_in_Lebanon
- Caceres, M. M. (2022). The impact of misinformation on the COVID-19 pandemic. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9114791/>
- Coombs, W. T. (2022). Situational Crisis Communication Theory (SCCT): Refining and Clarifying a Cognitive-Based Theory of Crisis Communication. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/373297230_Situational_Crisis_Communication_Theory_SCCT_Refining_and_Clarifying_a_Cognitive-Based_Theory_of_Crisis_Communication

- Danish, F. (2025). Enhancing Public Trust Through Public Relations In Bahrain's Healthcare Institutions: A Systematic Literature Review. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/391269405_Enhancing_Public_Trust_Through_Public_Relations_In_Bahrain's_Healthcare_Institutions_A_Systematic_Literature_Review
- DeCorby, K. (2018). Effectiveness of capacity building interventions relevant to public health practice: A systematic review. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/325523901_Effectiveness_of_capacity_building_interventions_relevant_to_public_health_practice_A_systematic_review
- Filfilan, N. N. (2022). Measuring the Factors Influencing the Acceptance of COVID-19 Vaccines in the Western Region of Saudi Arabia. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/365401224_Measuring_the_Factors_Influencing_the_Acceptance_of_COVID-19_Vaccines_in_the_Western_Region_of_Saudi_Arabia
- Filip, R. (2022). Global Challenges to Public Health Care Systems during the COVID-19 Pandemic: A Review of Pandemic Measures and Problems. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9409667/>
- Fiveable. (2024). two-way symmetric model – Intro to Public Relations. Retrieved from <https://library.fiveable.me/key-terms/introduction-public-relations/two-way-symmetric-model>
- Hadeed, A. Y. (2024). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. Retrieved from <https://www.frontiersin.org/journals/sociology/articles/10.3389/fsoc.2023.1273371/full>
- Hung-Baesecke, C.-J. F. (2021). 16 The Excellence Theory – origins, contribution and critique. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/349187469_16_The_Excellence_Theory_-_origins_contribution_and_critique
- Jinasena, D. C. (2023). A Study of the Covid-19 Pandemic and the Functioning of New Media as a Public Relations Method. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/372516584_A_Study_of_the_Covid-19_Pandemic_and_the_Functioning_of_New_Media_as_a_Public_Relations_Method

- Karasneh, R. (2021). Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32340892/>
- Kirk-Lawlor, N. E. (2017). Group Development and Integration in a Cross-Disciplinary and Intercultural Research Team. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/312361262_Group_Development_and_Integration_in_a_Cross-Disciplinary_and_Intercultural_Research_Team
- Kusumaningrum, R. (2020). Implementation of Government Crisis Communication During The Covid-19. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/348116300_Implementation_of_Government_Crisis_Communication_During_The_Covid-19
- Lerouge, R. (2023). The role played by government communication on the level of public fear in social media: An investigation into the Covid-19 crisis in Italy. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9805896/>
- Lindhout, P. (2022). The “Transparency for Safety” Triangle: Developing a Smart Transparency Framework to Achieve a Safety Learning Community. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9566178/>
- Norazan, S. S. (2024). SOCIAL MEDIA AS MEDIATOR IN CRISIS COMMUNICATION AND REPUTATION MANAGEMENT DURING MALAYSIA’S COVID-19 PANDEMIC. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/387419904_SOCIAL_MEDIA_AS_MEDIATOR_IN_CRISIS_COMMUNICATION_AND_REPUTATION_MANAGEMENT_DURING_MALAYSIA%27S_COVID-19_PANDEMIC
- Obasi, H. U. (2024). The Role of Media in Public Relations Crisis Communication. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/386789939_The_Role_of_Media_in_Public_Relations_Crisis_Communication
- Okuhara, T. (2025). Experiences of Public Health Professionals Regarding Crisis Communication During the COVID-19 Pandemic: Systematic Review of Qualitative Studies. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/389853901_Experiences_of_Public_Health_Professionals_Regarding_Crisis_Communication_During_the_COVID-19_Pandemic_Systematic_Review_of_Qualitative_Studies

- Radwan, A. F. (2021). Government Communication Strategies during Coronavirus Pandemic: United Arab Emirates Lessons. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/349692360_Government_Communication_Strategies_during_Coronavirus_Pandemic_United_Arab_Emirates_Lessons
- Rajapaksha, S. (2023). A study regarding the utility of Institutional Public Relations Strategies used during the period of the Covid-19 pandemic (Especially within the University of Kelaniya in Sri Lanka). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/371418064_A_study_regarding_the_utility_of_Institutional_Public_Relations_Strategies_used_during_the_period_of_the_Covid-19_pandemic_Especially_within_the_University_of_Kelaniya_in_Sri_Lanka
- sheerfactus. (2024). Agenda Setting Theory: How Media Shapes Public Opinion and Priorities. Retrieved from <https://masscommunicationtheories.com/agenda-setting-theory-how-media-shapes-public-opinion-and-priorities/>
- Strekalova, Y. A. (2017). Social Amplification of Risk in Health and Risk Messaging. Retrieved from <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-286?d=%2F10.1093%2Facrefore%2F9780190228613.001.0001%2Facrefore-9780190228613-e-286&p=emailA4MdQTBZ31vs.>
- Su, Z. (2022). Crisis communication strategies for health officials. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9725173/>
- Udow-Phillips, M. (2020). Trust in Public Health Is Essential Amid the COVID-19 Pandemic. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/342244572_Trust_in_Public_Health_Is_Essential_Amid_the_COVID-19_Pandemic
- Ukka, I. (2024). Implementation of Digital Public Relations in Crisis Management: The Evidence of Palestinian Director of Education During the Covid-19 Pandemic. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/380967162_Implementation_of_Digital_Public_Relations_in_Crisis_Management_The_Evidence_of_Palestinian_Director_of_Education_During_the_Covid-19_Pandemic
- Wodak, R. (2021). Crisis communication and crisis management during COVID-19. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/349299002_Crisis_communication_and_crisis_management_during_COVID-19

world health organization. (2020). G20 First-time Released Report on Digital Health Interventions for Pandemic Management. Retrieved from <http://who.int/news/item/07-12-2020-g20-first-time-released-report-on-digital-health-interventions-for-pandemic-management>

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

Mid-Ocean University

College of Management

Department/Major in Public Relations



Research Title

The Impact of Using Public Relations Strategies in Managing Media Crises: A Case Study of the Saudi Ministry
of Health During the COVID-19 Pandemic

Student Preparation/Shamaa Atiq Al-Dosari

Student ID/ 251002223

Supervision/ Dr. Fayez li Jrad

Academic Year:

2025