

انشطة العلاقات العامة في مواجهة ازمة كوفيد (١٩) دراسة تحليلية من المستوى الثاني

ا.م.د. علي عبد الهادي عبد الامير
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
alialkarki1981@gmail.com

تاريخ النشر: ٢٠٢٥/٩/١

تاريخ القبول: ٢٠٢٥/٢/٢٣

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٥/١/٢٢

الملخص:

تمثل العلاقات العامة احد الأنشطة الاتصالية التي تسعى الى أحداث التغيير الايجابي في مواقف واتجاهات الجمهور وبناء سمعة المؤسسات والصورة الذهنية الايجابية عن الأداء المؤسسي لمختلف المؤسسات. بالاعتماد على أدوات وخطط وبرامج وحملات تنفذها بشكل دائم ومستمر وتستعين بمختلف الوسائل الاتصالية ومنها مواقع الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي وخلال أزمة كوفيد التي اعتبرت بانها أزمة صحية دولية ، لما لها من مساس بمستوى الصحة العام لمختلف المجتمعات ظهرت الحاجة الى ضرورة تبني أنشطة العلاقات العامة لبناء مستوى من الوعي والفهم لدى الجمهور وعلى هذا الأساس ظهرت مجموعة من البحوث العلمية التي تناولت أنشطة العلاقات العامة بالبحث وتقديم وصف علمي دقيق عن أدوارها في مواجهة الأزمة مما شكل تراث علمي تراكمي خلال السنوات التي استغرقتها من خلال بحث جوانب عدة من المتغيرات المرتبطة بالعلاقات العامة وخاصة توظيف الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، ومن هذا المنطلق جاء هذا البحث ليتناول عدد من البحوث العلمية المنشورة والرسائل ذات الصلة بالعلاقات العامة وجهودها في مواجهة أزمة كورونا ولقد توصلت عدة نتائج من اهمها كانت:

١. ادت العلاقات العامة دور ايجابي على مستوى نشر الوعي بالارشادات الصحية الواجب اتباعها من قبل الجمهور لتفادي خطر الاصابة بفيروس كوفيد (١٩).
٢. أسهمت الادوات الاتصالية المتكاملة في مواجهة الازمة من برامج وحملات ومواقع الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي بالشكل الذي اسهم في بناء التفاعل الايجابي مع الجمهور.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، كوفيد ١٩، أزمة، أنشطة .

Public Relations Activities in Facing the COVID-19 CrisisA Second-Level Analytical Study

Asst. Prof. Dr. Ali Abdul Hadi Abdul Amir
Ministry of Higher Education and Scientific Research

Received Date: 22/1/2025,

Accepted Date: 23/2/2025,

Published Date: 1/9/2025

Abstract:

Public relations represents one of the communication activities that seeks to bring about positive change in the attitudes and trends of the public and build the reputation of institutions and a positive mental image of the institutional performance of various institutions. Relying on tools, plans, programs and campaigns that are implemented permanently and continuously and using various means of communication, including websites and social media platforms, and during a crisis. Covid, which was considered an international health crisis, because of its impact on the general health level of various societies, the need emerged for the necessity of adopting public relations activities to build a level of awareness and understanding among the public, and on this

DOI: <https://doi.org/10.36317/kja/2025/v1.i65.18544>

Kufa Journal of Arts by University of Kufa is licensed under a Creative Commons Attribution 4. 0 International License.
مجلة آداب الكوفة - جامعة الكوفة مرخصة بموجب ترخيص المشاع الإبداعي ٤.٠ الدولي.



basis, a group of scientific research emerged that dealt with public relations activities by researching Providing an accurate scientific description of its roles in confronting the crisis, which formed a cumulative scientific heritage during the years it took through examining several aspects of the variables related to public relations, especially the use of the Internet and social media platforms. From this standpoint, this research came to address a number of published scientific research and related messages. With public relations and its efforts to confront the Corona crisis, several results were achieved, the most important of which were:

1. Public relations played a positive role in spreading awareness of the health guidelines that must be followed by the public to avoid the risk of infection with the Covid (19) virus.

2-integrated communication tools contributed to confronting the crisis, including programs, campaigns, websites, and social media platforms, in a way that contributed to building positive interaction with the public.

Keywords: Public relations, Covid-19, crisis, activities.

المقدمة:

تمثل الابحاث العلمية المنجزة في احد المجالات العلمية المعنية بعلوم الاعلام والاتصال مجال عملي جديد يمكن التعرف من خلاله عن كيفية توظيف الادوات والمناهج البحثية من قبل الباحثين في دراسة احد الجوانب العلمية المرتبطة بظاهرة علمية شهدها المجتمع خلال فترة زمنية معينة. وتعد ازمة (فيروس كوفيد ١٩) احد الازمات الصحية التي شهدتها المجتمعات كافة كونها انتشرت الى عدة بلدان ومنها العراق منذ نهاية عام ٢٠١٩، وعلى هذا الاساس بدأ الباحثين من المختصين بمجال علوم الاتصال والعلاقات العامة بدراسة الانماط الاعلامية وارتباطها بظاهرة (كوفيد ١٩)، الى جانب دور الاجهزة المعنية بالعلاقات العامة في نشر الوعي الصحي بين اوساط الجمهور بغية الحفاظ على صحة المجتمع والحفاظ على حياة افراده بالاعتماد على صياغة رسائل ومضامين اعلامية بمختلف الوسائل الاعلامية الى جانب الاعتماد على المتحدث الرسمي الحكومي الذي اعتمدته بعض المؤسسات المعنية باحتواء الازمة ومحاولة السيطرة عليها. لذا فقد سعى الباحث الى رصد البحوث التي تناولت نشاط العلاقات العامة وما يرتبط بها من مفاهيم من ادوار واستراتيجيات وحملات وعلاقتها بأزمة كوفيد (١٩) خلال ثلاث سنوات من عام (٢٠١٩ الى ٢٠٢٢)، واخضاعها للتحليل بهدف التعرف على الادوات والمناهج التي تم الاعتماد عليها من قبل الباحثين في تحقيق اهدافهم دراستهم والتعبير عنها بشكل كمي من خلال النسبة المئوية والتكرار مما يعطي مؤشرات اوليه عن اولويات المناهج والادوات المستخدمة وصولا الى تحقيق النتائج العلمية.

أولاً: مشكلة البحث

تمثل مشكلة البحث البداية الصحيحة لأي بحث علمي يعمل الباحث على تحديدها وصياغتها بشكل علمي دقيق ليتمكن من دراستها بشكل متكامل الى جانب تحديد تهم الادوات التي تمكنه من انجاز بحث بشكل علمي متكامل ولقد تم تحديد مشكلة هذا البحث ب(ما هي المناهج والادوات العلمية المستخدمة في الرسائل والبحوث التي تناولت نشاط العلاقات العامة ومواجهته لجائحة كوفيد ، ١٩)

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث الحالي في

١. يمثل هذا النوع من الدراسات نوعاً من دراسات المستوى الثاني التي تستهدف رصد الابحاث المنجزة خلال فترة زمنية معينة
٢. يعد من البحوث التي تهتم بتقديم احصائيات علمية عن الدراسات العلمية المنجزة في مجال العلاقات العامة وعلاقتها بجائحة (كوفيد ١٩).

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث إلى :-

١. رصد التراث العلمي المنجز خلال ثلاث اعوام والذي بين موقع ازمة (كوفيد ١٩) من البحوث الاعلامية.
٢. التعرف على اهم الادوات والمناهج التي استعانت بها بحوث العلاقات العامة خلال الاعوام (٢٠١٩-٢٠٢٢) في الوصول الى نتائج علمية دقيقة تتعلق بكيفية تأثير ادوات العلاقات العامة في سلوك الجمهور والالتزام بالإرشادات والتعليمات الصحية.

رابعاً: منهج البحث

يندرج هذا البحث ضمن بحوث تحليل المستوى الثاني التي تهدف الى المراجعة المنهجية التحليلية للبحوث العلمية المنجزة حول موضوع محدد للخروج بنتائج علمية دقيقة ،يستطيع الباحث من خلالها تحديد اهم ما توصلت اليه هذه البحوث فيما يتعلق بدور نشاط العلاقات العامة في مواجهة الازمة الصحية المتمثلة (بجائحة كوفيد ١٩)، ولقد اعتمد الباحث اسلوب المراجعة المنتظمة لكل ما تناولته الاديبيات العلمية من بحوث ورسائل علمية موضوعها الرئيس انشطة العلاقات العامة واليات مواجهة ازمة كورونا واستخدامها الادوات الاتصالية لنشر الوعي الصحي بين افراد الجمهور ، المنشورة باللغة العربية خلال المجال الزمني للبحث ،من خلال القيام بالخطوات الاتية :-

١. استخدام الكلمات المفتاحية للبحث من خلال محرك البحث (google) المتـمثلة بـ (كورونا، كوفيد ١٩، العلاقات العامة) .

٢. رصد وتقييم البحوث المنجزة ومدى صلتها بالمتغير الرئيس للبحث .
٣. تصنيف البحوث وفقا لطبيعة الدور الذي تمارسه العلاقات العامة المستهدفة بالباحث سواء كان على مستوى المؤسسات الحكومية المعنية بادرارة الازمة) او الجمهور .
٤. التحليل الكيفي والكمي للمعلومات وتفسيرها .

سادسا: مجالات البحث

١. المجال ألزمني: تم انجاز البحث خلال الفترة الزمنية الممتدة من ١ / ٦ / ٢٠١٩ إلى ٢٠٢٢ / ٦ / ١.
٢. المجال المكاني: وتحدد ب دول(العراق ،مصر ،فلسطين ،الجزائر) وهي الدول التي انجزت فيها الرسائل والبحوث العلمية ذات الصلة بموضوع نشاطات العلاقات العامة خلال ازمة (كوفيد ١٩) ،من خلال الاستعانة بتقنية البحث المباشر على محرك البحث (google) ورصد الرسائل والبحوث ذات الصلة بموضوع البحث بشكل دوري من قبل الباحث

الإطار النظري

اولا: العلاقات العامة وادارة الازمة

تتميز العلاقات العامة بأنها نشاط اتصالي يسعى تحقيق التفاعل الايجابي بين المؤسسة والجمهور بالاعتماد على معايير علمية دقيقة مثل البحث والتخطيط والتدريب الى جانب بناء صورة ذهنية ايجابية عن اداء المؤسسات خلال الأزمات والمواقف الصعبة التي تواجه المؤسسة. وعلى هذا الاساس يبرز دور العلاقات العامة في التخطيط لمواجهة الأزمة ومنها مواجهتها لازمة كوفيد ١٩، التي عدت ازمة عالمية أثرت على مستوى الصحة العام داخل المجتمعات كافة ومنها المجتمع العراقي. ولذا فقد اتجهت البحوث العلمية الى دراسة دور العلاقات العامة في مختلف الأدوار وكيف أدارات المؤسسات الأزمة الصحية بالاعتماد على اجهزة العلاقات العامة كونها تستعين بمختلف الأدوات والأنشطة الاتصالية ومنها الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتوفير المعلومات اللازمة للجمهور وتفسير الأحداث المهمة وادارة التوقعات من خلال بناء حضور اجتماعي على منصات التواصل الاجتماعي وتقديم شرح عن برامج العلاقات العامة المتبعة لمواجهة الأزمات بما يساعد على بناء الثقة والوفاء في المنظمة وزيادة الوعي بين المستخدمين لخدمات المنظمة وبما يحقق قدرة العلاقات العامة على ادارة الأزمة بشكل واقعي وفعلي اذ توصف ادارة الأزمة بأنها (الاستعداد لمواجهة الأزمات عن طريق التخطيط والتنفيذ لعدد من الاستراتيجيات الاتصالية التي يمكنها منع الآثار السلبية على المؤسسة او تقليلها وتعد الاستراتيجيات الاتصالية التي يمكن استعمالها تدعيما وتكاملا مع عمليات ادارة الأزمة . (فرحات، ٢٠١٦). ولقد استعانت العلاقات العامة باهم المنجزات للثورة الاتصالية الا وهي منصات التواصل الاجتماعي التي وفرت لها الكثير من المزايا لممارسة العلاقات العامة في المؤسسات اهمها. (عياد، ٢٠٠٨)

- ١- مساعدة ممارسي العلاقات العامة على تقديم المعلومات الدقيقة بشكل كامل وفوري وعلى مدار الساعة .
 - ٢- مساعدة المؤسسات في بناء علاقات مع جماهيرها الأساسية من عملاء ومستهلكين ومجتمع محلي، فقد وفرت كوسيلة اتصال لممارسي العلاقات العامة القدرة على بناء علاقات شخصية وعلاقات حوار بين ممارس العلاقات العامة وجمهوره.
 - ٣- المساعدة في اجراء البحوث والاستطلاعات المختلفة خاصة اذا كان الجمهور متواجد في اماكن بعيدة حيث يصعب مقابلته.
 - ٤- زيادة قدرة المؤسسات على إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤوليتها الاجتماعية، من خلال ما توفره من معلومات حول برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المختلفة، والذي يمكن من ادارة سمعتها وبناء جسور ثقة بينها وبين بيئتها الخارجية .
 - ٥- زيادة قدرة المؤسسة على تحقيق الاتصال التفاعلي والحوار، من خلال تحقيق الاتصال في اتجاهين يسمح بطرح الأسئلة وابداء الملاحظات والتعليقات حول مخرجات المؤسسة عن طريق النص والصوت والصورة والفيديوهات بما يسهم في تقويم عمل المؤسسة ونجاحها في عملها. ومن الأهمية بمكان الإشارة الى ضرورة مراعاة بعض النقاط عند تعامل المنظمات وادارة العلاقات العامة مع الأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنها: (فاروق، ٢٠١٥)
 - استخدام منصات التواصل الاجتماعي في التعريف بالأزمة، والسماح بالتواصل مع اصحاب الشأن والرد السريع على أسئلة الجمهور .
 - مشاركة الاخرين في المعلومات فور الحصول عليها .
 - الحرص على التواصل الصادق مع الجمهور لان التواصل الصادق يؤدي الى بناء الثقة
 - الاعتذار بسرعة وبشكل مناسب عن اي معلومات غير صحيحة مع تصويبها .
 - استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي لتوجيه الجمهور نحو المعلومات الأكثر تفصيلا .
 - استخدام ومراقبة الهاشتاك،، الوسوم،،.
- فضلا عن ذلك فان منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تحويل المؤسسة الصحية بشكل خاص الى مستمع جيد للجمهور اذ يمكن لأي فرد من أفراد الجمهور ايصال صوته الى أعلى سلطة في المؤسسة مع اشرك الجمهور في اتخاذ القرارات من خلال اتاحة الفرصة لهم لابداء الرأي والتقييم والتصويت على القرارات (الدهان، ٢٠٢١).
- ويمكن الإشارة الى ان الجمهور العراقي قدم تعليقات كثيرة على الصفحة الرسمية الخاصة بوزارة الصحة العراقية بوصفها المؤسسة الحكومية التي تتولى وضع الخطط والاستراتيجيات للنهوض بواقع الصحة العام والارتقاء بمستوى صحة المجتمع خلال الازمة الصحية الخاصة بكوفيد (١٩) تراوحت بين الايجابية والسلبية مما يؤثر حالة من اهتمام الجمهور بمتابعة الصفحات الرسمية والتعبير عن رايه .

ثانيا: العلاقات العامة الرقمية والتوعية الصحية

تمثل التوعية الصحية أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات ،لذلك تتعدد المؤسسات التي تشكل سلوكيات المجتمع وتؤثر على عاداتهم الصحية حيث تعتبر التوعية الصحية حقا أصيلا لكل أفراد المجتمع ومن أهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في نشر الوعي الصحي هي مواقع التواصل الاجتماعي حيث تهدف إلى صناعة وعي صحي ووقائي عام .ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى إن المقصود بالتوعية الصحية هو (تعليم أفراد الجمهور عادات صحية سليمة وسلوك صحي جديد ،ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم ،وتكوين وعي سليم لدى أفراد المجتمع وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض بشكل عام وكوفيد ١٩ بشكل خاص) (احمد، ٢٠١٨) ولأجل تحقيق التوعية الصحية لأهدافها فأنها تعمل على

١. اعلام الجمهور عن الصحة والمرض إضافة إلى تعريفهم بطرق حماية صحتهم.
٢. مساعدة الناس على تعلم المهارات الضرورية لتبني ممارسات ونظم حياة صحية وكيفية المحافظة عليها وتغيير بعض السلوكيات المضرة بالصحة عن اقتناع بمدى خطورتها .
٣. تغيير مفاهيم المجتمع وقيمه فيما يتعلق بالصحة والمرض والمساعدة على أدراك مفهوم الصحة الحديث لكي يأخذوا على عاتقهم مسؤولية الاشتراك والمساهمة بالفعاليات والنشاطات الصحية بأنفسهم دون تحريك خارجي .
٤. تقويم السلوكيات والعادات غير المرغوب بها إلى عادات وسلوكيات مرغوب بها ، وتوضيح أهمية وجود وجهود السلطات الصحية ومؤسساتها في مجال السهر على رفع المستوى الصحي والاجتماعي للمواطنين.(عبدالرحمن، ٢٠١٢) ومن الجدير بالذكر ان العلاقات العامة الرقمية تسعى الى تحقيق التوعية الصحية من خلال تحقيق عدد من الانشطة التي تمثلت ب: (عبدالمير، ٢٠٢١)

- ١.نشر تصريحات المتحدث الرسمي بشأن أعداد حالات الإصابة الذين تم استيعابهم ضمن الوحدات الصحية التابعة إلى وزارة الصحة.
- ٢.إيضاح الإجراءات التي تقوم بها وزارة الصحة في الحد من أزمة كوفيد (١٩) ومعالجة أثارها السلبية ،خاصة مع بدايتها التي وصلت إلى ارتفاع معدلات الإصابة بشكل متواتر .
- ٣.نشر الملصقات التوعوية التي تهتم بإقناع الجمهور المستهدف بضرورة أتباع الإجراءات الوقاية وشرح طبيعة هذه الإجراءات .
- ٤.الاستعانة بأراء المختصين من الأطباء وعرضها على الصفحة الرسمية على الفيس بوك بهدف التقليل من حالات التوتر والخوف التي أصابت الجمهور في بداية الأزمة نتيجة ارتفاع الإصابات بشكل يومي .

الجانب الميداني

جدول (١) يوضح السنوات التي انجزت فيها الدراسات المتعلقة بموضوع كورونا

ت	السنة	العدد	النسبة المئوية
١	٢٠٢٠	٣	١٦,٦
٢	٢٠٢١	٨	٤٤,٥
٣	٢٠٢٢	٧	٣٨,٩
المجموع		١٨	٪١٠٠

بلغت عدد الدراسات التي انجزت خلال عام (٢٠٢١)، بواقع (٨) دراسات وبنسبة مئوية بلغت (٤٤,٥) وانجزت خلال عام ٢٠٢٢ (٧) دراسات وبنسبة مئوية (٤٤,٥)، في حين انجزت خلال عام ٢٠٢٠، ثلاث دراسات، وبنسبة مئوية (٣٨,٩) وهي قليلة مقارنة بالأعوام التي تلتها كون الظاهرة حديثة اذا انتشرت الجائحة منذ مطلع اذار ٢٠٢٠.

جدول (٢) يوضح نوع الدراسات المنجزة خلال السنوات (٢٠٢٢-٢٠٢٠)

ت	نوع الدراسة	العدد	النسبة المئوية
١	ماجستير	٨	٤٤,٤
٢	بحث منشور في مجلة علمية محكمة	١٠	٥٥,٦
المجموع		١٨	٪١٠٠

يتضح من الجدول اعلاه ان عدد رسائل الماجستير التي انجزت عن جائحة كورونا بلغت (٨) رسائل علمية وبنسبة مئوية بلغت (٤٤,٤)٪. بمختلف الجامعات العربية الى جانب (١٠) بحوث وبنسبة مئوية (٥٥,٦)٪ انجزت في ذات المجال ونشرت بمختلف الدوريات العراقية والعربية، مما يعطي مؤشر واضح على اهمية البعد الاعلامي في معالجة جائحة كورونا، وضرورة اخضاع ما افرزته من مشكلات علمية لمنطق البحث العلمي الدقيق.

جدول (٣) يوضح اسماء الادوات العلمية التي استخدمت في دراسات جائحة كورونا (٢٠٢٠-٢٠٢٢)

ت	اسم الاداة	التكرار	النسبة المئوية
١	الاستبانة	٧	٢٩,١
٢	الاستبانة الالكترونية	٢	٨,٣
٣	تحليل المضمون	٨	٣٣,٣
٤	المقابلة	٤	١٦,٧
٥	الملاحظة	٣	١٢,٦

المجموع	٢٤(*)	١٠٠٪
---------	-------	------

(*) هناك دراسات استخدمت اكثر من اداة

يتضح من الجدول اعلاه ان (اداة تحليل المضمون) حصلت على (٨) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٣٣,٣٪) تلتها اداة الاستبانة ب(٧) تكرارات وبنسبة مئوية (٢٩,١٪)، ثم اداة المقابلة ب (٤) تكرارات وبنسبة مئوية (١٦,٧٪) في حين حصلت اداة (الملاحظة) على (٣) تكرارات وبنسبة مئوية (١٢,٦٪) تلتها اداة الاستبانة الإلكترونية ب (٢) تكرار وبنسبة مئوية (٨,٣٪)

جدول (٤) يوضح اسماء المناهج العلمية المستخدمة في اجراء الدراسات المتعلقة بموضوع فيروس كوفيد(١٩)

ت	اسم المنهج	العدد	النسبة المئوية
١	المنهج الوصفي	٩	٥٠٪
٢	المنهج المقارن	١	٥,٥٪
٣	المنهج المسحي	٨	٤٤,٥
	المجموع	١٨	١٠٠٪

يتضح من الجدول اعلاه ان (المنهج الوصفي) حصل على (٩) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٥٠٪) ثم المنهج المسحي ب (٨) تكرارات وبنسبة مئوية (٤٤,٥٪) ثم المنهج المقارن ب (١) تكرار وبنسبة مئوية (٥,٥٪)

جدول (٥) يوضح طبيعة الموضوعات التي تناولتها بحوث دور العلاقات العامة أثناء أزمة فيروس(كوفيد ١٩)

ت	الموضوع	العدد	النسبة المئوية
١	نشاط العلاقات العامة بشكل عام (ادارة وممارسين ادوار)	٦	٣٣,٣
٢	توظيف منصات الاعلام الجديد	٤	٢٢,٢
٣	استراتيجيات الحملات	٢	١١,٢٪
٤	استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة	٣	١٦,٥٪
٥	حملات العلاقات العامة الالكترونية	٢	١١,٢٪
٦	تقييم اداء	١	٥,٦٪
	المجموع	١٨	١٠٠٪

يتضح من الجدول اعلاه ان (نشاط العلاقات العامة من ادارة وممارسين وادوار) جاء بالمرتبة الاولى من حيث المواضيع التي تناولتها البحوث العلمية ب (٦) تكرارات وبنسبة مئوية (٣٣,٣٪) في جاء موضوع توظيف منصات الاعلام الجديد بالمرتبة الثانية ب (٤) تكرارات وبنسبة مئوية (٢٢,٢٪) في حين حصل موضوع (استراتيجية الحملات) وحملات العلاقات العامة الالكترونية على (٢) تكرار لكل منهم وبنسبة مئوية (١١,٢٪) في حين حصل موضوع استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية (١٦,٥٪) وحصل موضوع (تقييم الاداء) على (١) تكرار وبنسبة مئوية (٥,٦٪)

نتائج البحث

تتمثل نتائج البحث من خلال تحليل البحوث والرسائل المنجزة حول نشاط العلاقات العامة ومواجهة جائحه كوفيد ١٩.

١. **الاتجاه البحثي:** ركزت اغلب الرسائل والبحوث المنشورة حول دراسة جهود وزارة الصحة في مواجهة ازمة كورونا كونها الجهة الرسمية التي تتولى توجيه الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة بهف توعية الجمهور لتجنب الاثار السلبية للوباء بالاستعانة بأهم الوسائل الالكترونية المتمثلة بصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ومواقعها على شبكة الانترنت الى جانب الاعتماد على استراتيجيات اتصالية تستطيع من خلالها تحقيق فاعلية كبيرة في تنفيذ النشاط الاتصالي والوصول الى شريحة واسعة من الجمهور المستهدف بخطابها الاعلامي .

٢. **طبيعة المنهج المستخدم:** ركزت اغلب الدراسات على الاستعانة بالمنهج المقارن بوصفه منهج علمي دقيق يعمل تحديد عدد من النقاط واجراء المناظرة فيما بينها ، وكان الاتجاه نحو اجراء الدراسات الكمية ، بدلا من استخدام المناهج التي تتناسب مع التحليل الكيفي.

٣. **طبيعة الادوات المستخدمة :** ركزت اغلب الرسائل والبحوث على الاستعانة بأداة تحليل المضمون بوصفها اداة للكشف عن طبيعة المضامين المقدمة على صفحات الفيس بوك ومواقع الانترنت فكانت الاكثر استخداما في الرسائل والبحوث (عينة البحث) . من خلال التركيز على مضمون المنشورات المنشورة في المواقع الالكترونية للمؤسسات الصحية المتمثلة ب (وزارة الصحة) فضلا عن صفحات الفيس بوك التي اعتمدت عليها المؤسسات الحكومية الصحية في توجيه الجمهور نحو الالتزام بالإرشادات الصحية واجراءات الوقاية الى جانب ذكر اهم الاجراءات الواجب اتخاذها من قبل الفرد في حاله شعوره بالاصابة .

٤. اهم النتائج التي توصلت اليها البحوث

وفقا لهذا المحور نجد ان النتائج التي توصلت اليها البحوث اشارت في الى نجاح ادارة العلاقات العامة في تنفيذ وادارة نشاطها في مواجهة ازمة كوفيد (١٩)، وهو جزء اساسي ومهم من وظائفها الاتصالية اذ تسعى العلاقات العامة الى الاستعانة بأدواتها الاتصالية على مستوى الاستراتيجيات والبرامج والحملات لتوجيه رسائل توعويه تسهم في لحد من انتشار (جائحه

كوفيد ١٩) ، خاصة وان هذه الازمة الصحية تعد من الازمات المفاجئة التي شهدتها العالم والمنطقة العربية ومنها العراق ، وفي ذات الاتجاه ذهبت النتائج التأكيد على ضرورة الاستعانة بالخبرات الاتصالية لممارسي العلاقات العامة بالشكل الذي يحقق مستوى اقناعي ناجح لدى الجمهور المستهدف بالرسالة الاتصالية العلاقات العامة في ادارتها للازمة الصحية على مستوى البلدان .

- نجاح الجهود الحكومية في استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر التوعية الوقائية والارشادات وتبني ارشادات صحية من شأنها الارتقاء بالنشاط الاعلامي المقدم من ضمنها استراتيجيات اتصالية في المواقع الالكترونية الخاصة بها ، ومن اهمها استراتيجية الاعلام التي تمثل الدعامة الرئيسية لحماتها الالكترونية ، فضلا عن ما يرتبط بها من اثرات الموقع بكل ما يسهم في نجاح جهود التوعية . الى جانب الاستعانة بنشر النشاطات التوعوية من خلال الفضائيات بهدف تحقيق نسبة عالية من الوعي ازاء جائحة كورونا لما تمثله من شدة خطورتها على الامن الصحي المجتمعي . الا ان من النقاط غير الايجابية المؤشرة على خلية الازمة في (العراق) انها ركزت بصورة مكثفة على الانشطة التقليدية من خلال الكتب الرسمية من دون اقامة حملات علاقات عامة فاعلة

- اشارت البحوث ان الاستراتيجيات الداعمة هي الاكثر تقبلا لدى الجمهور اذ تعمل على صناعة عاطفة ايجابية بناء على شكل ومصدر الرسالة ، لما يمثله المصدر من اثر قوي في تشكيل العواطف ، وهذا مؤشر على ضرورة الاستفادة من هذه الاستراتيجية في بناء رسائل اتصالية توعوية مستقبلا .
- اشارت النتائج الى غياب عنصر التخطيط الوقائي الذي يمكن من خلاله لجميع ادارات العلاقات العامة من مواجهة الازمات المفاجئة والتغلب عليها ، مما يعني ضرورة ارساء ثقافة لدى صانع القرار بضرورة صياغة خطط استراتيجية مستقبلية تمكنه من التغلب والتعايش معها في بعض الاحيان بما يضمن حياة صحية مجتمعية ناجحة .
- عدت جائحه (كوفيد ١٩) ازمة عالمية مما يستوجب اعداد برامج علاقات عامة تتضمن اساليب توعية الجمهور على مستوى الدولة بالارشادات الصحية والاجراءات الوقائية التي تمكنهم من الحفاظ حياتهم خاصة وانها ازمة فجائية اثرت على مستوى الحياة العامة .

٥. على مستوى التوصيات

قدمت البحوث (عينة البحث) عدد من التوصيات التي تمثلت

١. ضرورة نشر الوعي بثقافة مواجهة الازمة لدى المسؤولين في القطاع الخاص خاصة الجانب المتعلق بالإعلام الصحي الموجه ومحاولة تبني برامج علاقات عامة قادرة على وضع اولويات عمل لتجاوز الازمة لصحية .

٢. الاعتماد على تبني الاستراتيجيات الاتصالية الخاصة بالعلاقات العامة خاصة استراتيجية الحوار ضمن المواقع الالكترونية في المؤسسات الحكومية فضلا عن اعتمادها على صفحة الفيس لما لها من فاعلية في زيادة مستوى المعرفة والوعي بالإجراءات الطبية الواجب اتباعها من قبل الجمهور لضمان عدم الاصابة بالفيروس.
٣. التركيز على طبيعة مضامين المنشورة على صفحة الفيس بوك والمقاطع المرئية للناطق الرسمي بما يضمن تكوين انطباعات ايجابية عن جهود المؤسسات الحكومية في مواجهة الازمات الصحية واطهار قدرة مؤسساتها على تقديم خدمات صحية ناجحة للمصابين .
٤. ضرورة اعتماد الانشطة الاتصالية المتكاملة (حملات ،برامج ،استراتيجيات) في مواجهة الازمة الصحية المفاجئة مثل ازمة كوفيد (١٩) .

- 1- **Data Availability Statement:** (The manuscript includes all the data used in the study.)
- 2- **Conflict of Interest Statement:** (The authors confirm that there are no conflicts of interest that could affect the content of this research.)
- 3- **Funding Statement:** This research was fully funded by the authors without any financial support from other entities.

مصادر البحث

١. بسام عبدالرحمن. (٢٠١٢). تأليف الاعلام الصحي (صفحة ص ٤٦). عمان: دار اسامة للنشر.
٢. خيرت عياد، احمد فاروق. (٢٠١٥). العلاقات العامة والاتصال المؤسسي. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
٣. خيرت معوض عياد. (٢٠٠٨). المسؤولية الاعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت. المؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاعلام (الاعلام بين الحرية والمسؤولية) (الصفحات ص ٢٤-٢٦). القاهرة: جامعة القاهرة.
٤. رضا محي الدين فرحات. (٢٠١٦). ادارة الازمات الارهابية. غزة: سمير منصور للطباعة والنشر والتوزيع.

انشطة العلاقات العامة في مواجهة ازمة كوفيد (١٩) (١٠١)

٥. رؤوف سالم احمد. (٢٠١٨). الاعلام الصحي وتطبيقاته في المجال الصحي. القاهرة: دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.

٦. علي عبدالهادي عبدالامير. (٢٠٢١). بغداد. بغداد : ورقة علمية مقدمة الى الندوة العلمية المقامة الى مركز الدراسات الدولية،جامعة بغداد.

٧. كريمة محمد الدهان. (٢٠٢١). العلاقات العامة التسويقية والقرار الشرائي . القاهرة: دار العلا للنشر والتوزيع.

