



دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة

د. آرام ابراهيم أبو عباة

أستاذ المساعد - كلية الاعلام والاتصال - العلاقات العامة - جامعة الامام - المملكة العربية السعودية

الايمليل: aaboabaat@gmail.com

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على 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، وتم اختيار عينة عشوائية منها وفقاً لأسلوب العينة العشوائية البسيطة حيث بلغت (422) طالبة من طالبات قسم العلاقات العامة من المستوى الخامس للمستوى الثامن، وتم توزيع استبانة الدراسة عليها، 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 في المحاور المختلفة حيث جاء في المحور الأول: المتعلق بالتواصل مع الجمهور، والمحور الثاني الخاص بتوعية الجمهور بجائحة كورونا، والمحور الثالث الخاص بالتواصل مع القطاعات والوزارات الأخرى بشأن جائحة كورونا، والمحور الرابع الخاص بتنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا، بدرجة تقدير مرتفعة، بينما جاء المحور الخامس الخاص بالتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا بدرجة تقدير متوسطة. كذلك يوجد اختلاف في رتبة المحاور فجاء المحور الثاني الخاص بتوعية الجمهور بجائحة كورونا في المرتبة الأولى بمتوسط (2.96)، وبدرجة أهمية مرتفعة، وجاء المحور الأول: المتعلق بالتواصل مع الجمهور في المرتبة الثانية بمتوسط (2.94)، وبدرجة أهمية مرتفعة، وجاء المحور الثالث الخاص بالتواصل مع القطاعات والوزارات الأخرى بشأن جائحة كورونا في المرتبة الرابعة بمتوسط (2.74)، وجاء المحور الخامس الخاص بالتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا في المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط (2.06) وبدرجة أهمية متوسطة.

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، وزارة الصحة السعودية، جائحة كورونا (كوفيد 19)، طلاب العلاقات العامة.



The Role of Public Relations Department at the Saudi Ministry of Health in Dealing with Corona Virus (Covid 19) Pandemic from the Public Relations Students' Point of View

Dr. Aram Ibrahim Abu Abada

Assistant Professor at Imam University

College of Media and Communication - Public Relations – KSA

Email: aaboabaat@gmail.com

ABSTRACT

The current study aimed to identify the role of the Public Relations Department of the Saudi Ministry of Health in dealing with Corona pandemic (Covid 19) from the point of view of public relations students. For this purpose, the researcher used the descriptive method, both analytical and applied. Participants of the study were a group of Public Relations Department students at the Faculty of Media, Imam Muhammad bin Saud University . The sample was selected according to the simple random sampling method; and it consisted of (422) female students at the Public Relations Department (fifth level to eighth level). Data were collected using a questionnaire distributed to the study participants. Results of the study showed that: the Public Relations Department of the Saudi Ministry of Health has a great role in dealing with Corona pandemic (Covid 19), from the point of view of public relations students. There is almost an agreement on the importance of its role in various domains including: (1) communicating with audiences, (2) raising audiences' awareness of the Corona pandemic, (3) communicating with other sectors and ministries regarding Corona pandemic, and (4) organizing and managing foreign relations related to Corona pandemic. The fifth domain related to the challenges facing the Public Relations Department of the Ministry of Health in carrying out its tasks during Corona pandemic came with a medium degree of importance. Also, results of the rank ordering of the domains showed that there is a difference in the rank order of the domains measured. The second domain related to audience awareness of Corona pandemic came in first place with an average of (2.96), and with a high degree of importance, the first domain related to communication with the audience came in second place with an average (2.94), and with a high degree of importance, the fourth domain came in the third rank, with an average of (2.93), and with a high degree of importance, the third domain related to communication with other sectors and ministries regarding the Corona pandemic came in fourth place with an average of (2.74), and the fifth domain, related to the challenges facing the Public Relations Department at the Ministry of Health in carrying out its tasks during the Corona pandemic, came in the fifth and last place, with an average (2.06), and with a moderate degree of importance.

Keywords: Public Relations Department, Saudi Ministry of Health, Corona Pandemic (Covid 19), Public Relations Students.



المقدمة:

يعتبر نشاط العلاقات العامة نشاطاً جوهرياً في حياة المنظمات وعاملاً رئيسياً من عوامل كفاءتها وفعاليتها خاصة وقد فرض الاتساع في الأنشطة والفعاليات التي تمارسها المجتمعات نمواً كبيراً وتتوعداً في منظماتها وزيادة حاجة بعضها البعض الآخر، وضرورة التنسيق فيما بينها ، فيما يتعلق أو يتصل بحصولها على مستلزماتها أو في ترويج منتجاتها (صلاح الدين، 2018، 656).

ويؤكد خبراء العلاقات العامة أن نجاح المنظمة على اختلاف نشاطها، وتبعيتها لا يتوقف على حجم ما تحققه المنظمة من الإنجازات ، إذ لم تستطع إبراز تلك الإنجازات والجهود للجمهور، وتبرز إدارة العلاقات العامة الإنجازات التي حققتها المنظمة والجهود التي تقوم بها بما يتوفر لديها من إمكانيات وبما يتوفر لدى ممارسيها من خبرات مهنية متميزة وما لديهم من أساليب ووسائل فعالة (المطيري، 2020، 179).

وتهدف العلاقات العامة إلى تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الذي تعتريه التغييرات في نظم الحكم والأزمات، أي أن دور العلاقات العامة دعم الاستجابة المتبادلة بين المؤسسة وبيئتها والمجتمع المحيط بها، والتنسيق بين مصالحه المختلفة، ومواجهة الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة، والعمل على تجاوزها بأقل خسارة، فضلاً عن التنبؤ المبكر للأزمات عن طريق التحليل المستمر لاتجاهات الرأي العام، ومن ثم معرفة تطور أية أزمة وحجمها ومعرفة البدائل المتعددة لها، وتؤدي خبرة العاملين بالعلاقات العامة دورها في استغلال الأزمة لتحويلها إلى فرصة تدعم مركز المؤسسة ومكانتها (حجاب، 1997، 59، 61).

وتعمل المملكة العربية السعودية على توفير الرعاية الصحية للجميع وجعلها في متناول جميع المواطنين دون عوائق اجتماعية أو جغرافية . حيث يعتبر الإقبال على الخدمات الصحية وزيادة استخدامها ورضا المواطنين عنها معياراً مهماً لقياس مدى تقدم هذه الخدمات (الجبرتي، 1992، 21) .

وركزت رؤية المملكة العربية السعودية (2030) على ضرورة تطوير المنظومة الصحية وتوفير الطب الوقائي للمواطنين وتشجيعهم على الاستفادة من الرعاية الصحية والعمل على محاربة الأمراض المعدية، والعمل على رفع كفاءة المنظمات الصحية وزيادة التنسيق بين هذه المنظمات والمستفيدين منها لضمان وصول الخدمات الطبية لأكبر قدر ممكن من الأفراد (رؤية المملكة العربية السعودية (2030)، 2017، 32).

وترى الباحثة أن أهمية العلاقات العامة في وزارة الصحة السعودية تأتي من أهمية التنظيمات الإدارية الحديثة التي تقوم عليها وزارة الصحة السعودية، ومن الأهداف والمهام التي تسعى لتحقيقها وفق النظم الإدارية التي تعمل بموجبها، وفي ظل الأنظمة الإدارية الحديثة تبرز أهداف العلاقات العامة التي تتضمن تشكيل الصورة الذهنية الصحيحة للجمهور، وما تؤديه من أعمال في خدمة المجتمع وتعد العلاقات العامة حلقة اتصال وتواصل فعالة وأداة تفاعل نشطة داخل وخارج وزارة الصحة حيث تؤدي مجموعة من المهام. وتعتمد وزارة الصحة السعودية على إدارة العلاقات العامة بها في توصيل رسالتها للجماهير ، باعتبارها الإدارة المنوط بها القيام بالنشاط الإعلامي، وذلك بالاعتماد على وسائل الاتصال المختلفة.

وزادت الحاجة إلى العلاقات العامة في أوقات الأزمات خاصة بعد تفشي فيروس كورونا في دول العالم وقد صنف كجائحة ؛ بسبب عبوره قارات بعد أشهر قليلة، ما اضطر دولاً مختلفة لاتخاذ إجراءات وقائية وعلاجية صارمة للحد من انتشاره، الأمر الذي استوجب وجود حلقة وصل بين المؤسسة الصحية وجمهورها، مما جعل على عاتق العلاقات العامة إدارة الجائحة عبر سلسلة من الإجراءات الاستثنائية للتواصل مع الجمهور (العنزي، 2020، 464).

مشكلة الدراسة:

تتعرض المؤسسات الصحية كافة بمختلف مجالاتها إلى الكثير من الأزمات، وهي في بيئة تؤثر وتتأثر، مما يتسبب في فقدان وانهيار سمعتها وصورتها الذهنية لدى جماهيرها، فهي تعيش في بيئة ديناميكية تنسم بالتغير المستمر وتواجه تحديات مختلفة فظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة للتواصل الفعال مع الجمهور ذلك باستعمال أدوات ووسائل متعددة خاصة للتعامل مع الجائحة ، فهي معنية بأدوار عدة لتشكل حلقة وصل بين هذه المؤسسات والجمهور، وتسعى بذلك إلى توعية الجمهور بمخاطر الجائحة ومحاربة الشائعات التي تحيط بالمؤسسة لتبني سمعة طيبة للمؤسسة لدى الجمهور ، لذا فإن المؤسسات الصحية بحاجة مستمرة إلى أنشطة العلاقات العامة.

وقد ذكرت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا المستجد ظهر في الصين ومن ثم أصبح وباء وانتشر في كل أنحاء العالم، ما تسبب في أعداد وفيات تجاوزت المليون حول العالم، مما أثار الخوف والهلع لدى



الجماهير بسبب عدم وجود علاج ولقاح له (العنزي، 2020، 466). كما بدأ انتشاره في المملكة العربية السعودية ونسبة الإصابات أخذت تتزايد بشكل ملحوظ، مما تطلب إجراءات توعية للحد من تفشيه. وتعد إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة السعودية ركناً أساسياً وخاصة في أوقات الأزمات فهي تعتمد عليها كثيراً لتخطي الأزمة وتداعياتها من خلال ما تقوم به تلك الإدارة من أنشطة اتصالية تأخذ في اعتبارها كافة الأطراف ذات العلاقة بالأزمة من جمهور داخلي وخارجي ووسائل إعلام، وخطط ودراسات وبحوث وقائية، بالإضافة إلى عمل أجندة معلوماتية تحمل في طياتها كافة التفاصيل المهمة، التي تساعد الإدارة على معرفة ماهية الأزمة أو الجائحة. ولا يتوقف عملها عند هذا الحد بل تقوم بعمليات التقييم والمتابعة للكشف عن مواطن الضعف والقصور في أداء الوزارة أثناء مواجهتها للأزمة والعمل على تحسين أدائها، بالإضافة إلى تقييم خططها الاتصالية أثناء الأزمة والتعرف على مدى فاعليتها وتطويرها. (الجار الله، 2011، 70) وعليه تهتم الدراسة الحالية بقياس دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية بالسؤال الآتي " ما دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

1. التعرف على مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
2. التعرف على مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
3. التعرف على مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
4. التعرف على مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
5. التعرف على مدى وجود التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

تساؤلات الدراسة:

بناء على أهداف الدراسة تتحدد تساؤلاتها في الآتي:

- 1) ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟
- 2) ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟
- 3) ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟
- 4) ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟
- 5) ما مدى وجود التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع التي تتناولها، ويمثل مقدمة علمية للدراسات المستقبلية في واحدة من أهم مجالات الحياة وهي الأزمات الصحية، والتي أصبحت حديث الساعة والقضية الأكثر تداولاً في المشهد العالمي اليوم، لتكن بذلك محل اهتمام الدول والحكومات والمنظمات الدولية على اختلاف سياستها وتوجهاتها لارتباطها بوعي الفرد والمجتمع، وإبراز دور العلاقات العامة في ذلك. ويمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى أهمية تطبيقية، أهمية علمية كالتالي:

**(1) الأهمية التطبيقية:**

- تتحدد الأهمية التطبيقية لهذا البحث في النقاط التالية:
- أهمية العلاقات العامة في جميع المنظمات والأجهزة والقطاعات الأهلية والحكومية.
 - أهمية وزارة الصحة السعودية كوزارة مسؤولة عن الاهتمام بالصحة العامة للمواطنين بالمملكة العربية السعودية ورسم خطة السياسة الصحية بالمملكة العربية السعودية.
 - يمكن الاستفادة من هذه الدراسة في مركز الدراسات والبحوث في وزارة الصحة السعودية بعده دراسات تقييمية لمستوى أدائها، والوقف على مدى استثمار القائمين على إدارة العلاقات العامة للخدمات التفاعلية، ومعرفة مدى إفادتهم منها لإدارة جائحة كورونا.
 - يمكن أن يكون هذا البحث إحدى الأدوات التي توفر فرصة لتطوير أداء عمل العلاقات العامة بوزارة الصحة.
 - تكشف عن آراء واتجاهات طلاب العلاقات العامة بجامعة الأمام محمد بن سعود عن دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا.

(2) الأهمية العلمية:

- تتحدد الأهمية العلمية لهذه الدراسة في النقاط التالية:
- يعد موضوع الدراسة الحالية من الموضوعات التي لم تتناول بالشكل الكافي والعمق الذي تستحقه، لذا تعد هذه الدراسة إضافة مهمة للحقل العلمي المتخصص، وبخاصة في مجال جوهري من مجالات العلاقات العامة.
 - توفر مادة علمية للباحثين تفتح لهم آفاقاً جديدة في دراسة العلاقات العامة وإدارة الأزمات الصحية.

حدود الدراسة:

- تقتصر الدراسة على الحدود الآتية:
- الحدود الموضوعية: دراسة دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
 - الحدود البشرية: طلاب العلاقات العامة من المستوى الخامس للمستوى الثامن.
 - الحدود المكانية: كلية الإعلام -جامعة الأمام محمد بن سعود.
 - الحدود الزمنية: تطبيق الدراسة في العام الدراسي 2019/2020.

مصطلحات الدراسة:

- **العلاقات العامة:** وتعرف العلاقات العامة بأنها " الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الأعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويشجعونها في أهدافها " (صالح وآخرون، 2000، 25؛ الجنى، 2006، 19)
- كما تعرف بأنها : أحد أنماط الاتصال التي تقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات والبيانات الصادقة والموضوعية عبر رسائل اتصالية مخططة ومدروسة حول قضية ما بهدف خلق وعي اجتماعي وتحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور (العنزي، 2020، 469).
- **وزارة الصحة السعودية:** هي الوزارة المسؤولة عن الصحة العامة للمواطنين بالمملكة العربية السعودية ورسم خطة السياسة الصحية بالمملكة تأسست عام 1370 هـ مع تأسيس مجلس الوزراء السعودي ويتولى رئاستها الآن الدكتور توفيق بن فوزان الربيعة (ويكيبيديا، 2020).
- **جائحة كورونا (Covid-19):** وهو وباء عالمي ظهر في الصين وانتشر في بقاع العالم، وجاءت التسمية من أول حرفين من (corona virus disease) والذي يعني فيروس كورونا وهو الاسم الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية عليه ورقم 19 يرمز إلى عام ظهور المرض (العنزي، 2020، 469)

الدراسات السابقة:

تعتبر خطوة الدراسات السابقة من الخطوات الهامة لتتعرف الباحثة من خلالها على الإنتاج العلمي سواء ممن له علاقة مباشرة بالموضوع أو بعلاقة غير مباشرة لذلك جاءت الدراسات السابقة بتقسيمها من الأقدم إلى الأحدث:

- **دراسة (العبد الكريم، 2011):** جهود العلاقات العامة في بناء وتحسين الصورة الذهنية للشركات السعودية المساهمة (دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية): وهدفت الدراسة إلى استطلاع آراء مسؤولي العلاقات العامة في الشركات السعودية المساهمة تجاه الاستراتيجيات التي تتبعها



إدارات العلاقات العامة لبناء الصورة الذهنية عن منشأتها والعوامل المؤثرة في ذلك ، والجهود التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في هذا المجال، ومدى التعاون والتنسيق بينها وبين إدارات التسويق لتعزيز صورة المنشأة في المجتمع. بالإضافة الى محاولة معرفة مدى إدراك الإدارة العليا لدور العلاقات العامة في مجال بناء وتحسين الصورة الذهنية، والعوامل المؤثرة في ذلك ، وتم تحديد مجتمع الدراسة بالشركات السعودية المساهمة المسجلة في وزارة التجارة والصناعة وهيئة سوق المال البالغ عددها خلال فترة الدراسة (150) شركة، وتم اختيار عينة عشوائية منها وفقا لأسلوب العينة العشوائية البسيطة حيث بلغت (75) شركة، وتم توزيع استبانة الدراسة عليها، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها؛ أن العلاقات العامة في الشركات السعودية المساهمة استخدمت (11) إستراتيجية لبناء وتحسين الصورة الذهنية، واستخدمت (20) نشاط لبناء وتحسين الصورة الذهنية، وارتفاع مستوى التعاون بينها وبين إدارات التسويق لبناء وتحسين الصورة الذهنية.

● **دراسة (شاهين، 2012):** دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بوزارة الصحة: دراسة ميدانية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على نوعية الأزمات التي تتعرض لها وزارة الصحة المصرية وكيفية إدارتها، وتتمثل أهميتها في محاولة إثراء التراث النظري في مجال العلاقات العامة عامة، وإدارة الأزمات خاصة، وتعاملها مع أكثر القطاعات أهمية وهو القطاع الصحي بوصفه يتعامل مع العنصر البشري وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على دراسة الواقع، وشمل مجتمع الدراسة عدد من الإدارات بوزارة الصحة وهي إدارة الإعلام، وإدارة العلاقات العامة ، وإدارة الأزمات، واعتمد الباحث على المقابلة المتعمقة مع كل من ممارسي العلاقات العامة بإدارة العلاقات العامة، العاملين بالمركز الإعلامي، مدير الإدارة المركزية للرعاية العاجلة والحرية، مدير إدارة الأزمات والكوارث بوزارة الصحة وكشفت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت داخل إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة المصرية أن العلاقات العامة كإدارة داخل وزارة الصحة تقوم بالمهام التالية: توعية الجماهير وإرشادهم من خلال إصدار الكتيبات والملصقات والإعلان في وسائل الإعلام عن مخاطر الأوبئة والأمراض السارية بالإضافة إلى طرق ووسائل الوقاية منها والقضاء عليها ، والإشراف على تنظيم المؤتمرات والندوات الطبية وعقدتها في المكان المناسب ودعوة الأطراف التي من الضروري تواجدها ، كذلك إقامة علاقات جيدة مع الموظفين ومد جسور الثقة بينهم وبين الإدارة ، والاهتمام بالشكاوى الواردة إليها وحلها بالطرق المناسبة بهدف تحقيق أقصى قدر من التسهيلات لخدمة المواطن ، وأخيرا إقامة علاقات طيبة مع شركات الأدوية والعمل على تنمية هذه العلاقات باستمرار.

● **دراسة (الفرم، 2016):** استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا : دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب-فيسبوك- تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا وتقييم درجة مشاركة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض في برامج التوعية الصحية لمرض كورونا عبر شبكات التواصل الجماهيرية بالمملكة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، وتألف مجتمع البحث من كافة المدن الطبية ومكوناتها من مستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض ، كما أن الباحث أعتمد في عينة الدراسة على الحصر الشامل للشبكات الاجتماعية (يوتيوب، تويتر، فيس بوك) لكافة المدن الطبية ومستشفياتها الكبرى المعروفة في مدينة الرياض، والتي تمثل قطاعات كبرى في المنظومة الإدارية/الصحية، والتي تناولت الرسائل التوعوية حول فيروس كورونا. وتم تحديد عينة زمنية بدأت من 1 شعبان 1435 وحتى 30 شعبان 1435 وتمثلت أداة الدراسة: في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية ومستشفياتها في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، تويتر)، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: إن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي استخدمتها في برامج التوعية الصحية. وبينت الدراسة أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني عدم وجود إستراتيجية صحية وطنية متماسكة، تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي. كما أوضحت الدراسة أيضا ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي، مما يعني أيضا التقريب بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة، مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.



● **دراسة (الصيفي، 2016):** تبني وتوظيف ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية : دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تبني وتوظيف ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية في المملكة العربية وتحدد العوامل المؤثرة في استخدامهم لأدوات الإعلام الاجتماعي في إطار العناصر الخمسة للنظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها، واستخدم الباحث المنهج المسحي، واعتمد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشمل مجتمع الدراسة جميع ممارسي العلاقات العامة في الهيئات والمؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية (تعليم، صحة، داخلية، خدمة مدنية، أوقاف، حج، تجارة)، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية يبنون استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال العلاقات العامة ومهامها، كما اتفقت غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية على أن استخدام الإعلام الاجتماعي يساعد على متابعة ورصد مشاركات الجمهور من خلاله، وتكوين علاقات شخصية تعود بالنفع على أداؤهم الوظيفي كالتقاط الشائعات وإدارة العلاقة مع الجمهور ورصد اتجاهاتهم وإجراء الاستطلاعات الإلكترونية، كما خلصت الدراسة إلى وجود علاقة بين الأداء المتوقع والنية السلوكية.

● **دراسة (الختلان، 2018):** جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات " دراسة ميدانية"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على جهود إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمرور الرياض مواجهة الأزمات، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والاستبانة لجمع البيانات من مصادرها الأولية، وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المستفيد من الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة لمرور الرياض وبلغ عدد العينة 478مبحوثاً وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: سعى إدارة العلاقات العامة بمرور الرياض إلى نيل رضا جمهورها المستفيد من خلال ما تقدمه من معلومات وبيانات وبطريقة أسرع لتوفير الوقت والجهد للمستفيدين من خدماتها، وأبرز الوسائل التي يمكن أن تقدمها إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة للمرور تكمن في تعيين متحدث رسمي بالإضافة إلى تفعيل خدمة العملاء طيلة اليوم بالإضافة إلى قيام الإعلام بدوره في التوعية والتنقيب والإخبار ونشر المعلومات التي تهتم جمهور المستفيدين، وأبرز التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة للمرور تتمثل في ضيق الشوارع وكثرة الحفريات وقطع بعض الشوارع وتزايد أعداد السيارات بشكل ملحوظ بالإضافة إلى إغلاق بعض الشوارع بسبب مترو الرياض.

● **دراسة (المومني ، 2019) :** هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى درجة إدراك ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية لمفهوم إدارة الأزمات، طبقت على ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية، وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل، واعتمدت على منهج المسح الوصفي، وتم الحصول على البيانات من المبحوثين عن طريق الاستبانة كأداة للدراسة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أبرزها: أن لدى أفراد مجتمع الدراسة درجة متوسطة من الإدراك لمفهوم إدارة الأزمات، كشفت النتائج أن هناك درجة متوسطة من الإدراك لممارسي العلاقات العامة في مراحل وقوع الأزمة ، وثانياً: يميل أفراد مجتمع الدراسة "بدرجة كبيرة" إلى استخدام الانترنت وبالأخص شبكة "التوصل الاجتماعي" في التعامل مع الأزمة .

● **دراسة(أطيبة، 2020):** الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا " Covid- 19 - 19 : دراسة تطبيقية على موقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأطر الخيرية للتناول الإعلامي بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لجائحة انتشار مرض كورونا عالمياً منذ ظهوره أواخر عام 2019 في الصين واتساع رقعة انتشاره في أغلب دول العالم بشكل سريع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمد الباحث على العينة العشوائية المنتظمة، وتألف مجتمع الدراسة من كافة الأخبار والتقارير الخيرية التي تم تداولها في الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية المحددة من 2020/1/1 إلى 2020/3/31 كعينة زمنية لهذه الدراسة، واعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون لعينة عشوائية منتظمة من 200 خبر على الموقع المذكور سالفاً، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظرية تحليل الأطر الإعلامية . وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: إن تكتّم الصين عن ظهور فيروس كورونا هو أكثر أطر الأسباب الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (Covid-19) بنسبة 22.5%، وأظهرت أن التعاون الإيطالي الروسي هو أكثر أطر التعاون الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (Covid-19) بنسبة 28.8%، وأظهرت أن الدخول في حالة الركود الاقتصادي هو أكثر أطر



العواقب الاقتصادية الواردة ضمن المواد الخبرية المنشورة بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (Covid-19) بنسبة 20.5%، وأوضحت إن تحميل الحكومات مسؤولية انتشاره هو أكثر أطر العواقب السياسية الواردة ضمن المواد الخبرية المنشورة بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (Covid-19) بنسبة 33.5%، كما أظهرت إن تطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي هو أكثر أطر الحلول الواردة ضمن المواد الخبرية المنشورة بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (Covid-19) بنسبة 16.4%

● **دراسة (العنزي، 2020):** العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة فيروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020/3/21 حتى 2020/4/21. استهدف البحث التعرف إلى دور إدارة العلاقات العامة للأزمة الصحية في وزارة الصحة والبيئة العراقية عبر موقع "الفيسبوك" للأزمة الصحية أثناء انتشار فيروس (كوفيد 19)، الذي ظهر في الصين وانتشر في العراق بوصفه وباء عالمي، إذ وظفت العلاقات العامة أساليبها الاتصالية لإدارة الأزمة عبر الموقع الرسمي للوزارة في الفيسبوك للحد من تفشي الوباء وإقامة اتصالات مستمرة بين الوزارة وجمهورها المستهدف. وقد استعملت الباحثة المنهج المسحي وأداتي الملاحظة العلمية وتحليل المضمون وتوصلت إلى مجموعة من نتائج أبرزها: إن للعلاقات العامة دوراً في إدارة الأزمة الصحية، وقد بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وقد وظفت العلاقات أساليب متعددة لإدارة الأزمة منها أسلوب احتواء الأزمة لمنع تفشي الوباء عبر اهتمامها بالجمهور، إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصادقية مع الجمهور وتزويده بالأخبار والمواقف البوائية اليومية وإعلامه بمستجدات الأزمة ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

● **دراسة (Ahmad, Murad, 2020):** وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية وانتشار الذعر بشأن فيروس (COVID-19) في إقليم كردستان بالعراق. واستخدم منهج المسح، وتم إعداد استبيان عبر الإنترنت وأجريت في كردستان العراق، وتم أخذ عينة من 516 مستخدماً لوسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت هذه الدراسة طريقة تحليل المحتوى لتحليل البيانات. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في نشر الخوف والذعر المرتبط بتفشي فيروس كورونا في كردستان بالعراق، مع تأثير سلبي محتمل على الصحة العقلية للناس ورفاههم النفسي. وكان (Facebook) أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً لنشر الذعر بشأن تفشي فيروس (COVID-19) في العراق.

التعقيب على الدراسات السابقة:

● أظهرت معظم الدراسات السابقة أن إدارة العلاقات العامة من أهم الإدارات في مختلف المؤسسات والمنظمات.

● أظهرت معظم الدراسات السابقة أن إدارة العلاقات العامة لها دور هام في إدارة الأزمات وفي الاتصال الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي وتحسن الصورة الذهنية للمؤسسة.

● اقتصر بعض الدراسات السابقة في استخدام إدارة العلاقات العامة وسائل محددة للتواصل مع الجمهور مثل دراسة الفرم (2016) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، ودراسة الصيفي (2016) توظيف ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية، ودراسة العنزي (2020) وهدفت إلى تحديد دور العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة فيروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020/3/21 حتى 2020/4/21). ودراسة (Ahmad, Murad, 2020) وسعت إلى تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية وانتشار الذعر بشأن فيروس (COVID-19).

● استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح واختلقت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة.

● اختلفت المجتمعات التي تم تطبيق الدراسات السابقة فيها فمنها ما تم تطبيقه في العراق مثل دراسة العنزي (2020)، ودراسة (Ahmad, Murad, 2020)، ومنها ما تم تطبيقه في الأردن مثل دراسة (المومني، 2019)، ومنها ما تم تطبيقه في مصر مثل دراسة شاهين (2012)، ومنها ما تم تطبيقه في المملكة العربية



السعودية ومنها دراسة الختلان (2018)، ودراسة الصبفي (2016)، دراسة الفرم (2016)، ودراسة العبد الكريم (2011): كما اختلفت فئات المؤسسات التي تم تطبيق الدراسات السابقة فيها .

● استخدمت معظم الدراسات السابقة الاستبيان للحصول على المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة ومنها ما استخدم أدوات أخرى بجانب الاستبانة مثل المقابلة أو الملاحظة أو تحليل المضمون.
أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية:

● من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة اتضح أنها جاءت متنوعة من حيث الهدف والأهمية واختيار العينة والأدوات المستخدمة والنتائج واستطاعت الباحثة إدراك النقاط التي توقفت عندها تلك الدراسات ، كما ساهمت تلك الدراسات في :

- تحديد مشكلة الدراسة وكيفية صياغتها وصياغة الأهداف العامة للدراسة.
- تحديد المنهج العلمي المناسب للدراسة، وإدابة جمع البيانات الملائمة للدراسة.
- تصميم الاستبانة الملائمة للدراسة.
- كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة بصفة عامة في ما يتعلق بالجانب المنهجي والميداني، إذا تضح لها خلو المكتبة الإعلامية من دراسة دور العلاقات العامة في التعامل مع الجائحة الصحية، وتشابه البحث الحالي بتناوله لمتغير العلاقات العامة ، وقد اختلف عن الدراسات السابقة بتناوله لمتغير حديث (كوفيد 19) والذي يشكل ظاهرة عالمية لم يسبق دراستها بشكل شامل في بحوث العلاقات العامة وكذلك يختلف بنوع العينة المختارة، وهي طلاب العلاقات العامة بجامعة الأمام محمد بن سعود.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: ماهية العلاقات العامة ووظائفها وأهدافها:

- مفهوم العلاقات العامة:

إن مفهوم العلاقات العامة لا يختلف باختلاف الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، إلا أنّ الاختلاف يحدث في الواقع العملي عندما تعكس الأهداف فلسفة النظام الذي تعبر عنه، فالأهداف التي تحددها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التي تسعى إلى الربح تختلف عن الأهداف التي تحددها إدارة العلاقات العامة في مؤسسات أخرى لا تسعى إلى الربح على الرغم من وجود أهداف مشتركة بينهما.

وتعرف العلاقات العامة بأنها: الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور، وتحقيق التفاهم المتبادل عن طريق الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في تحقيق ما هو ممكن ومشروع (عجوة، 2000، 15).

كما تعرف العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة والمستمرة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والتي تسعى بها لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد منسوبيها والمتعاملين معها وتوعيتهم، والحفاظ على ذلك التفاهم والتعاطف والتأييد والتوعية (الحشر، 2004، 25).

فالعلاقات العامة هي فن الاتصال الإنساني الذي يسعى إلى صناعة علاقات متميزة بين المؤسسة أو أية منظمة وجمهورها بحيث تقوم على الثقة والاحترام والتقدير، والمصالح المتبادلة، والتوعية (مصطفى، 2009، 50).
كما أن العلاقات العامة وظيفة إدارية، يقوم بها مجموعة من الأفراد المؤهلين والتي تسعى إلى تأسيس وإبقاء خطوط الاتصال بين المنظمة وجمهورها المختلفة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويعضدونها في أهدافها، ويشجعونها في أهدافها، كما تعمل كنظام إنذار مبكر في توقع الاتجاهات مستعملة في ذلك أدواتها الرئيسية من البحث والتقنيات المختلفة (شاهين، 2012، 532).

من خلال التعريفات السابقة للعلاقات العامة نستخلص الآتي:

- العلاقات العامة علم وفن.
- العلاقات العامة عملية مستمرة ومخططة ويستخدم فيها أدوات ووسائل في نقل رسائلها الإعلامية للجمهور مثل الإعلان والإعلام (عجوة، 2000، 19).



- العلاقات العامة نشاط مخطط ومنظم وهادف.
- العلاقات العامة تبنى على الصدق وعدم الغش أو التزوير.
- العلاقات العامة حصيصة التفاعلات الإيجابية والسلبية بين الجمهور والمؤسسة المختصة.
- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهات نظر الجماهير للإدارة العليا، وتعكس وجهات نظر الإدارة العليا للجماهير.
- الهدف الأساسي من وظيفة العلاقات العامة هو توجيه الجماهير وتدريبهم للمشاركة في المسؤولية الاجتماعية من خلال تبصير الجماهير بالجهود التي تبذلها الوزارة المختصة أو المنظمة وإمكاناتها والعقبات التي تواجهها.
- وظائف إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة :
إن وظائف العلاقات العامة الحكومية تتجاوز حدود تقديم المعلومات للمواطنين والاستشارات للمسؤولين الحكوميين، حيث أن أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بصفة عامة وفي وزارة الصحة بصفة خاصة يجب أن تقوم بالوظائف التالية (سليمان، 11، 2009-2009؛ البلطحي، 2014؛ أحمد، 62، 2015، بوهزاع، 2017) :

- **وظيفة البحوث والدراسات:** ويقصد بها جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، سواء كانت هذه البحوث تجري على الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي وسواء كانت سلعة أو خدمة أو فكرة، وتستفيد الإدارة العليا من تلك البحوث والدراسات في رسم السياسات والخطط العريضة، والبرامج التي تحقيق أهداف المنظمة بفاعلية.
 - **الوظيفة الإعلامية المعلوماتية:** وتهدف هذه الوظيفة إلى إعلام الجمهور بالقوانين والنظم الحكومية، إلى جانب إعلام صانعي السياسات والقرارات بردود الأفعال السريعة للرأي العام. وتتركز هذه الوظيفة على الأخبار وجمع المعلومات الأولية عن مجريات الأحداث اليومية والأحداث الاعتيادية؛ من خلال استطلاعات الرأي العام السريعة التي تبحث في تحديد اتجاهات الجمهور بخصوص القضايا المختلفة؛ إلى جانب متابعة ما ينشر أو يبحث عبر وسائل الاتصال المختلفة.
 - **الوظيفة التفسيرية:** وتذهب هذه الوظيفة إلى أبعد من عملية الإخبار وجمع المعلومات، فهي تقدم تفسيراً للسياسات والقرارات المختلفة؛ بمعنى تقديم رؤية الحكومة ومسوغاتها لانتهاج سياسة معينة، أو لاتخاذ قرار معين؛ بما في ذلك البحث في الأسباب والنتائج المتوقعة. ويشمل ذلك سياسات وقرارات الحكومة على الصعيدين الوطني والدولي.
 - **الوظيفة الإقناعية:** تهدف هذه الوظيفة إلى إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة، أو اعتماد سياسات محددة، أو اللجوء إلى قرارات ذات طبيعة خاصة، فحين تقوم الحكومة بتبني سياسات أو قرارات مصيرية يجري بها (أي بالوظيفة الإقناعية) إقناع مواطنيها بهذه السياسات أو القرارات، وتوضيح موقفها، وتقديم براهينها وأدلتها التي تدعم ضرورة ذلك. فالمواطن لا يميل إلى تقبل القرارات المفاجئة، خاصة إن كانت تؤثر في مجريات حياته ومعيشته اليومية. والتمهيد لاتخاذ مثل هذه القرارات يساعد على تجنب الصدمة التي قد تحدثها مثل هذه القرارات لدى الجمهور.
 - **الوظيفة الدفاعية:** والوظيفة التصحيحية: ويقصد بها حماية المنظمة من أي هجوم إعلامي قد يقع عليها من الآخرين، أو نشر أخبار غير صحيحة حولها وتستخدم في ذلك قنوات الاتصال الفعالة والمناسبة.
 - **الوظيفة التقويمية:** تضم هذه الوظيفة النشاطات المتصلة بإعداد التقارير المرجعية، والتحليلات والدراسات التي تبحث بعمق في نتائج السياسات والخطط الحكومية الحالية، والظواهر السياسية والاقتصادية والاجتماعية داخل المجتمع، وقياس اتجاهات الرأي العام بشأنها.
 - **الوظيفة التثقيفية:** تشمل هذه الوظيفة حفظ وتصنيف الوثائق الرسمية، والقوانين والقرارات الحكومية، والتصريحات الرسمية التي تتعلق بمواقف الحكومة، ومواقف الحكومة من الاتفاقات الدولية، إلى جانب القوانين الخاصة في مجال الاتصال، والاحتفاظ بقوائم المؤسسات الإعلامية والصحافية وأسماء العاملين فيها.
 - **الوظيفة التشريعية:** تركز هذه الوظيفة على تقديم الخدمات وتنظيمها مثل استقبال الوفود الرسمية ومرافقتها وتسهيل إجراءات إقامتها في البلد، وكذلك تسهيل مهمات الصحفيين والإعلاميين، وتنظيم الاجتماعات والندوات والمؤتمرات، وتعمل على تهيئة الأجواء المناسبة لها، وتنظيم لقاءات الصحفيين والإعلاميين بمسؤولي الحكومة، وتسهيل مهمات إدارة المؤسسة التي ينتمي إليها جهاز العلاقات العامة.
- كما تتحدد وظائف إدارة العلاقات العامة في العلاقات مع الصحافة، والعلاقات مع المجتمع، وإعداد التقارير السنوية، وكتابة الأحاديث، والمطبوعات الأخرى، ونصح الإدارة حول الاتجاهات العامة، والشؤون والأمر



العامية، والوسائل التوضيحية، والاتصالات الداخلية، وبحوث الرأي العام، والتوصيات المتعلقة بالسياسات، والعلاقات مع العاملين (الحشر، 2004، 51).

- أهداف العلاقات العامة في وزارة الصحة:

- يمكن تحديد أهداف إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة (لطيف، 45، 1997، 50؛ البلطحي، 2014) في:
- الحصول على تأييد الرأي العام، ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الوزارة ؛ وذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه.
- القيام بشرح أهداف وزارة الصحة .
- شرح القوانين الجديدة وأي تغييرات أو تعديلات في القوانين، بالإضافة إلى شرح مسوغات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.
- تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الاتصال المعروفة .
- إرشاد المواطنين لما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة.
- تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلي أم الخارجي.
- ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات الصحية والوظائف التي تزاولها الوزارة حتى يمكن أن يسهم فيها ويفيد منها بالكامل.
- تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف وتلفزة وغيرها.
- الدفاع عن موقف الوزارة إذا تعرضت لأي انتقاد من قبل الآخرين.
- رصد ما ينشر أو يبحث من خلال وسائل الاتصال، ومتابعته وتقويمه والرد عليه إذا لزم الأمر.
- تقويم آثار لتحقيق الأهداف من خلال تقديم معلومات دقيقة بصورة مستمرة ومنظمة.
- تقديم المشورة للمسؤولين فيما يتعلق بردود الفعل الحالية والمستقبلية المتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة
- التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة:
- من التحديات التي يمكن أن تواجهه إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة (أحمد، 2015) ما يلي :
- ضعف تدريب العاملين في العلاقات العامة.
- ضعف مشاركة العاملين في العلاقات العامة.
- ضعف المؤهل العلمي للعاملين في مجال العلاقات العامة
- عدم وجود ميزانية مخصصة لنشاط العلاقات العامة.
- قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بالإدارة .

ثانياً: جائحة انتشار فيروس كورونا (كوفيد19).

فيروس كورونا هو فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تصيب الإنسان والحيوان وتسبب العديد من أنواع فيروس كورونا التهابات الجهاز التنفسي لدى الإنسان (المعهد الديمقراطي الوطني، 2020) فمنذ 8 ديسمبر 2019 تم الإبلاغ عن العديد من حالات الالتهاب الرئوي لمسببات مرضية غير معروفة في ووهان، مقاطعة هوبي، الصين. في المراحل الأولى من هذا الالتهاب الرئوي، حدث أعراض عدوى تنفسية حادة شديدة، مع تطور حالات بعض المرضى يصاب المريض بمتلازمة الضائقة التنفسية الحادة (ARDS) ، وفشل تنفسي حاد ، ومضاعفات خطيرة أخرى. في 7 يناير، تم تحديد فيروس تاجي جديد من قبل المركز الصيني لمكافحة الأمراض والوقاية منها (CDC) من خلال عينة مسحة الحلق للمريض، وتم تسميته لاحقاً COVID-19)) من قبل منظمة الصحة العالمية (السكافي، 2020، 14).

ويُسبب COVID-19 التهابات في الجهاز التنفسي بشكل رئيسي في البشر، مثل متلازمة الجهاز التنفسي الحاد(سارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسي (5-MERS-7) حيث يعاني معظم المرضى من أعراض خفيفة ويخضعون لتشخيص جيد (American Psychological Association,2020)

وأوقف فيروس (كوفيد 19) الحياة في معظم أنحاء العالم، وأثر على جميع نواحيها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، لكن مع تزايد الصدمات بين سلطات بعض الدول ووسائل الإعلام شكّل فيروس (كوفيد 19) تهديداً



عالمياً وذلك بسبب انتشاره الواسع إذ فرض على أغلب دول العالم اتخاذ إجراءات، في محاولة تحجيم انتشار الفيروس، الذي أعلنته منظمة الصحة العالمية (OECD، 2020).
 وذكرت منظمة الصحة العالمية في تقرير البعثة المشتركة بين منظمة الصحة العالمية، والصين حول فيروس (كوفيد19)، أنه ثمة خمسة مراحل للفيروس وهي: -ظهور الفيروس، والتفشي، والانتقال، والديناميات، وتطور المرض وشدته) منظمة الصحة العالمية، (2020).
 ويمثل (COVID-19) "جائحة ووباءً عالمياً" ففي 11 مارس 2020، شكل هذا الوباء العالمي خطراً، إذ أصاب أكثر من 168 دولة حول العالم، ابتداءً من الصين ودول أوروبا وأمريكا والدول العربية حتى جعلها تفرض إجراءات حظر تجول وإيقاف الرحلات الجوية بين البلدان مع حملات توعية كبيرة وذلك لتقليل حجم الإصابات بعد تفشي المرض وإصابة أكثر من نصف مليون شخص به (العنزي، 2020، 472).
 الأمر الذي جعل منظمة الصحة العالمية تدعو إلى أهمية الإعلان الصريح لكل دولة عن الأعداد المصابة، من أجل احتواء الأزمة، واتخاذ التدابير اللازمة لإنقاذ المجتمعات. كما أن الشفافية تؤدي إلى عبور الأزمة في وقت وجيز بالنسبة لكل دولة. أي أن أخلاقيات التعامل مع الأزمة تؤدي إلى سرعة اجتيازها، والخروج منها (محمود، 2020، 9).

ثالثاً: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد19):

تواجه دول العالم بما فيها المملكة العربية السعودية في هذه الفترة الزمنية واحدة من أصعب الأزمات التي عرفها التاريخ على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والصحية، وذلك نتيجة تفشي وباء (كوفيد 19) الذي صنف حسب منظمة الصحة العالمية كجائحة شديدة الآثار تقتضي تضافر جهود جميع الدول لمواجهتها والحد من نتائجها الوخيمة (السكافي، 2020، 14)
 وتتعدد الأدوار التي يمكن أن تقوم بها إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في التعامل مع الأزمات بصفة عامة وجائحة كورونا بصفة (شاهين، 2012، 548) نذكر منها :
 - تحرير البيانات الصحفية عن الوزير.
 - الرد على الشكاوى المختلفة المقدمة من الجهات المختلفة.
 - الرد على المقالات التي تناقش مسائل تتعلق بوزارة الصحة.
 - تنظيم المؤتمرات الخاصة بالوزير لمناقشة جائحة كورونا.
 - المشاركة في حملات التوعية المختلفة بأعراض كورونا وكيفية التعامل مع المريض المصاب
 - توعية المواطنين قبل الأزمات الصحية بصفة عامة
 - تسليط الضوء على نشاط الوزارة.
 - تحسين الصورة الذهنية عن الوزارة ونشاطاتها المختلفة.
 ونشرت جريدة الرياض أن جهود وزارة الصحة السعودية وإجراءاتها الاحترازية للتصدي لفيروس كورونا المستجد (COVID-19) لقيت تقديراً عالياً على الصعيدين المحلي والدولي، حيث أشادت منظمة الصحة العالمية بالإجراءات الإضافية للصحة العامة التي اتخذتها المملكة لمنع انتقال الفيروس أثناء العمرة، معربة عن ثقتها في أن القرار سيمكن حكومة المملكة من تطبيق إجراءات مستدامة للوقاية من المرض ومكافحته. وقد انبهرت السعودية بخبراتها المتراكمة وإستراتيجيتها الاستباقية في كل المجالات وخصوصاً الأزمات ذات البعد العالمي، فتألفت أجهزة الدولة وفي مقدمتها وزارة الصحة عندما انتبهت مبكراً فاعتمدت استعدادات قوية تمثلت في مستوى عالٍ من المهنية والشفافية. وقد اتخذت وزارة الصحة السعودية مجموعة من الإجراءات للتعامل مع جائحة كورونا (العيسى، 2020) منها ما يلي:
 - وضع دليل لمتابعة المعلومات عن مرض فيروس كورونا (كوفيد-19) على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة وتحديثه بشكل مستمر وفقاً للمستجدات.
 - رسائلها الاتصالية في التعامل مع تداعيات وتأثيرات الفيروس، الذي وصفه معالي وزير الصحة د. توفيق الربيعة في أحد المقاطع التوعوية بالتحدي الذي يتطلب تعاون الجميع ضمن جهود غير مسبوقه تضطلع بها المملكة وتثبت فيها قدرتها على إدارة الأزمات.



- دعم الوعي الصحي، وتعزيز روح المسؤولية المجتمعية، وإشراك المواطنين والمقيمين في دعم رسائل الوزارة وجهودها عبر جميع المنصات المتاحة
- المتابعة المستمرة لحصر الحالات المصابة، ورسم خارطة مسار للإصابة من مكان القدوم، أو المخالطين، وجنسياتهم، ومنطقة العزل.
- إصدار دليل تفصيلي يومي ونشرات يتم تحديثها على رأس الساعة، لمشاركة الجميع بكافة المعلومات بكل شفافية بالحالات المستجدة وعدد المتعافين، والحرص في كل ذلك على العمل مع كل الجهات المختصة على تطبيق المعايير الدولية المعتمدة.
- التعاون مع الوزارات الأخرى وتنسيق الجهود لتخطي جائحة كورونا.
- تشكيل لجان مختصة للتعامل مع جائحة كورونا حتى قبل بدء ظهور الإصابات ، وتنظيم الاجتماعات المتواصلة.
- العمل مع كل الجهات المختصة على تطبيق المعايير الدولية المعتمدة .
- وقد قامت إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية بمجموعة من الأنشطة الاتصالية للتعامل مع جائحة كورونا (الجريسي، 2020) ، نذكر منها:
- المبادرة بإصدار مواقف يومية بأخبار الوزارة فيما يخص مواجهة الجائحة بما في ذلك البيانات والمواقف الوبائية لتكون مصدر المعلومة الدقيق للجمهور عبر الظهور شبه اليومي للمتحدث الرسمي باسم الوزارة.
- أطلقت مبادرات تعاون مع وزارات أخرى ومنظمات حكومية وغير حكومية وفرق تطوعية لتتضافر الجهود لمواجهة الجائحة.
- الاستعانة بفنانين ورياضيين لتوجيه رسائل للجمهور يدعوهم للبقاء في المنزل وحماية أنفسهم من خطر الوباء .
- إطلاق حملة (خليك بالبيت) وهي حملة إلكترونية وميدانية تركز على إتباع التعليمات مثل : التباعد الاجتماعي ، لبس الكمامات ، الالتزام بالتعقيم والنظافة وغير ذلك الكثير.
- القيام بتغطية كل ما يتعلق بجائحة كورونا وتسلط الضوء على النماذج والمبادرات الإيجابية.
- التنسيق لقيام كبار المسؤولين في وزارة الصحة بزيارات ميدانية للمستشفيات والمراكز الصحية ومتابعة سبل التعامل مع الجائحة والاطمئنان على المرضى.
- الحرص على كسب ثقة الجمهور ودعمه بأن الكوادر الصحية تقوم بكل جهودها لتأمين سلامة وصحة المواطنين.
- الرد على الشائعات التي انتشرت بشكل كبير أثناء الأزمة للحد من الفوضى والقلق الذي تسببه في المجتمع.
- تسليط الضوء على الحالات الإيجابية لرفع الروح المعنوية لدى الجمهور كحالات الشفاء.
- تقديم الدعم المعنوي للجمهور الداخلي للوزارة (الأطباء ، الممرضين ، المحللين) وإبراز جهودهم في الحفاظ على صحة المواطنين.
- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية مختلف النشاطات الاتصالية التي تجريها الوزارة الخاصة بجائحة (كوفيد19).

الدراسة الميدانية:

- يستعرض هذا الجزء من الدراسة الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة : مثل نوع الدراسة ومنهجها ، وتحديد ووصف مجتمعها وعينتها، وأداتها وكيفية بنائها ، وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات.
- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الوقائع والظواهر الإعلامية.
- منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يهدف إلى رصد ومتابعة الظاهرة أو الحدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو فترات عدة، والوصول إلى نتائج وتحليلات وتفسيرات وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (المزاهرة، 2014، 310) ، وتم استخدام الأسلوب الميداني لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة والذي تحاول من خلاله الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستخلاص النتائج من خلال الاعتماد على الإستبانة التي تم إعدادها - لتحقيق أهداف الدراسة- وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها؛ حيث أمكن من خلاله الوقوف على ماهية العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها وتحدياتها ثم توضيح دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.
- مجتمع الدراسة: قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام -جامعة الإمام محمد بن سعود.



- **عينة الدراسة:** طلاب قسم العلاقات العامة من المستوى الخامس للمستوى الثامن بكلية الإعلام -جامعة الإمام محمد بن سعود، البالغ عددهم خلال فترة الدراسة (4000) طالبة، وتم اختيار عينة عشوائية منهم وفقا لأسلوب العينة العشوائية البسيطة حيث بلغت (422) طالبة.

- **أدوات جمع البيانات:** تمثلت أدوات جمع البيانات في استبانة قياس دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا(كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، التي قامت بتصميمها الباحثة في ضوء الأدب النظري والدراسات السابقة. وقد تم بناء الاستبانة وفق الخطوات الآتية:

(1) تحديد الهدف من الاستبانة: جمع البيانات من عينة من طلاب العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة الأمام محمد بن سعود عن دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا(كوفيد 19) من وجهة نظرهم .

(2) صياغة فقرات ومفردات الاستبانة: تم بناء استبانة قياس دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا(كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة وفقاً لمقياس ليكرت الرباعي في درجة موافقة أفراد العينة على الفقرات لكل محور من محاور الاستبانة ، وتضمنت الاستبانة خمسة محاور، كما يوضحها جدول (1) التالي:

جدول (1) : عدد الفقرات والدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبانة ، والاستبانة ككل

الدرجة	عدد الفقرات	محاور ومؤشرات دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا
32	8	المحور الأول: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا
32	8	المحور الثاني: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا
24	6	المحور الثالث: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا
20	5	المحور الرابع: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا
24	6	المحور الخامس: التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا
132	33	الاستبانة ككل

(3) التأكد من صدق الاستبانة: من أجل التحقق من صدق الاستبانة استخرجت الباحثة مؤشرات الصدق التالية:

(أ) صدق المحكمين/ الظاهري: ويسمى أيضاً صدق المضمون أو الصدق المنطقي، وللتأكد من صدق محتوى الاستبانة في قياس ما وضعت لقياسه قامت الباحثة بعرض الاستبانة على عدد (9) من أساتذة العلاقات العامة في الوطن العربي. وذلك للحكم على صدقها وقد اعتمدت الباحثة على نسبة اتفاق (95%) فأكثر من آراء المحكمين معياراً لقبول فقرات الاستبانة، وأجرت التعديلات اللازمة في ضوء تعديلات هيئة التحكيم، من تعديل بعض الفقرات لتصبح أكثر ملائمة، حتى أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية، وبذلك اعتبرت الباحثة الاستبانة صالحة لقياس ما وضعت لقياسه، وقد بلغ عدد أسئلة الاستبانة في صورتها النهائية (4) أسئلة خاصة بالبيانات الأولية، إضافة إلى (33) فقرة موزعة على أربعة تجيب عن أسئلة الدراسة وتحقق أهدافها.

(ب) صدق الاتساق الداخلي: بعد تحقيق صدق المحكمين لأداة الدراسة طبقت الباحثة الاستبانة ميدانياً على العينة الاستطلاعية المكونة من (150) طالبة من طالبات قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة الأمام محمد بن سعود، وقد استخدمت الباحثة لإيجاد معاملات الارتباط البرنامج الاحصائي (SPSS-V23)، وتم تطبيق الاستبانة وفق مقياس ليكرت الرباعي أي أن الدرجة الكلية للاستبانة هي (132) درجة، والدرجة الكلية لكل بعد. و جدول (2) يوضح معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة وبين الدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبانة:



جدول (2): معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة وبين الدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبانة

م	المحور/ الفقرات	معامل الارتباط
المحور الأول: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا		
1	تنشر إدارة العلاقات العامة بصفة دورية كل تصريحات وزير الصحة المتعلقة بالجائحة داخل مناطق وقطاعات المملكة .	0.810
2	تخصص الإدارة بفروعها المختلفة صندوق للشكاوى والمقترحات الخاصة بجائحة كورونا .	0.736
3	قامت الإدارة بتعيين متخصص للاتصال والتواصل بشأن الأزمات الصحية .	0.706
4	تفعل الإدارة خدمة البريد الإلكتروني للتعامل مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	0.809
5	تفعل الإدارة خدمة الشكاوى والمقترحات الإلكترونية .	0.789
6	تتميز الإدارة بالرد السريع على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	0.831
7	تمتلك الإدارة رؤية واضحة ومعلنة للرد على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	0.913
8	أجرت الإدارة استطلاعات لمعرفة رأى الجمهور السعودي في أداؤها خلال أزمة كورونا .	0.856
المحور الثاني: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا		
9	تزويد الجمهور السعودي بمعلومات تتسم بالمصداقية والدقة عن حجم انتشار المرض في العالم والمملكة .	0.803
10	توفر برامج توعية مطبوعة للجمهور السعودي عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.	0.864
11	توفر إرشادات توعوية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.	0.821
12	تحتوى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بيانات محدثة باستمرار عن أعداد الإصابات بمناطق المملكة وأماكن الذروة .	0.837
13	نفذت الإدارة بعض الحملات التوعوية في الشارع السعودي لمواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا .	0.721
14	للإدارة تواجد شبة مستمر على القنوات السعودية لشرح مستجدات انتشار الفيروس وكيفية التعامل معه .	0.717
15	أنتجت الإدارة بعض الأفلام والفيديوهات القصيرة لتوعية الجمهور السعودي بالجائحة .	0.791
16	نظمت الإدارة بعض المؤتمرات لمناقشة ما يستجد من تداعيات ومعلومات بشأن الجائحة .	0.786
المحور الثالث : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا		
17	للإدارة دور كبير في تنظيم اجتماعات وزير الصحة مع الفرق واللجان المشكلة لمواجهة جائحة كورونا .	0.812
18	للإدارة دور كبير في متابعة ما يُنشر في الصحف ووسائل الإعلام من موضوعات تتعلق بالجائحة ، وعرضها وإعداد الرد عليها.	0.795
19	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارات التعليم والتعليم العالي لتحديد إمكانية استكمال الدراسة في ظل جائحة كورونا .	0.830
20	يعتمد اتخاذ القرارات المنظمة للعمل داخل قطاعات ووزارات المملكة الأخرى على التقارير الدورية والتوصيات التي تصدرها إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة .	0.855
21	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة وإدارات الأمن بوزارة الداخلية السعودية من أجل تطبيق القرارات الخاصة بالإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا .	0.829
22	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الخارجية بشأن إجراءات منع السفر مع بعض الدول التي تمثل بؤر لانتشار الفيروس .	0.859
المحور الرابع : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا		
23	تتولى الإدارة بشكل أساسي مهمة ترجمة الوثائق والمكاتبات الخارجية المتعلقة بجائحة كورونا .	0.799
24	تحرص العلاقات العامة على تزويد المجتمع السعودي بالنشرة الشهرية لمنظمة الصحة العالمية .	0.763
25	تحرص الإدارة على الاستفادة من المطبوعات الإقليمية التي تصدرها منظمة الصحة العالمية بشأن انتشار فيروس كورونا في دول الخليج العربي .	0.815
26	تصدر الإدارة تحذيرات للمواطنين السعوديين للسفر إلى دول أخرى ينتشر بها المرض بناء على تقارير عالمية ودولية موثقة .	0.739
27	تصدر الإدارة تقارير دورية عن أعداد المصابين بالفيروس داخل المملكة تتفق إلى حد كبير مع تقارير منظمة الصحة العالمية عن المملكة .	0.806
المحور الخامس : التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا		
28	قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بالإدارة .	0.853
29	تدنى مستوى التفاعل من جانب الإدارة مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	0.816



0.781	ضعف المستوى المهني للعاملين بالإدارة .	30
0.796	تدنى وعدم كفاءة البرامج والمطبوعات التوعوية التي تقدمتها الإدارة بشأن الجائحة .	31
0.814	ندرة استخدام الإدارة لتقنيات حديثة ومنطوية في التواصل مع الجمهور بشأن الجائحة .	32
0.701	ضعف وعى الجمهور السعودي وعدم التزامه بالإجراءات والإرشادات الوقائية للجائحة ، مما صعب من مهمة الإدارة في تنفيذ أهدافها .	33

ويتضح من جدول(2) أن جميع قيم معامل الارتباط ملائمة حيث تراوحت في المحور الأول بين (0.706- 0.913)، وتراوحت في المحور الثاني بين(0.717- 0.864)، وتراوحت في المحور الثالث بين(0.795-0.855) وتراوحت في المحور الرابع بين(0.739-0.815) ، وتراوحت في المحور الخامس بين (0.701- 0.853) وجميعها معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى(0.01) مما يشير إلى إمكانية التعامل مع فقرات الاستبانة أى أن الاستبانة تتصف باتساق داخلي جيد ؛ مما يدل على صدق الاتساق الداخلي لفقرات محاور الاستبانة.

4) حساب ثبات الاستبانة والصدق الذاتي : طبقت الباحثة الاستبانة ميدانياً على العينة الاستطلاعية المكونة من (150) طالبة من طالبات قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود ، وذلك بهدف تحديد الثبات والصدق الذاتي ، ومدى فهمهم لعبارات الاستبانة ، حيث اتضح عدم وجود أي استفسارات من العينة الاستطلاعية حول مفردات الاستبانة ، وللتأكد من الثبات قامت الباحثة بالاعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) في حساب معاملات الثبات لدرجة كل محور من المحاور الفرعية للاستبانة ، وأيضاً للدرجة الكلية للاستبانة ، وجدول رقم (4) يوضح ذلك :

جدول رقم (3): معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) والصدق الذاتي لكل محور من محاور الاستبانة ، وللاستبانة ككل

معامل الصدق الذاتي	معامل الثبات	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0.897	0.806	8	المحور الأول: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا .
0.893	0.798	8	المحور الثاني: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا .
0.902	0.815	6	المحور الثالث : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا
0.889	0.791	5	المحور الرابع : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا .
0.887	0.788	6	المحور الخامس : التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا .
0.894	0.800	33	الاستبانة ككل

يتضح من جدول (3) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبانة تراوحت بين (0.788- 0.815) وهي معاملات ثبات مقبولة ، وأن معامل ثبات إجمالي الاستبانة (0.800) الأمر الذي يشير إلى ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الاستبانة عند تطبيقها حيث تشير الدراسات أن معامل الثبات يعد عال إذا بلغ (0.7) فأكثر، كما أن قيمة معامل الصدق الذاتي لأبعاد الاستبانة تراوحت بين (0.887- 0.902) وهي معاملات صدق جيدة، وأن معامل الصدق الذاتي للاستبانة ككل (0.894) وهو معامل صدق جيد وبذلك تعد الاستبانة على درجة مناسبة من الثبات والصدق، وبالتالي أصبحت الاستبانة صالحة للتطبيق الميداني.

5) الصورة النهائية للاستبانة : بعد التأكد من صدق وثبات الاستبانة وتجريبها على عينة استطلاعية. تم التوصل إلى الصورة النهائية للاستبانة.

- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة ثم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، تمت معالجتها وتحليل واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences)، الإصدار(23)، (SPSS-V23)، وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:



• التكرارات البسيطة والنسب المئوية: لتحديد استجابات أفراد العينة تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تضمنتها استبانة دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

• المتوسط الحسابي (Mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع، أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات المحاور الرئيسة للاستبانة، مع العلم في أنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون " مرجح" بالإضافة إلى يفيد في معرفة درجة الأهمية النسبية أو درجة التحقق (كشك، 1996، 86)

• الانحراف المعياري (Standard Deviation) : للتعرف على مدى انحراف استجابات مفردات عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.

• معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لحساب ثبات استبانة دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

• معامل ارتباط بيرسون لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

• ولمعرفة دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة ، تم تقسيم الدرجات إلى أربع مستويات اعتماداً على المعادلة التالية : طول الفئة 4-4/1 وتحدد المستويات كالآتي:

• أقل من 1.75 منخفضة

• متوسطة من (1.75- أقل من 2.50)

• مرتفعة من (2.50- إلى أقل من 3.25)

• مرتفعة جداً من (3.25- إلى 4)

نتائج الدراسة:

يمكن الإجابة عن أسئلة الدراسة كالتالي:

- للإجابة على السؤال الأول من أسئلة الدراسة : ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات والدرجة لفقرات المحور الأول : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا وللمحور ككل كما يوضحها جدول (4) :

جدول (4) : التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والدرجة للمحور الأول دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط	مج	مدى التحقق				التكرار / النسبة	الفقرة	م
					لا يتحقق على الإطلاق	يتحقق بدرجة ضعيفة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة كبيرة			
مرتفعة جداً	1	0.848	3.54	422	30	9	85	298	ت	تنتشر إدارة العلاقات العامة بصفة دورية كل تصريحات وزير الصحة المتعلقة بالجائحة داخل مناطق وقطاعات المملكة	1
				100	7.1	2.1	20.1	70.6	%	تخصص الإدارة بفروعها المختلفة صندوق للشكاوى	
مرتفعة	4	1.17	2.98	422	85	37	101	199	ت		2



الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط	مج	مدى التحقق				التكرار / النسبة	الفقرة	م
					لا يتحقق على الإطلاق	يتحقق بدرجة ضعيفة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة كبيرة			
				100	20.1	8.8	23.9	47.2	%	والمقترحات الخاصة بجائحة كورونا .	
متوسطة	8	1.15	2.44	422	112	125	71	144	ت	قامت الإدارة بتعيين متحدث رسمي متخصص للاتصال والتواصل بشأن الأزمات الصحية .	3
مرتفعة	5	1.15	2.97	422	92	9	139	182	ت	تفعل الإدارة خدمة البريد الإلكتروني للتعامل مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	4
مرتفعة	3	1.06	3.13	422	66	16	139	201	ت	تفعل الإدارة خدمة الشكاوى والمقترحات الإلكترونية .	5
مرتفعة	2	1.12	3.16	422	74	14	106	228	ت	تتميز الإدارة بالرد السريع على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	6
مرتفعة	6	0.98	2.84	422	23	175	70	154	ت	تمتلك الإدارة رؤية واضحة ومعلنة للرد على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس .	7
متوسطة	7	1.17	2.48	422	124	.83	1.5	110	ت	أجرت الإدارة استطلاعات لمعرفة رأى الجمهور السعودي في أدائها خلال أزمة كورونا	8
مرتفعة		3.35	23.54 (2.94)	100	17.5	3.3	25.1	54	%	المجموع الكلي للمحور	

ويتضح من جدول (4) أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الأول (دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع المواطن السعودي بشأن جائحة كورونا) بلغ (2.94)، وبدرجة تقدير مرتفعة . وبالنسبة للفقرات الفرعية جاءت الفقرة الأولى من المحور الأول (تنشر إدارة العلاقات العامة بصفة دورية كل تصريحات وزير الصحة المتعلقة بالجائحة داخل مناطق وقطاعات المملكة) في المرتبة الأولى ، بمتوسط حسابي (3.54) ، وبدرجة تقدير مرتفعة جدا . وجاءت الفقرة السادسة من المحور الأول (تتميز الإدارة بالرد السريع على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس) في المرتبة الثانية ، بمتوسط حسابي (3.16)، وبدرجة تقدير مرتفعة ، وجاءت الفقرة الخامسة من المحور الأول (تفعل الإدارة خدمة الشكاوى والمقترحات الإلكترونية .) في المرتبة الثالثة ، بمتوسط حسابي (3.13)، وبدرجة تقدير مرتفعة ، وجاءت الفقرة الثانية من المحور الأول (تخصص الإدارة بفروعها المختلفة صندوق للشكاوى والمقترحات الخاصة بجائحة كورونا) في المرتبة الرابعة ، بمتوسط حسابي (2.98)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الرابعة من المحور الأول (تفعل الإدارة خدمة البريد الإلكتروني للتعامل مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس) في المرتبة الخامسة ، بمتوسط حسابي (2.97)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة السابعة من المحور الأول (تمتلك الإدارة رؤية واضحة ومعلنة للرد على استفسارات الجمهور بشأن الفيروس) في المرتبة السادسة ، بمتوسط حسابي (2.84)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الثامنة من المحور الأول (أجرت الإدارة استطلاعات لمعرفة رأى الجمهور السعودي في أدائها



خلال أزمة كورونا (في المرتبة السابعة ، بمتوسط حسابي (2.48)، وبدرجة تقدير متوسطة، وجاءت الفقرة الثالثة من المحور الأول (قامت الإدارة بتعيين متحدث رسمي متخصص للاتصال والتواصل بشأن الأزمات الصحية) في المرتبة الثامنة والأخيرة ، بمتوسط حسابي (2.44)، وبدرجة تقدير متوسطة..

- للإجابة على السؤال الثاني من أسئلة الدراسة: ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات والدرجة لفقرات المحور الثاني : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا وللمحور ككل كما يوضحها جدول (5) :

جدول (5) : التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتبة والدرجة للمحور الثاني
دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعيارى	المتوسط	مج	مدى التحقق				التكرار / النسبة	الفقرة	م
					لا يتحقق على الإطلاق	يتحقق بدرجة ضعيفة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة كبيرة			
مرتفعة	4	1.21	2.98	422	100	15	100	207	ت	تزويد الجمهور السعودي بمعلومات تتسم بالمصداقية والدقة عن حجم انتشار المرض في العالم والمملكة	1
				100	23.7	3.6	23.7	49.1	%		
متوسطة	7	1.30	2.48	422	163	32	87	140	ت	توفر برامج توعية مطبوعة للجمهور السعودي عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.	2
				100	38.6	7.6	20.6	33.2	%		
مرتفعة جداً	1	0.86	3.55	422	18	48	42	314	ت	توفر إرشادات توعية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.	3
				100	4.3	11.4	10	74.4	%		
مرتفعة	3	1.14	3.13	422	79	16	100	227	ت	تحتوى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بيانات محدثة باستمرار عن أعداد الإصابات بمناطق المملكة وأماكن الذروة .	4
				100	18.7	3.8	23.7	53.8	%		
متوسطة	8	1.24	2.46	422	156	31	120	115	ت	نفذت الإدارة بعض الحملات التوعوية فى الشوارع السعودى لمواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا	5
				100	37	7.3	28.4	27.3	%		
مرتفعة جداً	2	1	3.31	422	50	16	109	247	ت	للإدارة تواجد شبة مستمر على القنوات السعودية لشرح مستجدات انتشار الفيروس وكيفية	6
				100	11.8	3.8	25.8	58.5	%		



		التعامل معه .									
مرتفعة	6	1.01	2.87	422	26	167	63	166	ت	أنتجت الإدارة بعض الأفلام والفيديوهات القصيرة لتوعية الجمهور السعودي بالجائحة	7
				100	6.2	39.6	14.9	39.3	%		
مرتفعة	5	1.20	2.93	422	88	53	82	199	ت	نظمت الإدارة بعض المؤتمرات لمناقشة ما يستجد من تداعيات ومعلومات بشأن الجائحة .	8
				100	20.9	12.6	19.4	47.2	%		
				المجموع الكلي للمحور							
مرتفعة		3.44	23.71 (2.96)								

ويتضح من جدول (5) أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الثاني (دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في توعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا بلغ (2.96)، وبدرجة تقدير مرتفعة . وبالنسبة للفقرات الفرعية جاءت الفقرة الثالثة من المحور الثاني (توفر إرشادات توعوية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.) في المرتبة الأولى ، بمتوسط حسابي (3.55) ، وبدرجة تقدير مرتفعة جدا . وجاءت الفقرة السادسة من المحور الثاني (للإدارة تواجد شبة مستمر على القنوات السعودية لشرح مستجدات انتشار الفيروس وكيفية التعامل معه) في المرتبة الثانية ، بمتوسط حسابي(3.31)، وبدرجة تقدير مرتفعة جدا ، وجاءت الفقرة الرابعة من المحور الثاني (تحتوى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ببيانات محدثة باستمرار عن أعداد الإصابات بمناطق المملكة وأماكن الذروة) في المرتبة الثالثة ، بمتوسط حسابي(3.13)، وبدرجة تقدير مرتفعة، ، وجاءت الفقرة الأولى من المحور الثاني (تزويد الجمهور السعودي بمعلومات تنتم بالمصادقية والدقة عن حجم انتشار المرض في العالم والمملكة) في المرتبة الرابعة ، بمتوسط حسابي(2.98)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الثامنة من المحور الثاني (نظمت الإدارة بعض المؤتمرات لمناقشة ما يستجد من تداعيات ومعلومات بشأن الجائحة) في المرتبة الخامسة ، بمتوسط حسابي(2.93)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة السابعة من المحور الثاني (أنتجت الإدارة بعض الأفلام والفيديوهات القصيرة لتوعية الجمهور السعودي بالجائحة.) في المرتبة السادسة ، بمتوسط حسابي (2.87)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الثانية من المحور الثاني (توفر برامج توعوية مطبوعة للجمهور السعودي عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة.) في المرتبة السابعة ، بمتوسط حسابي (2.48)، وبدرجة تقدير متوسطة، وجاءت الفقرة الخامسة من المحور الثاني (نفذت الإدارة بعض الحملات التوعوية في الشارع السعودي لمواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا.) في المرتبة الثامنة والأخيرة ، بمتوسط حسابي (2.46)، وبدرجة تقدير متوسطة.

- للإجابة على السؤال الثالث من أسئلة الدراسة: ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات والدرجة لفقرات المحور الثالث: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا وللحور ككل كما يوضحها جدول(6) :

جدول (6): التكرارات والنسب المئوية و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والدرجة للمحور الثالث: دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا

م	الفقرة	التكرار / النسبة	مدى التحقق				مج	المتوسط	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
			يتحقق بدرجة كبيرة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة ضعيفة	لا يتحقق على الإطلاق					



مرتفعة	4	1.26	2.97	422	107	18	77	220	ت	للإدارة دور كبير في تنظيم اجتماعات وزير الصحة مع الفرق واللجان المشكلة لمواجهة جائحة كورونا .	1
مرتفعة	5	1.36	2.83	100	25.4	4.3	18.2	52.1	%	للإدارة دور كبير في متابعة ما يُنشر في الصحف ووسائل الإعلام من موضوعات تتعلق بالجائحة ، وعرضها وإعداد الرد عليها.	2
مرتفعة جداً	1	0.59	3.61	100	33.9	0.7	14.2	51.2	%	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارات التعليم والتعليم العالي لتحديد إمكانية استكمال الدراسة في ظل جائحة كورونا .	3
متوسطة	6	0.92	2.48	422	2	18	121	281	ت	يعتمد اتخاذ القرارات المنظمة للعمل داخل قطاعات ووزارات المملكة الأخرى على التقارير الدورية والتوصيات التي تصدرها إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة .	4
مرتفعة	3	0.97	3.09	100	0.5	4.3	28.7	66.6	%	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة وإدارات الأمن بوزارة الداخلية السعودية من أجل تطبيق القرارات الخاصة بالإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا .	5
مرتفعة	2	1.02	3.11	422	42	219	76	85	ت	تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الخارجية بشأن إجراءات منع السفر مع بعض الدول التي تمثل بؤر لانتشار الفيروس .	6
مرتفعة		3.39	18.10 (2.74)	المجموع الكلي للمحور							

ويتضح من جدول (6) أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الثالث (دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا) بلغ (2.74)، وبدرجة تقدير مرتفعة . وبالنسبة لفقرات الفرعية جاءت الفقرة الثالثة من المحور الثالث (تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارات التعليم والتعليم العالي لتحديد إمكانية استكمال الدراسة في ظل جائحة كورونا) في المرتبة الأولى ، بمتوسط حسابي (3.61) ، وبدرجة تقدير مرتفعة جدا، وجاءت الفقرة السادسة من المحور الثالث (تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الخارجية بشأن إجراءات منع السفر مع بعض الدول التي تمثل بؤر لانتشار الفيروس) في المرتبة الثانية ، بمتوسط حسابي (3.11)، وبدرجة تقدير مرتفعة ، وجاءت الفقرة الخامسة من المحور الثالث (تلعب الإدارة دورا كبيرا في التنسيق بين وزارة الصحة وإدارات الأمن بوزارة الداخلية السعودية من أجل تطبيق القرارات الخاصة



بالإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا) في المرتبة الثالثة ، بمتوسط حسابي(3.09)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الأولى من المحور الثالث (للإدارة دور كبير في تنظيم اجتماعات وزير الصحة مع الفرق واللجان المشكلة لمواجهة جائحة كورونا) في المرتبة الرابعة ، بمتوسط حسابي(2.97)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الثانية من المحور الثالث (للإدارة دور كبير في متابعة ما يُنشر في الصحف ووسائل الإعلام من موضوعات تتعلق بالجائحة ، وعرضها وإعداد الرد عليها) في المرتبة الخامسة ، بمتوسط حسابي(2.83)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الرابعة من المحور الثالث (يعتمد اتخاذ القرارات المنظمة للعمل داخل قطاعات ووزارات المملكة الأخرى على التقارير الدورية والتوصيات التي تصدرها إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة). في المرتبة السادسة والأخيرة، بمتوسط حسابي (2.48)، وبدرجة تقدير متوسطة.

- للإجابة على السؤال الرابع من أسئلة الدراسة : ما مدى قيام إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات والدرجة لفقرات المحور الرابع : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا وللمحور ككل كما يوضحها جدول(7) :

جدول(7) : التكرارات والنسب المئوية و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والدرجة للمحور الرابع : دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا

م	الفقرة	التكرار / النسبة	مدى التحقق				مجم	المتوسط	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
			لا يتحقق على الإطلاق	يتحقق بدرجة ضعيفة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة كبيرة					
1	تتولى الإدارة بشكل أساسي مهمة ترجمة الوثائق والمكاتبات الخارجية المتعلقة بجائحة كورونا .	ت	110	40	122	422	2.74	1.19	4	مرتفعة	
		%	26.1	9.5	28.9	100	35.5				
2	تحرص العلاقات العامة على تزويد المجتمع السعودي بالنشرة الشهرية لمنظمة الصحة العالمية	ت	66	26	119	422	3.13	1.08	2	مرتفعة	
		%	15.6	6.2	28.2	100	50				
3	تحرص الإدارة على الاستفادة من المطبوعات الإقليمية التي تصدرها منظمة الصحة العالمية بشأن انتشار فيروس كورونا في دول الخليج العربي	ت	113	23	90	422	2.87	1.25	3	مرتفعة	
		%	26.8	5.5	21.3	100	46.4				
4	تصدر الإدارة تحذيرات للمواطنين السعوديين للسفر إلى دول أخرى ينتشر بها المرض بناء على تقارير عالمية ودولية موثقة	ت	176	28	59	422	2.48	1.35	5	متوسطة	
		%	41.7	6.6	14	100	37.7				
5	تصدر الإدارة تقارير دورية عن أعداد المصابين بالفيروس داخل المملكة تتفق إلى حد كبير مع تقارير منظمة الصحة العالمية عن المملكة .	ت	42	12	92	422	3.43	0.95	1	مرتفعة جدا	
		%	10	2.8	21.8	100	65.4				



المجموع الكلي للمحور			
مرتفعة	3.08	14.64 (2.93)	

ويتضح من جدول (7) أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الرابع (دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا) بلغ (2.93)، وبدرجة تقدير مرتفعة. وبالنسبة للفقرات الفرعية جاءت الفقرة الخامسة من المحور الرابع (تصدر الإدارة تقارير دورية عن أعداد المصابين بالفيروس داخل المملكة تتفق إلى حد كبير مع تقارير منظمة الصحة العالمية عن المملكة) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (3.43)، وبدرجة تقدير مرتفعة جداً. وجاءت الفقرة الثانية من المحور الرابع (تحرص العلاقات العامة على تزويد المجتمع السعودي بالنشرة الشهرية لمنظمة الصحة العالمية) في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (3.13)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الثالثة من المحور الرابع (تحرص الإدارة على الاستفادة من المطبوعات الإقليمية التي تصدرها منظمة الصحة العالمية بشأن انتشار فيروس كورونا في دول الخليج العربي) في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.87)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الأولى من المحور الرابع (تتولى الإدارة بشكل أساسي مهمة ترجمة الوثائق والمكاتبات الخارجية المتعلقة بجائحة كورونا) في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.74)، وبدرجة تقدير مرتفعة، وجاءت الفقرة الرابعة من المحور الرابع (تصدر الإدارة تحذيرات للمواطنين السعوديين للسفر إلى دول أخرى ينتشر بها المرض بناءً على تقارير عالمية ودولية موثقة) في المرتبة الخامسة والأخيرة، بمتوسط حسابي (2.48)، وبدرجة تقدير متوسطة.

- للإجابة على السؤال الخامس من أسئلة الدراسة: ما مدى وجود التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات والدرجة لفقرات المحور الخامس: التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا وللمحور ككل، كما يوضحها جدول (8):

جدول (8): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتبة والدرجة للمحور الخامس: التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعيارى	المتوسط	مج	مدى التحقق				التكرار / النسبة	الفقرة	م
					لا يتحقق على الإطلاق	يتحقق بدرجة ضعيفة	يتحقق بدرجة متوسطة	يتحقق بدرجة كبيرة			
متوسط	1	1.33	2.33	422	191	35	61	135	ت	قلة التفاعل الايجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بالإدارة	1
				100	45.3	8.3	14.5	32	%		
متوسط	4	1.28	2.16	422	2014	32	70	106	ت	تدنى مستوى التفاعل من جانب الإدارة مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس.	2
				100	50.7	7.6	16.6	25.1	%		
متوسط	3	1.24	2.17	422	195	57	73	97	ت	ضعف المستوى المهني للعاملين بالإدارة	3
				100	46.2	13.5	17.3	23	%		
ضعيفة	5	1.04	1.74	422	249	82	43	48	ت	تدنى وعدم كفاءة البرامج والمطبوعات التوعوية التي تقدمها الإدارة بشأن الجائحة.	4
				100	59	19.4	10.2	11.4	%		
متوسط	2	1.36	2.23	422	224	5	65	128	ت	ندرة استخدام الإدارة لتقنيات حديثة ومتطورة في التواصل مع الجمهور بشأن الجائحة.	5
				100	53.1	1.2	15.4	30.3	%		



ضعيفة	6	1.13	1.72	422	288	25	50	59	ت	ضعف وعى الجمهور السعودي وعدم التزامه بالإجراءات والإرشادات الوقائية للجائحة، مما صعب من مهمة الإدارة في تنفيذ أهدافها .	6
				100	68.2	5.9	11.8	14	%		
متوسطة		4.41	12.35 (2.06)	المجموع الكلى للمحور							
مرتفعة		10.48	92.34 (2.80)	المجموع الكلى للاستبانة							

ويتضح من جدول (8) أن المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الخامس (التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا) بلغ (2.06)، وبدرجة تقدير متوسطة. وبالنسبة لفقرات الفرعية جاءت الفقرة الأولى من المحور الخامس (قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بالإدارة) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (2.33)، وبدرجة تقدير متوسطة. وجاءت الفقرة الخامسة من المحور الخامس (ندرة استخدام الإدارة لتقنيات حديثة ومتطورة في التواصل مع الجمهور بشأن الجائحة) في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.23)، وبدرجة تقدير متوسطة، وجاءت الفقرة الثالثة من المحور الخامس (ضعف المستوى المهني للعاملين بالإدارة) في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.17)، وبدرجة تقدير متوسطة، وجاءت الفقرة الثانية من المحور الخامس (تدنى مستوى التفاعل من جانب الإدارة مع استفسارات الجمهور بشأن الفيروس)، بمتوسط حسابي (2.16)، وبدرجة تقدير متوسطة، وجاءت الفقرة الرابعة من المحور الخامس (تدنى وعدم كفاءة البرامج والمطبوعات التوعوية التي تقدمها الإدارة بشأن الجائحة) في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (1.74)، وبدرجة تقدير منخفضة، وجاءت الفقرة السادسة من المحور الخامس (ضعف وعى الجمهور السعودي وعدم التزامه بالإجراءات والإرشادات الوقائية للجائحة، مما صعب من مهمة الإدارة في تنفيذ أهدافها) في المرتبة السادسة والأخيرة، بمتوسط حسابي (1.72)، وبدرجة تقدير منخفضة، وقد بلغ المتوسط العام للاستبانة (2.80) وبدرجة تقدير مرتفعة.

وفي ضوء ما سبق يمكن تلخيص نتائج الدراسة الحالية فيما يلي :

- إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة.

- للعلاقات العامة في وزارة الصحة السعودية دوراً في إدارة الجائحة الصحية رغم طابعها المفاجئ، إذ أن إدارة العلاقات العامة بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور.

- تنوع وتعدد الوسائل الإعلامية واستعمالها أثناء فترة الجائحة مما يدل على امتلاك ممارسي العلاقات العامة في الوزارة المهارات الاتصالية التي يستطيعون بواسطتها التأثير في الجمهور، رغم أن الجمهور كان في حالة ضغط واضطراب نظراً لحدوث الإجراءات المفروضة عليه فوقع على عاتق العلاقات العامة مهمة صعبة وهي الإقناع والتأثير بالحماية من خطر الفيروس.

- حرصت إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية على التعامل بمصداقية مع الجمهور وتزويده بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية، كما حرصت على اطلاع الجمهور بمستجدات الأزمة ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الجائحة وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

- هناك اتفاق على أهمية دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة في المحاور المختلفة حيث جاءت استجابات الطلاب في المحور الأول: المتعلق بالتواصل مع الجمهور، والمحور الثاني الخاص بتوعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا، والمحور الثالث الخاص بالتواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا، والمحور الرابع الخاص بتنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا، بدرجة تقدير مرتفعة، بينما جاء المحور الخامس الخاص بالتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا بدرجة تقدير متوسطة.



- هناك اختلاف في رتبة المحاور وفقا لتقديرات واستجابات الطلاب عينة الدراسة . فجاء المحور الثاني الخاص بتوعية الجمهور السعودي بجائحة كورونا في المرتبة الأولى بمتوسط (2.96)، وبدرجة أهمية مرتفعة وجاء المحور الأول: المتعلق بالتواصل مع الجمهور في المرتبة الثانية بمتوسط (2.94)، وبدرجة أهمية مرتفعة، وجاء المحور الرابع في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.93) ، وبدرجة أهمية مرتفعة، وجاء المحور الثالث الخاص بالتواصل مع قطاعات ووزارات المملكة الأخرى بشأن جائحة كورونا في المرتبة الرابعة بمتوسط (2.74)، وجاء المحور الخامس الخاص بالتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا في المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط (2.06) وبدرجة أهمية متوسطة.

- هناك تباين في درجة أهمية دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد 19) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة على مستوى الفقرات الخاصة بمحاور الاستبانة؛ حيث حصلت (5) فقرات على درجة تقدير مرتفعة جدا، بنسبة مئوية (15.15%)، وحصلت (16) فقرة على درجة تقدير مرتفعة، بنسبة مئوية (48.48%)، ثم حصلت (10) فقرات على درجة تقدير متوسطة ، بنسبة مئوية (30.30%)، وأخيرا حصلت (2) فقرة على درجة تقدير ضعيفة، بنسبة مئوية (6.06%) .

ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء ما يلي:

● حرص المملكة العربية السعودية على توفير الرعاية الصحية للجميع وجعلها في متناول جميع المواطنين دون عوائق اجتماعية أو جغرافية واعتبرت المملكة العربية السعودية الإقبال على الخدمات الصحية وزيادة استخدامها ورضا المواطنين عنها معيارا مهما لقياس مدى تقدم هذه الخدمات، واعتمدت في قياس رضا المواطنين عن الخدمات الطبية على إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية.

● عملت إدارة العلاقات العامة على تحقيق رؤية المملكة العربية السعودية (2030) من خلال العمل على تشجيع المواطنين على الاستفادة من الرعاية الصحية والعمل على محاربة الأمراض المعدية، والعمل على رفع كفاءة المنظمات الصحية وزيادة التنسيق بين هذه المنظمات والمستفيدين لضمان وصول الخدمات الطبية لأكبر قدر ممكن من الأفراد.

● حرص إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية - وقت ذروة الجائحة - على إقامة جسر بين المنظومة الصحية وأفراد المجتمع عن طريق نقل وجهات نظر المواطنين إلى المنظومة الصحية وتعريفهم بما تقوم به وزارة الصحة من أعمال وخدمات ، وتهدف برامج العلاقات العامة في وزارة الصحة إلى كسب الرضا والتأييد من جانب الجمهور وجعل المواطن على علم بالخدمات التي تقدم لصالحه وإعطائه الوسائل التي يمكن بواسطتها التعبير عن أفكاره وآرائه.

● تعد إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة السعودية ركنا أساسيا وخاصة في أوقات الأزمات، فهي تعتمد عليها كثيرا لتخطي الجائحة وتداعياتها من خلال ما تقوم به إدارة العلاقات العامة من أنشطة اتصالية تأخذ في اعتبارها كافة الأطراف ذات العلاقة بالأزمة من جمهور داخلي وخارجي ووسائل إعلام، وخطط ودراسات وبحوث وقائية ، بالإضافة إلى عمل أجندة معلوماتية تحمل في طياتها كافة التفاصيل المهمة تساعد الإدارة على معرفة ماهية الجائحة، ولا يتوقف عملها عند هذا الحد بل تقوم بعمليات التقييم والمتابعة للكشف عن مواطن الضعف والقصور في أداء الوزارة أثناء مواجهتها للجائحة والعمل على تقويمها ورفع أدائها، بالإضافة على تقييم خططها الاتصالية أثناء الأزمة والتعرف على مدى فاعليتها وتطويرها .

● ارتفاع استجابات عينة الدراسة على المحور الأول والثاني والثالث والرابع من محاور الاستبانة يمكن تفسيره في ضوء ما قامت به إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية على ارض الواقع لتخطي جائحة كورونا ، حيث؛ قامت بإصدار مواقف يومية بأخبار الوزارة فيما يخص مواجهة الجائحة بما في ذلك البيانات والمواقف الوبائية لتكون مصدر المعلومة الدقيق للجمهور ، وأطلقت مبادرات تعاون لوزارة الصحة مع وزارات أخرى ومنظمات حكومية وغير حكومية وفرق تطوعية لتتضافر الجهود لمواجهة الجائحة، والاستعانة بفنانين ورياضيين لتوجيه رسائل للجمهور يدعوهم للبقاء في المنزل وحماية أنفسهم من خطر الوباء، وأطلقت حملة (خليك بالبيت) وهي حملة إلكترونية وميدانية تركز على إتباع التعليمات مثل : التباعد الاجتماعي ، ليس الكمادات ، الالتزام بالتعقيم والنظافة وغير ذلك الكثير، كما قامت بتغطية كل ما يتعلق بجائحة كورونا وتسليط الضوء على النماذج والمبادرات الإيجابية، والتنسيق للقيام بزيارات ميدانية لكبار المسؤولين في وزارة الصحة للمستشفيات والمراكز الصحية ومتابعة سبل التعامل مع الجائحة والاطمئنان على المرضى، إبراز مدى اهتمام



وزارة الصحة السعودية وسعيها لتخطي واحتواء الأزمة لتبين حرصها على الجمهور، والحرص على كسب ثقة الجمهور ودعمه بأن الكوادر الصحية تقوم بكل جهودها لتأمين سلامة وصحة المواطنين، والرد على الشائعات التي انتشرت بشكل كبير أثناء انتشار الجائحة للحد من الفوضى والقلق الذي تسببه في المجتمع، وتبسيط الضوء على الحالات الإيجابية لرفع الروح المعنوية لدى الجمهور كحالات الشفاء، تقديم الدعم المعنوي للجمهور الداخلي للوزارة (الأطباء الطبية، الممرضين، المحللين) وإبراز جهودهم في الحفاظ على صحة المواطنين، وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية مختلف النشاطات الاتصالية التي تجريها الوزارة الخاصة بجائحة (كوفيد19).

● انخفاض استجابات عينة الدراسة على المحور الخامس من محاور الاستبانة والخاص بالتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا عن باقي محاور الاستبانة يمكن تفسيره في ضوء حسن إدارة المملكة العربية السعودية بصفة عامة وإدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية بصفة خاصة للأزمة والتفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بالإدارة والاعتماد على تقنيات حديثة في التواصل مع الجمهور ووعي الشعب السعودي والتزامه بالإجراءات والإرشادات الوقائية للجائحة، وكفاءة البرامج التوعوية التي تقدمها الإدارة بشأن الجائحة؛ مما جعلها تواجه تحديات ولكنها متوسطة وبالتالي يمكن التغلب عليها، مما جعل إدارة العلاقات العامة تتجح في إدارتها لجائحة كورونا بدرجة مرتفعة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة الأخرى، مثل دراسة (شاهين، 2012) والتي أوضحت أن إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة تقوم بدور هام في إدارة الأزمات بوزارة الصحة من خلال، توعية الجماهير وإرشادهم عن طريق إصدار الكتيبات والملصقات والإعلان في وسائل الإعلام عن مخاطر الأوبئة والأمراض السارية بالإضافة إلى طرق ووسائل الوقاية منها والقضاء عليها، والإشراف على تنظيم المؤتمرات والندوات الطبية وعقدتها في المكان المناسب ودعوة الأطراف التي من الضروري تواجده، وإقامة علاقات جيدة مع الموظفين ومد جسور الثقة بينهم وبين الإدارة، الاهتمام بالشكاوى الواردة إليها وحلها بالطرق المناسبة بهدف تحقيق أقصى قدر من التسهيلات لخدمة المواطن، ودراسة (الصيفي، 2016) والتي أوضحت أن غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية يتبنون استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال العلاقات العامة ومهامها، كما اتفقت غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية على أن استخدام الإعلام الاجتماعي يساعد على النقاط الشائعات وإدارة العلاقة مع الجمهور ورصد اتجاهاتهم وإجراء الاستطلاعات الإلكترونية، ودراسة (المومني، 2019) التي كشفت أن هناك درجة متوسطة من الإدراك لممارسي العلاقات العامة في مراحل وقوع الأزمة، و ميل أفراد مجتمع الدراسة "بدرجة كبيرة" إلى استخدام الإنترنت وبالأخص شبكة "التواصل الاجتماعي" في التعامل مع الأزمة، ودراسة (العنزي، 2020) التي أوضحت إن للعلاقات العامة دوراً في إدارة الأزمة الصحية، وقد بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وقد وظفت العلاقات أساليب متعددة لإدارة الأزمة منها أسلوب احتواء الأزمة لمنع تفشي الوباء عبر اهتمامها بالجمهور، إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصداقية مع الجمهور وتزويده بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية وإعلامه بمستجدات الأزمة ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

كما اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة الأخرى، مثل دراسة الفرم (2016). التي أوضحت أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - فيس بوك - يوتيوب) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية. وبينت الدراسة أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني عدم وجود إستراتيجية صحية وطنية متماسكة، تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي. كما أوضحت الدراسة أيضاً ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي، مما يعني أيضاً التفريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة، مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.



توصيات الدراسة :

- في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصى الباحثة بما يلي :
• القيام بالبحوث والدراسات الميدانية لمعرفة آراء الجمهور عن وزارة الصحة السعودية ، فضلاً عن الاهتمام بتوظيف أسلوب استطلاعات الرأي أثناء الأزمات، لما له من أهمية في معرفة آراء ومواقف الجمهور تجاه الوزارة وإجراءاتها الخاصة بالجائحة ومدى دعمه وتأييده لها.
- توجيه القائمين من إدارة العلاقات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية لوزارة الصحة السعودية على الاهتمام بتفاعل الجمهور والرد على تساؤلاتهم عن طريق الإجابة على التعليقات التي تطرح على المنشورات بشكل منتظم لزيادة أعداد المتابعين من جهة ولتزويد الجمهور بما قد يحتاجه من معلومات من جهة أخرى.
- الإعداد المسبق لبرامج علاقات عامة وقائية وعلاجية خاصة بالأزمات الصحية لتكون الوزارة في حالة استعداد عند التعرض لأي أزمة مستقبلاً.
- الاستفادة من تجربة الدول المتقدمة في مجال العلاقات العامة ومواجهة الأزمات الصحية ومعرفة مدى إمكانية تطبيقها في المملكة العربية السعودية.

المراجع العربية

1. أحمد، شاذلي عوض عبد الفضيل. (2015). *فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الإعلام الاتحادية. رسالة ماجستير، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.*
2. أطبقة ، عبدالله محمد عبدالله. (2020). الأظر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا " Covid :-19 " دراسة تطبيقية على موقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية. *مجلة كلية الفنون والإعلام، كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، (9) ، ص ص 153-184.*
3. البلطحي، سليمان بن حمد. (2014). *كيف تطور إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ؟، متاح على : <http://albuthi.com/blog/755> ، 2020/8/18*
4. بوهزاع، أحمد يوسف عبد اللطيف. (2009). *دور العلاقات العامة في الارتقاء بواقع الإدارات العامة في وزارة الداخلية من خلال تطبيق الحكومة الإلكترونية. رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين.*
5. الجار الله، ماجد بن عبد الله. (2011). *جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية. مجلة العلاقات العامة والإعلان، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، (1)، ص ص 69-91.*
6. الجبرتي، أنور عبد الحميد. (1992). *الخطة الصحية المعتمدة من وزارة الصحة: والعقبات التي تعترض تنفيذها. لجوبية، مركز عبد الرحمن السديري الثقافي، (3) ، ص ص 21-30.*
7. الجنحي، علي بن فايز. (2006). *مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية. مركز الدراسات والبحوث، الرياض: مطابع جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.*
8. حجاب ،محمد منير. (997). *المدخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل الإداري. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.*
9. الحشر، حزام فلاح. (2004). *برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها: دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة برئاسة الحرس الوطني بالرياض. رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.*
10. الجريسي، خالد بن عبد الرحمن. (2020). *جهود سعودية متميزة في مواجهة (كورونا). متاح في، <https://www.alarabiya.net/ar/saudi-today/views/2020/03/25> .2020/8/25*
11. الخثلان، سلطان بن سعد بن محمد. (2018). *جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات "دراسة ميدانية". رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.*



مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانية والاجتماع

Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences

www.jalhss.com

Volume (60) November 2020

العدد (60) نوفمبر 2020



12. رؤية المملكة العربية السعودية: (2017)2030 متاح في :
https://www.vision2030.gov.sa/sites/default/files/report/Saudi_Vision2030_AR_2012020/8/23_7.pdf
13. السكافي، فائق أحمد. (2020). تكيف الأسرة مع الحجر المنزلي في زمن فيروس كورونا. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية. مركز جيل البحث العلمي، (63)، صص 9-30
14. سليمان، شريفة رحمة الله. (2009). دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية - دراسة حالة على إمارة دبي. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي.
15. شاهين، إيمان صابر صادق. (2012). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بوزارة الصحة: دراسة ميدانية. مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، 13(3)، صص 529-556.
16. صالح، عبد المحي محمود و عبد الخالق، جلال الدين و رمضان، السيد. (2000). العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية. إسكندرية: دار المعرفة الجامعية، مصر.
17. صلاح الدين، صفاء محمد. (2018). تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات (دراسة تطبيقية بجمهورية مصر العربية). مجلة بحوث الشرق الأوسط، (45)، صص 648-700.
18. الصيفي، حسن نيازى. (2016). تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (15)، صص 143-182.
19. العبد الكريم، صفية بنت إبراهيم. (2011). جهود العلاقات العامة في بناء و تحسين الصورة الذهنية للشركات السعودية المساهمة: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية. مجلة العلاقات العامة والإعلان، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، (1)، صص 92-120.
20. عجوة، علي. (2000). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب، مصر.
21. العززي، نهلة نجاح عبد الله رمضان. (2020). العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة فيروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020/3/21 حتى 2020/4/21). مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 3 (38)، صص 462-486.
22. العيسى، أحمد. (2020). دروس اتصالية في إدارة الأزمات. جريدة الرياض، الخميس 24 رجب 1441هـ - 19 مارس 2020م، متاح في <http://www.alriyadh.com/1811282>، 2020/8/25.
23. الفرم، خالد بن فيصل. (2016). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، (14-15)، صص 164-175.
24. كشك، محمد بهجت. (1996). مبادئ الإحصاء واستخداماتها في مجالات الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: دار الطباعة الحرة، مصر.
25. لطيف، هدى. (1997). العلاقات العامة. القاهرة: الشركة العربية للنشر والتوزيع، مصر.
26. محمود، فاطمة الزهراء سالم. (2020). التباعد الاجتماعي وأثاره التربوية في زمن كوفيد 19 المستجد (الكورونا). المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، (75)، صص 1-23، مصر.
27. المزاهرة، منال. (2014). مناهج البحث الإعلامي (ط 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
28. مصطفى، عبد الحكيم خليل. (2009). العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي. مصر: الدار العالمية.
29. المطيري، عبد الرحمن بن نامي. (2020). الاحتراق النفسي لدي ممارسي العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على المنظمات السعودية العامة والخاصة. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (23)، صص 177-224.



مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانيا والجنماع

Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences

www.jalhss.com

Volume (60) November 2020

العدد (60) نوفمبر 2020



30. المعهد الديمقراطي الوطني (NDI). (2020). دليل عملي للسياسيين للتعامل مع جائحة فايروس كورونا المستجد COVID-19 : خطة التعامل مع الأزمة.
31. منظمة الصحة العالمية. (2020). دليل توعوى صحى شامل حول فايروس كورونا ، متاح فى: <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019,25/8/2020>
32. المومني، آيه حسن. (2019). إدراك ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية لمفهوم إدارة الأزمات. رسالة ماجستير ، كلية الإعلام - جامعة اليرموك .
33. ويكيبيديا. (2020). وزارة الصحة السعودية ، متاح فى <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%A9>

References

1. Ahmed, Shazly Awad Abdel-Fadil (2015). The Effectiveness of Public Relations in Developing the Performance of Governmental Institutions: An Analytical Descriptive Study Applied to the Federal Ministry of Information. Master Thesis, College of Communication Sciences, Sudan University of Science and Technology.
2. Atabaqa, Abdullah Muhammad Abdullah. (2020). News frameworks for media handling of the Corona pandemic "19-: Covid" an applied study on the website of the Russia Today satellite news channel. Journal of the College of Arts and Media, College of Arts and Media, University of Misurata, (9), pp. 153-184.
3. Al-Bulthi, Suleiman bin Hamad. (2014): How do we develop public relations departments in government agencies ?, Available at: <http://albuthi.com/blog/755,8/18/2020>
4. Buhaza, Ahmed Yusef Abd al-Latif (2009). The role of public relations in promoting public administrations in the Ministry of Interior through the application of e-government. Master's thesis, College of Arts and Sciences, Al-Ahlia University, Bahrain.
5. Al-Jarallah, Majid bin Abdullah. (2011). Efforts of public relations departments in facing crises: a field study on a sample of private sector companies in the Kingdom of Saudi Arabia. Journal of Public Relations and Advertising, Saudi Society for Public Relations and Advertising, (1), pp. 69-91.
6. Al-Jabarti, Anwar Abdel-Hamid (1992). The health plan approved by the Ministry of Health: and the obstacles to its implementation. Al-Jouba, Abdul Rahman Al-Sudairy Cultural Center, (3), pp. 21-30.
7. Misdemeanor, Ali bin Fayez. (2006). An Introduction to Public and Human Relations. Studies and Research Center, Riyadh: Naif Arab University for Security Sciences Press, Saudi Arabia.
8. Hijab, Muhammad Munir (997). The main approaches to public relations: the administrative portal. Cairo: Dar Al-Fagr for Publishing and Distribution, Egypt.
9. Al-Hasher, Hizam Falah. (2004). Public relations programs and the extent to which they achieve their objectives: a survey of workers in the Public Relations Department headed by the National Guard in Riyadh. Master Thesis, College of Graduate Studies, Naif Arab University for Security Sciences.



10. Al-Jeraisy, Khalid bin Abdul Rahman (2020). Distinguished Saudi efforts in confronting Corona. Available at, <https://www.alarabiya.net/ar/saudi-today/views/2020/03/25,.25/8/2020>
11. Al-Khatlan, Sultan bin Saad bin Muhammad. (2018). Efforts of Public Relations Department in Confronting Crises, "A Field Study." Master Thesis, College of Social Sciences, Naif Arab University for Security Sciences.
12. Saudi Arabia Vision 2030 (2017): Available at: https://www.vision2030.gov.sa/sites/default/files/report/Saudi_Vision2030_EN_2017.pdf,23/8/2020
13. Al Skafi, Faten Ahmed. (2020). The family adapted to home quarantine in the time of the Coronavirus. Generation Human and Social Sciences Journal. Center for the Generation of Scientific Research, (63), pp. 9-30
14. Suleiman, Sherifah, God's Mercy. (2009). The role of communication and public relations in e-government - a case study on the emirate of Dubai. The Emirates Center for Strategic Studies and Research, Abu Dhabi.
15. Shaheen, Iman Saber Sadiq. (2012): The role of public relations in crisis management at the Ministry of Health: a field study. Journal of Scientific Research in Arts, Girls' College of Arts, Sciences and Education, Ain Shams University, 13 (3), pp. 529-556.
16. Saleh, Abdel-Mohy Mahmoud and Abdel-Khaleq, Jalaluddin and Ramadan, Mr. (2000). Public Relations and Media in Social Work. Alexandria: University Knowledge House, Egypt.
17. Saladin, Safaa Muhammad. (2018). The Impact of Public Relations in Private Sector Institutions on Crisis Management (An Empirical Study in the Arab Republic of Egypt). Journal of Middle East Research, (45). Pp. 648-700.
18. Al Saifi, Hassan Niazi. (2016). Adopting social media public relations practitioners in Saudi governmental organizations: a survey study within the unified theory of technology acceptance and use. The Arab Journal of Media and Communication, Saudi Society for Media and Communication, (15), pp. 143-182.
19. Al-Abd al-Karim, Safia bint Ibrahim. (2011). Public relations efforts in building and improving the mental image of Saudi joint stock companies: a field study on a sample of private sector companies in the Kingdom of Saudi Arabia. Journal of Public Relations and Advertising, Saudi Society for Public Relations and Advertising, (1), pp. 92-120.
20. Ajwa, Ali (2000). Public relations between theory and practice. Cairo: World of Books, Egypt.
- 21.
22. Al-Enzi, Nahla Najah Abdullah Ramadan. (2020). Public relations through social media and health crisis management (an analytical study for managing the Covid 19 virus on the Ministry of Health Facebook page for the period from 3/21/2020 until 4/21/2020) Lark Journal of Philosophy, Linguistics and the Social Sciences, 3 (38), pp. 462-486.



23. Al-Issa, Ahmed. (2020). Communication lessons in crisis management. Al-Riyadh Newspaper, Thursday, Rajab 24, 1441 AH - March 19, 2020 CE, available at <http://www.alriyadh.com/1811282>, 25/8/2020.
24. Al-Faram, Khalid bin Faisal. (2016): The use of social media in health awareness of Corona disease: an applied study on medical cities and their government hospitals in Riyadh, Saudi Arabia. The Arab Journal of Media and Communication Research, Al-Ahram Canadian University, (14-15), pp. 164-175.
25. Kishk, Muhammad Bahjat. (1996). Statistics principles and their uses in the fields of social service. Alexandria: The Free Printing House, Egypt.
26. Latif, Hoda. (1997). Public relations. Cairo: Arab Publishing and Distribution Company, Egypt.
27. Mahmoud, Fatima Al Zahraa Salem (2020): Social divergence and its educational effects in the time of the new COVID-19 (Corona) The Journal of Education, Faculty of Education, Sohag University, (75), pp. 1--23, Egypt.
28. Al-Muzirah, Manal. (2014). Media Research Methods (i 1). Amman: House of the March for Publishing, Distribution and Printing.
29. Mustafa, Abdel Hakim Khalil. (2009). Public relations between theoretical concept and practical application. Egypt: International House.
30. Al-Mutairi, Abdul Rahman bin Nami. (2020). Psychological burnout among public relations practitioners: an applied study on public and private Saudi organizations, Arab Journal of Media and Communication, Saudi Society for Media and Communication, (23), pp. 177-224.
31. National Democratic Institute (NDI). (2020). A practical guide for politicians to deal with the emerging coronavirus COVID-19 pandemic: a crisis response plan.
32. World Health Organization (2020). A comprehensive health awareness guide on Coronavirus, available at: <https://www.who.int/en/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>, 25/8/2020
33. Al-Momani, Aya Hassan. (2019). Realization of public relations practitioners in Jordanian ministries of the concept of crisis management. Master Thesis, Faculty of Mass Communication - Yarmouk University.
34. Wikipedia. (2020). Saudi Ministry of Health, available at <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%A9>
35. Ahmad A.R, Murad H.R. (2020). The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. Journal of Medical Internet Research, 22(5), Retrieved <https://www.jmir.org/2020/5/e19556/>
36. American Psychological Association. (2020). Seven crucial research Findings that can help people deal with COVID-19. Published online March 2020, Retrieved 26/8/2020 from: <https://www.apa.org/news/apa/2020/03/covid-19-research-findings>
37. OECD(2020). The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government. Retrieved : <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government-d3e314e1/>