

## الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جائحة كورونا المستجد نموذجاً

الباحث: راشد سعيد الحساني (\*)

إشراف: أ.د. محمود يوسف \*\*

إشراف مشارك: أ.د. أحمد خطاب \*\*\*

### الملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد ردود الأفعال واتجاهات الجمهور، من المواطنين الإماراتيين والمقيمين، نحو الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية بالتطبيق على جائحة كورونا المستجد. وتتبنى الدراسة نظام القياس البعدي للتعرف على مستويات رضا الجمهور عن الأداء الاتصالي ومدى توافر شروط الاتصال المتوازن في اتجاهين في ظل ظروف نموذج جرونج (النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه). وتوظف الدراسة أسلوب المسح بالعينة لمسح آراء واتجاهات عينة قوامها 200 مفردة من المستخدمين للصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية من المواطنين والمقيمين وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق استبيان إلكتروني تم تنفيذه في صيف 2023. وظفت الدراسة منهج المسح لاستطلاع آراء عينة من المبحوثين قوامها 200 مفردة تمثل المواطنين الإماراتيين والمقيمين من الجنسين (ذكور/ إناث) الناضجين والذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 70 عاماً. أوضحت نتائج الدراسة الدور المهم للصفحات الرسمية للتواصل مع الرأي العام أثناء الأزمات والجوائح الصحية.

**الكلمات المفتاحية:** العلاقات العامة، إدارة الأزمات، التواصل الرسمي.

(\*) باحث دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة

\*\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة

## **Communication performance through the official pages of the UAE government and its role in addressing health crises: COVID 19 as an example**

**RASHED SAEED ALI ALHASSANI\***

### **Abstract:**

The problem of the study is to monitor the reactions and trends of the public, both Emirati citizens and residents, towards the communication performance through the official pages of the Emirati government and its role in addressing health crises by applying to the new Corona pandemic. The study employs the sample survey method to survey the opinions and trends of a sample of 200 individuals from users of the official pages of the UAE government, both citizens and residents. The study data was collected through an electronic questionnaire that was implemented in the summer of 2023. The study employed the survey method to survey the opinions of a sample of respondents consisting of 200 individuals representing Emirati citizens. Residents of both sexes (male/female) who are mature and aged between 18 and 70 years. The results of the study demonstrated the important role of official pages to communicate with public opinion during health crises and pandemics.

**Key words:** Public relations, crisis management, official communication.

---

\* PHD Researcher at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

## مقدمة:

واجه العالم خلال الأشهر الأولى من عام 2020 جائحة انتشرت عبر العالم أصطلح على تسميتها بجائحة فيروس كورونا المستجد. أجبرت هذه الجائحة معظم دول العالم الإنغلاق على نفسها، ومن ذلك تطبيق الحجر المنزلي وحظر الانتقال وإيقاف مظاهر الحياة الطبيعية التي اعتادها الأفراد، مما خلق أزمة حقيقية تسببت في تقليل أعداد العاملين في كافة القطاعات ومعظم مناحي العيش التي كنا نعتقد أنها أشكالاً حتمية للحياة. نتيجة لذلك أعيد توجيه علاقة المواطنين في كل الدول بحكوماتهم، بالعالم الخارجي، بل وحتى مع بعضهم البعض. لذلك قام العديد من المراقبين بتوقع تغييرات سوف تظهر إلى السطح في السنوات القادمة<sup>(1)</sup>.

ومنذ اندلاع أزمة فيروس كورونا، تباينت الرؤى حول الأدوار التي قامت بها كل من وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام في التعامل مع الأزمة، إذ بينما رأى البعض أن وسائل التواصل الاجتماعي نشرت الكثير من الشائعات والمعلومات الخاطئة، وأن أدائها المهني لم يصب في صالح نقل المعلومات الصحيحة ونشر التوعية والتوجيه والإرشاد، رأى البعض الآخر أن وسائل الإعلام التقليدية نجحت في نقل صورة أكثر دقة عن الفيروس للجمهور. ولكن على أية حال فقد أوضحت العديد من البحوث والدراسات أن اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كان أكثر من اعتماده على وسائل الإعلام التقليدي في الحصول على معلومات عن الفيروس، وهو أمر كان له خطورة بالغة لما تتصف به المعلومات المنشورة عبر هذه الوسائل من عدم الدقة والموثوقية<sup>(2)</sup>.

وقد أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي واتساع وسهولة استخدامها إلى تسارع تدفق المعلومات، كما أدت طبيعة الاتصال التفاعلي إلى ظهور إمكانيات الاستخدام السلبي، خاصة في نشر وتداول الشائعات، والتي أشارت العديد من الدراسات إلى آثارها السلبية على الفرد والمجتمع<sup>(3)</sup>.

وكان واجباً على الحكومات أن تولى عناية خاصة بالتواصل مع المواطنين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بإطلاق صفحات رسمية تتوافر فيها شروط الاتصال التفاعلي لإمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والموثوقة بعيداً عن الشائعات التي تؤثر على الحالة النفسية والاجتماعية وربما تزيد من الشعور بالخوف وتصيب بحالات الهلع لدى المواطنين<sup>(4)</sup>.

وتصبح مصداقية الإعلام الرسمي نقطة جوهرية في هذا المضمار بالنظر لضرورته وأهميته وقت الأزمات، لذا تسعى الحكومة الإماراتية إلى التأكد من رضا المواطنين والمقيمين عن عمليات التواصل الحكومي الرسمي وتحقيق أقصى كفاءة لعمليات التواصل التفاعلي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والرقمي لتحقيق أقصى درجات الفهم المتبادل والتعاون ومواجهة الشائعات والتصدي للأزمات والكوارث وكان منها أزمة فيروس كورونا المستجد.

## مؤشرات في مسار مواجهة دولة الإمارات لجائحة كورونا:

تميزت الإمارات منذ بداية جائحة كورونا بتبني إجراءات استثنائية سخرت فيها كافة الموارد والأدوات اللازمة لتخطي المرحلة الأصعب، حيث سارعت إلى إطلاق برنامج التعقيم

الوطني وتطبيق نظامي التعليم عن بعد والعمل عن بعد، كما كانت من أوائل الدول التي استخدمت العلاجات المبتكرة للمصابين بالفيروس مثل علاج الخلايا الجذعية، فضلا عن بناء أكبر مختبر بالعالم لفحوصات كورونا المستجد خارج الصين، وغيرها الكثير من الإجراءات الاحترازية في كافة المجالات والتي أسهمت بشكل كبير في الحد من انتشار الفيروس.

بالإضافة إلى جهود الدعم الحكومي المباشر الذي قدمته دولة الإمارات للتصدي لوباء كورونا المستجد، وبالإضافة إلى تكاليف الوقاية والعلاج والدعم للدول المتضررة، فقد اتجهت الحكومة إلى فتح مسار للعمل التطوعي ولاستثمار وتعظيم جهود مؤسسات المجتمع المدني. ففي 25 مارس 2020، أطلقت دولة الإمارات "صندوق الإمارات وطن الإنسانية" بهدف توحيد الجهود الوطنية للتصدي لوباء فيروس كورونا (كوفيد-19)، وتجسيد مضامين التلاحم المجتمعي الذي يسود مجتمع الدولة. يتيح الصندوق للأفراد والمؤسسات تقديم مساهماتهم المادية والعينية، إضافة إلى المساهمات الأخرى المتمثلة في المباني والمرافق الحيوية والسيارات ووسائل الدعم اللوجستي وذلك عبر مراكز الهلال الأحمر في الدولة، والجمعيات الخيرية الأخرى. كانت هذه المبادرة ثمرة التنسيق والتعاون بين كل من الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، والهلال الأحمر الإماراتي، والمنظمات والهيئات الإنسانية والجمعيات الخيرية في دولة الإمارات.

وفي إطار إنجاح المساهمة المجتمعية في مكافحة فيروس كورونا المستجد، "كوفيد 19" وتمكين الأفراد والمؤسسات من توجيه تبرعاتهم إلى وجهتها الصحيحة عبر قنوات محددة تخدم في الحد من التداعيات الصحية والإنسانية والاقتصادية والاجتماعية لهذه الأزمة، أطلقت دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري بدبي "صندوق التضامن المجتمعي ضد كوفيد-19"، وذلك بالتنسيق مع الجمعيات والمؤسسات الخيرية وأفراد المجتمع

كما سارعت الحكومة الإماراتية، ضمن جهودها للتصدي لجائحة كورونا، من خلال تعظيم جهود الدعم المجتمعي، إلى إنشاء برنامج "معاً نحن بخير" لإعطاء المجتمع فرصة للمشاركة في جهود حكومة أبوظبي في التصدي للتحديات الصحية والاقتصادية المرتبطة بأزمة كوفيد-19. يجمع البرنامج الذي أطلقته هيئة المساهمات المجتمعية - معاً كافة فئات المجتمع بما فيها الأفراد والشركات للتطوع بالمساهمات المالية والعينية وتقديم الدعم للمجتمع. خصصت عوائد البرنامج المالية والعينية والتطوعية على الأولويات، وبالتنسيق مع الشركاء المعنيين للمعونات المجتمعية والطبية والغذائية والتعليمية.

وحصدت الإمارات المركز الأول في العديد من المؤشرات الخاصة بالتعامل مع فيروس كورونا المستجد، بدءاً من مرحلة التصدي وصولاً إلى مرحلة التعافي وتخطي التداعيات الصحية والاقتصادية والاجتماعية للفيروس.

وحققت دولة الإمارات العديد من الأرقام القياسية في التصدي لانتشار وباء كورونا المستجد، فقد احتلت الإمارات المرتبة الأولى عالمياً في توزيع الجرعات اليومية خلال 7 أيام فقط في الفترة ما بين 12 إلى 18 يناير 2021، وذلك بمعدل 1,16 جرعة لكل 100 شخص كما جاءت الإمارات في المرتبة الخامسة على مستوى العالم في توفر جرعات اللقاح. وبالنسبة لعدد الفحوصات فقد نجحت دولة الإمارات في أن تكون أول دولة على مستوى العالم يتخطى

فيها عدد الفحوصات الخاصة بفيروس كورونا المستجد عدد السكان الفعليين حيث تخطت الإمارات في 6 أكتوبر 2020 حاجز 10 ملايين فحص منذ بدء الجائحة، لتصبح أول دولة في العالم يتخطى فيها عدد الفحوصات عدد السكان وذلك بالنسبة للدول التي يتجاوز عدد سكانها مليون نسمة.

كما حققت دولة الإمارات في يوليو 2020 إنجازاً بارزاً، ضمن جهودها المتواصلة للحد من انتشار الفيروس وذلك بعد التطبيق العملي الناجح لاستخدام الكلاب البوليسية في مطارات الدولة للكشف عن مصابين محتملين بفيروس كورونا المستجد، لتكون بذلك الدولة الأولى عالمياً التي تنجح في التطبيق الفعلي لهذه التجربة العلمية. كما تصدرت الإمارات دول منطقة الشرق الأوسط، في قائمة أفضل تعامل لقيادة الدول خلال أزمة فيروس كورونا المستجد العالمية، وذلك وفق استبيان للمؤشر العالمي للقوة الناعمة، الذي أصدرته "براند فايننس" من بريطانيا.

وتعد الإمارات الدولة الأولى في منطقة الشرق الأوسط والخامسة عالمياً التي طبقت اختبار فيروس كورونا من داخل المركبة والذي يتم إجراؤه عبر مراكز موزعة في جميع إمارات الدولة وبزمن قياسي لا يتجاوز 5 دقائق.

وقد انعكست كل تلك المؤشرات إيجابياً على رضا الجمهور وجاءت الإمارات في المركز الأول شرق أوسطياً والثالث عالمياً من حيث رضا الجمهور عن الإجراءات والتدابير التي اتخذتها الحكومة فيما يتعلق بمكافحة الوباء، وذلك وفقاً لتقرير أصدرته "مؤسسة تولونا الدولية" لمسح المستهلكين في يونيو 2021.

وتستمر الحكومة الإماراتية من خلال دعم الجهود الوقائية للتصدي لمثل هذه الأزمات المحتملة في المستقبل بتوظيف التكنولوجيا الحديثة وأدوات الاستشعار فائقة الدقة وكذلك توظيف الذكاء الاصطناعي للحد من فرص حدوث الأزمات السيطرة عليها إلى أقصى درجة وتحويلها من تهديد إلى فرص للنجاح.

#### مشكلة الدراسة:

وثقت الحكومة الإماراتية عبر موقعها الرسمي العديد من الإجراءات وتجارب النجاح التي حققتها في التصدي لجائحة كوفيد-19 تضمنت التدابير التي اتخذتها لمواجهة كوفيد-19 منذ مارس 2020، والجهود الحكومية لاحتواء الفيروس والحد من انتشاره، وضمان استمرارية الخدمات الحكومية، والأعمال، والتعليم، وغيرها من القطاعات الحيوية في الدولة.

وبالنظر لكل ما سبق، فقد برزت الحاجة إلى تقييم تلك الجهود والأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد من واقع إدراك المواطنين والمقيمين داخل دولة الإمارات. لذا تتمثل مشكلة الدراسة في رصد ردود الأفعال واتجاهات الجمهور، من المواطنين الإماراتيين والمقيمين، نحو الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية بالتطبيق على جانحة كورونا المستجد. والدراسة تتبنى وجهة نظر الجمهور من المستفيدين وتقييمهم للجهود الاتصالية الحكومية على موقع تويتر عبر صفحات: مجلس الوزراء، وزارة الداخلية الإماراتية، وزارة الصحة ووقاية المجتمع، والهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، ومؤسسة الإمارات للخدمات الصحية. وتتبنى الدراسة نظام القياس البعدي للتعرف على مستويات رضا

الجمهور عن الأداء الاتصالي ومدى توافر شروط الاتصال المتوازن في اتجاهين في ظل طروحات نموذج جرونج (النموذج المتوازن ثنائي الإتجاه). وتوظف الدراسة أسلوب المسح بالعينة لمسح آراء واتجاهات عينة قوامها 200 مفردة من المستخدمين للصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية من المواطنين والمقيمين وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق استبيان إلكتروني تم تنفيذه في صيف 2023.

#### أهداف الدراسة:

- 1) التعرف على مستويات اعتماد الجمهور داخل الإمارات على شبكات التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات أثناء الأزمات واتجاههم نحو أدائها بالتطبيق على أزمة فيروس كورونا المستجد.
- 2) التعرف على دوافع اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
- 3) قياس مستويات رضا الجمهور عن الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد.
- 4) تقييم مصداقية الرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا ومستويات ثقة الجمهور في الرسائل وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي أثناء الأزمة.
- 5) التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للحكومات في نشر ثقافة الإلتزام والتأقلم المرتبطة بجائحة كورونا.
- 6) الخروج بمؤشرات تفيد في تخطيط برامج التصدي للأزمات الصحية الناجمة عن انتشار الأوبئة والجوائح لرسم سيناريوهات مستقبلية للتصدي لها.

#### الدراسات السابقة:

تزايد إلى حد كبير وملحوظ البحوث والدراسات التي تتبعت الآثار السلبية للجوائح الصحية وكيفية الوقاية منها. وركزت الدراسات بشكل أساسي وجوهري على الجهود الوقائية وكفاءة عمليات الاتصال من خلال التوعية ونشر المعلومات على نطاق واسع. وتعتبر جائحة كوفيد 19 فرصة مناسبة وواضحة تمثل ديناميكية انتشار وتعدد أبعاد الأزمات الصحية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية الممتدة، لذا فقد اهتم قطاع عريض من البحوث والدراسات بتقييم تلك الأزمة الصحية من خلال تتبع مراحلها المختلفة. وما يهمننا داخل هذا القطاع العريض من الدراسات كفاءة توظيف الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعالجة أزمة جائحة كوفيد 19 والتعرف على أبرز الاستراتيجيات المستخدمة في هذا الشأن وتأثيراتها على معارف واتجاهات وسلوك المستخدمين، ما يشكل حالة من التوازن لتفادي الأضرار السلبية للأزمات والكوارث. استهدفت دراسة خالد الحميدى وآخرون<sup>(5)</sup> (2020) التعرف على درجة اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد. استخدمت الدراسة عينة متاحة قوامها 1031 من المواطنين الكويتيين، منهم 471 ذكراً، و 560 إناثاً، تتراوح أعمارهم بين 15-75 عاماً، وبمتوسط عمر بلغ 34,73 عاماً. وظفت الدراسة استبانة إلكترونية، احتوت على 5 محاور متعلقة بالبيانات الشخصية، ومقياس كثافة الاستخدام

لوسائل الإعلام، ومقياس متابعة الأخبار، ومقياس دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام، ومقياس التأثيرات الناتجة من الاعتماد على وسائل الإعلام. وقد تم الاعتماد على الإحصاء الوصفي والاستدلالي بتطبيق اختبار "ت" واختبار "ف" واختبار "شيفيه"، واختبار معامل الارتباط "بيرسوم" واختبار معامل الإنحدار المتعدد. أظهرت نتائج الدراسة عمق حاجة الجمهور للاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والأخبار الحديثة خاصة أثناء الأزمات. وأوضحت النتائج أن معد استخدام الجمهور الكويتي اليومي لوسائل الإعلام الحديثة كان أعلى من معدل استخدام وسائل الإعلام التقليدية.

وتتسق نتائج الدراسة السابقة مع نتائج دراسة إيمان عصام<sup>(6)</sup> (2020) حيث استهدفت الدراسة تحديد وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري في متابعة مستجدات انتشار جائحة كوفيد-19 في مصر، ورصد وتوصيف التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد. واعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على 400 مفردة من أفراد الجمهور المصري من مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية. أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة بين اتجاهات الباحثين نحو دور الدولة المصرية في إدارة أزمة انتشار وباء كورونا المستجد وكل من الاعتماد على وسائل الإعلام المصرية والثقة فيها. وتعتبر مصادقية وسائل الإعلام عنصر جوهرى وحاسم يتعلق بالحالة النفسية والتوافق المجتمعي فترة الأزمات من أجل توحيد الجهود للتصدي والمواجهة التي تتطلب حالة من الالتزام والإجماع.

وركزت دراسة نصر الدين<sup>(7)</sup> (2021) على الأساليب التي استخدمتها إدارات العلاقات العامة في توظيف وسائل التواصل الإجتماعي أثناء جائحة كورونا، مع توضيح نوعية اللغة الإعلامية المستخدمة على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة السودانية على فيس بوك، ونوعية الأساليب الإقناعية التي استخدمتها العلاقات العامة، مع التعرف على أكثر استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة أثناء الجائحة. وظفت الدراسة تحليل المضمون لتحليل محتوى صفحة الفيس بوك الرسمية الخاصة بوزارة الصحة السودانية وذلك خلال الفترة من 2021/2/1 وحتى 2021/4/30. خلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج تتعلق بتركيز الصفحة الرسمية على الأرقام والإحصائيات وتوظيف الأساليب الإقناعية العقلية.

وسعت دراسة رياز وآخرون<sup>(8)</sup> Riaz et al (2023) إلى تقييم التنبؤات والعواقب المترتبة على سلوك البحث عن المعلومات الصحية الخاطئة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد-19. وظفت الدراسة النظرية المعرفية الاجتماعية، واستهدفت التحقق في التنبؤات والعواقب المحتملة لسلوك البحث عن المعلومات الصحية الخاطئة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة فيروس كورونا باستخدام عينة مكونة من 230 طالبًا دوليًا يدرسون في جامعة ووهان وجامعة بكين للغات والثقافة في الصين، واستخدمت الدراسة نمذجة المعادلات الهيكلية لتحليل البيانات المجمع. أشارت النتائج إلى أن العوامل الشخصية مثل نقص المعرفة بالمعلومات الصحية، والعوامل البيئية، وحمل المعلومات الزائد وتأثير الأقران في وسائل التواصل الاجتماعي، لها تأثير كبير على السلوك، أي سلوك البحث عن المعلومات الصحية المضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والذي يؤثر بشكل أكبر على

النتائج، وتحديدًا شعور مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالقلق خلال جائحة كوفيد-19، بالإضافة إلى ذلك، فإن نقص المعرفة بالمعلومات الصحية وتأثير الأقران في وسائل التواصل الاجتماعي لهما تأثيرات كبيرة ومباشرة على قلق مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، فإن التأثير المباشر للحمل الزائد للمعلومات على قلق مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي غير مهم.

واهتمت دراسة تيان وآخرون<sup>(9)</sup> Tian et al (2023) بفحص كيفية استخدام المستشفيات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي لتوصيل معلومات المخاطر حول فيروس كورونا (COVID-19) إلى المجتمعات التي تخدمها، وكيف تطورت رسائل وسائل التواصل الاجتماعي للمستشفيات (المحتوى الذي تنتجه الشركة واستجابات مجتمعها المحلي-المحتوى الذي ينشئه المستخدم) مع تطور تفشي مرض كوفيد-19. قدمت هذه الدراسة إطارًا لتحليلات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالرعاية الصحية، من خلال فحص 68,136 تغريدة منشورة في الفترة من نوفمبر 2019 إلى نوفمبر 2020 من مجموعة متنوعة جغرافيًا مكونة من عشرة مستشفيات رائدة على وسائل التواصل الاجتماعي حول كوفيد-19 واستجابات الجمهور باستخدام تقنيات تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي ونموذج الاعتقاد الصحي. أظهرت نتائج الدراسة ارتباطات بين بعض متغيرات الاعتقادات الصحية وتطور تفشي كوفيد-19، وتوفر النتائج رؤية قابلة للتنفيذ للمستشفيات فيما يتعلق بالإبلاغ عن المخاطر واتخاذ القرار والتوعية بالوباء وحملات التثقيف واستراتيجية رسائل وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الوباء ومساعدة الجمهور على أن يكون أكثر استعدادًا للبحث عن المعلومات في حالة الأوبئة المستقبلية.

وركزت دراسة يادف وسجر<sup>(10)</sup> Yadav & Sagar (2023) على حالة التردد في تلقي لقاحات كورونا وأثر عملية الاتصال الإلكتروني في ذلك، حيث تمتلك الهند أكبر عدد من المستخدمين النشطين على منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة تويتر. وكان الغرض من هذه الدراسة هو فحص المشاعر العامة بشأن لقاحات كوفيد-19 والسلوك المناسب لكوفيد (CAB) من خلال التنقيب في النصوص (نمذجة الموضوع) وتحليل الشبكات المدعومة بالنمذجة المواضيعية. تم توظيف مجموعة بيانات عينة مكونة من 115000 تغريدة من منصة تويتر لفحص تصور التطعيم ضد كوفيد-19 و CAB من يناير 2021 إلى أغسطس 2021. وطبق البحث خوارزمية التعلم الآلي وتحليل الشبكة لاستخراج الأنماط المخفية والكامنة في المواقع غير الرسمية لتحديد المواضيع الأكثر انتشاراً، تمت صياغة نموذج تضخيم التردد بشأن لقاح كوفيد-19، والذي تضمن خمسة مواضيع رئيسية بناءً على عينة من البيانات الكبيرة من وسائل التواصل الاجتماعي. وكانت المواضيع المحددة هي: التكيف مع وسائل التواصل الاجتماعي، والافتقار إلى آلية توفير المعرفة، وتصور تدابير سلامة اللقاحات، وقدرة البنية التحتية للرعاية الصحية والخوف من فيروس كورونا (رهاب الكورونا). تساعد نتائج الدراسة استراتيجي الاتصال وأصحاب المصلحة على تصميم استراتيجيات اتصال فعالة باستخدام المنصات الرقمية، حيث كشفت الدراسة عن موضوعات CAB كما هو الحال مع قضايا ارتداء الواقي التنفسي وقضايا التوظيف كمواضيع ذات صلة تمت مناقشتها على القنوات الرقمية.



سعت دراسة لى وتشوى<sup>(11)</sup> Lee & Choi (2024) إلى بحث سبل إنشاء حلقة معلومات مفرغة قوامها الثقة والتعرض وتجنب الفهم الخاطئ في ديناميكيات المعلومات عبر الإنترنت أثناء الأزمات الصحية بالتطبيق على جائحة كوفيد 19. أوضحت الدراسة أن المفاهيم الخاطئة تعيق القدرة على الاستجابة بفعالية للأزمات الصحية مثل فيروس كورونا (كوفيد 19)، وتمثل الهدف في دراسة التأثيرات الديناميكية بين التعرض للمعلومات والثقة في المعلومات والتصورات الخاطئة خلال المرحلة المبكرة من الجائحة، وتم التركيز على التأثير النسبي للتعرض للمعلومات المتعلقة بـ COVID-19 عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقابل التواصل بين الأشخاص خارج الإنترنت. أجرت الدراسة مسحاً وطنياً على عينتين من البالغين في الولايات المتحدة في مايو ويونيو من عام 2020 بفواصل زمني مدته أسبوعين، وقامت شركة استطلاعات محترفة بتجنيد المشاركين، وشارك 911 و679 مشاركاً في مسح الموجة الأولى والثانية للجائحة. أظهرت نتائج الدراسة أن الأفراد الذين يتعرضون للمعلومات المتعلقة بـ COVID-19 عبر وسائل التواصل الاجتماعي من المرجح أن يكون لديهم تصورات خاطئة متزايدة، في المقابل، لم يحدث التعرض للمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا خارج الإنترنت أي آثار على المفاهيم الخاطئة. وارتبط التعرض للمعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي بالثقة في تلك المعلومات، الأمر الذي ساهم بدوره في زيادة المفاهيم الخاطئة. ومن خلال فحص تأثيرات التصور الخاطئ، وجد أن التصورات الخاطئة تزيد من احتمالية تعرض الأفراد للمعلومات المتعلقة بكوفيد-19 على وسائل التواصل الاجتماعي والثقة فيها. وفرت النتائج رؤى قيمة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة تزدهر فيها الدورة الضارة للاتصال، وتشكل تكوين المفاهيم الخاطئة وتزرع الاعتماد المتزايد بين الأفراد الذين لديهم تصورات خاطئة مرتفعة.

اهتمت دراسة لو وآخرون<sup>(12)</sup> Lu et al (2024) ببحث وتحليل تأثير بيئة الاتصال الرقمي أثناء أزمة كورونا، وأوضحت أنه خلال جائحة مرض فيروس كورونا 2019، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في كل مكان قناة أساسية لنشر المعلومات والتفاعلات الاجتماعية والأنشطة الترفيهية، ومع ذلك، لا يزال من غير الواضح كيف يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الوقائي من خلال وسائل الطب والعلاج البديل للأفراد في الاستجابة للوباء. استهدفت الدراسة استكشاف تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات الوقائية لفيروس كوفيد-19. في هذه الدراسة، تم جمع بيانات المسح من 739 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الصين لإجراء تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM). أشارت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمكن الأفراد من حيث البحث عن المعرفة وتقاسمها والتواصل الاجتماعي والترفيه لتعزيز السلوكيات الوقائية على المستوى الفردي من خلال زيادة تصور كل شخص للفعالية الجماعية والتماسك الاجتماعي، وفي الوقت نفسه، يؤثر التماسك الاجتماعي سلباً على العلاقة بين الفعالية الجماعية والسلوك الوقائي الفردي.

ويضاف إلى الدراسات السابقة قطاع عريض من الدراسات التي تصدت لبحث الأداء الاتصالي أثناء الأزمات ومنها دراسة Goldgruber et al<sup>(13)</sup>، ودراسة Steensen et al<sup>(14)</sup>، ودراسة Hvass<sup>(15)</sup>، ودراسة Akinwale<sup>(16)</sup> التي ركزت على الأداء الاتصالي لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد في نيجيريا. وسعت دراسة توربان وآخرون<sup>(17)</sup> Torpan et al (2023) إلى وضع خطوط إرشادية لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، كما سعت دراسة تينان وآخرون<sup>(18)</sup> Tian et al (2022) إلى تطبيق تحليلات أكثر عمقاً في هذا الشأن. لذا وفرت الدراسات والبحوث السابقة قطاعاً عريضاً من المعالجات للأزمات والكوارث بتطبيق العديد من النماذج والمداخل النظرية وكذلك مناهج البحث المختلفة.

**الإطار النظري للدراسة:**

حدد جورنيج Gronig أربعة نماذج للعلاقات العامة تمثل فلسفة عملها داخل المؤسسات بالنظر لمستويات العناية والاهتمام بمراعاة التوازن وتحقيق شروط التبادلية والتفاعل الذي يحقق الفهم المشترك بين المؤسسة وجمهورها النوعية المختلفة بالأسلوب المناسب. وبالرغم من بروز شواهد ومواصفات تلك النماذج الأربعة خلال فترات زمنية مختلفة، إلا أنها مازالت توظف وتحكم عمل العلاقات العامة داخل المؤسسات بمستويات وأشكال مختلفة. وكان نموذج المؤسسة الصحفية أول النماذج التي ظهرت في تاريخ العلاقات العامة في نهايات القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية لتحقيق أهداف ذات طبيعة دعائية في المقام الأول لضبط سلوك الجماهير حيث يتميز هذا النموذج بالتدفق الأحادي الاتجاه (من المؤسسة إلى الجماهير فقط).

وتقريباً في بدايات القرن العشرين ظهرت ملامح نموذج مختلف أطلق عليه نموذج الإعلام العام Public information تمثلت فلسفته الرئيسية في الاهتمام بنشر المعلومات بهدف تحسين سمعة المؤسسة في المقام الأول عن طريق توظيف أساليب الإقناع بالاستفادة من نتائج العلوم الاجتماعية والنفسية. وبالرغم من أحادية هذا النموذج إلا أنه يتيح فرصة لرجع الصدى والتغذية المرتدة من الجمهور للمؤسسة ولكن بهدف دعم تأثير الاتصال لتحقيق الأهداف الدعائية. وهنا يبرز الاهتمام بعمليات تشكيل وتغيير الاتجاهات والآراء وبناء سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية الإيجابية باستخدام العلوم والبحوث لدعم فعالية جهود العلاقات العامة في هذا الاتجاه. ويعظم نموذج الإعلام العام مصلحة المؤسسة من خلال انتقاء معلومات معينة والسماح بتمريرها عبر وسائل الإعلام دون غيرها بتوظيف صحفيين للقيام بهذا الدور.

وسرعان ما ظهر النموذج غير المتماثل في اتجاهين Two-way asymmetrical في بداية العشرينات الثالثة في القرن العشرين، حيث تسعى المؤسسة طبقاً لهذا النموذج إلى تحقيق مصلحتها أيضاً من خلال الإقناع باستخدام الاتصال لإدارة استجابة الجمهور نحو المؤسسة. ويتنافى هذا النموذج مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لأن المؤسسة، طبقاً لهذا النموذج، تفترض بالخطأ أن نفع الجمهور سوف يتحقق تلقائياً بالتعاون معها من خلال تفهم سياساتها وأهدافها. إن غياب التوازن الذي يعاني منه هذا النموذج يعود إلى توقع تقبل

الجمهور دائماً كل ما يصدر عن المؤسسة وكل ما تقدمه من منتجات بغض النظر عما قد يسببه نشاط المؤسسة من مضار أو مشكلات للجمهور<sup>(19)</sup>.

ولتحقيق مزيد من التوازن في العلاقة بين المؤسسة و جماهيرها ظهر النموذج المتوازن في اتجاهين Two-way symmetrical حيث تسعى المؤسسة من خلال هذا النموذج إلى مراعاة المصلحة التبادلية للمؤسسة والجمهور. ويتم توظيف البحوث والدراسات في هذا النموذج لتنفيذ برامج ترضى جميع الأطراف من خلال حوار موضوعي لبناء علاقات وطيدة عن طريق الإقناع الذي يحقق المصلحة المشتركة. ويعتبر الفهم "المشترك" الذي يعمل ممارس العلاقات العامة على تحقيقه بين المؤسسة و جماهيرها بتبني ممارسات محايدة حتى يعمل على أفضل نحو إذا كانت هناك حاجة للتغيير للاستجابة لمطالب الجماهير وتحقيق مصلحتهم ومن هنا تبرز طبيعة الموضوعية في إدارة وممارسة الأعمال.

وفي وقت الأزمات والجوائح والأوبئة تبرز أهمية العمل بتوازن لتحقيق أهداف التفاهم والإجماع لمواجهة الظروف الصعبة التي تمر بها المجتمعات. كما تحتاج الحكومات إلى دعم عمليات التوعية والحفاظ على المجتمع من خطر الشائعات التي تنال من الحالة والنفسية للأفراد بتفشي حالة من الهلع يمكن بسهولة أن تهدد الاستقرار الاجتماعي. كما تحتاج الحكومات وقت الأزمات أيضاً إلى دعم العمل التطوعي وجهود مؤسسات المجتمع المدني وتعاون المواطنين والمقيمين لعبور حالة الأزمة وتحويلها من تهديد إلى فرصة للتعاون الإنجاز. والمصلحة المشتركة هي بوصلة العلاقات العامة وكافة جهود الاتصال الحكومي في هذا الشأن، لذا تبرز أهمية تبني النموذج المتوازن في اتجاهين لتحقيق كل هذه الأهداف.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1) ما مستويات ودوافع اعتماد الجمهور داخل الإمارات على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؟
- 2) ما اتجاه الجمهور نحو الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد؟
- 3) ما هو مستوى مصداقية الرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي أثناء الأزمة؟
- 4) إلى أي مدى تلعب وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للحكومات دوراً في نشر ثقافة الالتزام والتأقلم المرتبطة بجائحة كورونا؟

#### الإطار المنهجي للدراسة:

الدراسة من نوعية البحوث الوصفية، التي تسعى إلى رصد طبيعة ممارسات العلاقات العامة الواضحة في سمات الجهود الاتصالية التي تعكس منطوق إدارتها للأزمات بالتطبيق على أزمة جائحة فيروس كورونا المستجد الذي اجتاحت العالم في سرعة قياسية. كما أن الدراسة ضمن البحوث التي تسعى إلى تقييم الاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومن خلال الصفحات الرسمية للوزارات والهيئات الحكومية مع قطاعات مختلفة من جمهور المواطنين الإماراتيين والمقيمين أثناء الأزمة. لذا توظف الدراسة منهج المسح لاستطلاع آراء عينة من المبحوثين قوامها 200 مفردة تمثل المواطنين الإماراتيين والمقيمين من

الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جانحة كورونا  
المستجد نموذجاً

الجنسين (ذكور/ إناث) الناضجين والذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 70 عاماً ولهم حسابات نشطة على موقع تويتر للتواصل الاجتماعي. وتمثلت أداة جمع بيانات الدراسة في استمارة الاستبيان التي تم جمع بياناتها إلكترونياً بالتوجه للمستخدمين من أصحاب الحسابات النشطة على موقع تويتر وينغمسون في متابعة الأخبار عبر قنوات التواصل الحكومي على مواقع التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للوزارات والهيئات والجهات الرسمية. وتضمن الاستبيان عدد من الأسئلة التي تغطي مجموعة من البنود هي: (1) مستويات ودوافع اعتماد الجمهور داخل الإمارات على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد، (2) اتجاه الجمهور نحو أداء وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد، (3) مستويات رضا الجمهور عن الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد، (4) مصداقية الرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا ومستويات ثقة الجمهور في الرسائل وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي أثناء الأزمة، (5) إدراك الجمهور إلى أي مدى تلعب وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للحكومات دوراً في نشر ثقافة الإلتزام والتأقلم أثناء الأزمات.

جدول رقم (1)

الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة (ن=200)

المعيار الديمجرافى	ن	%
النوع		
ذكور	112	56
إناث	88	44
السن		
24-18	22	11
34-25	42	21
44-35	61	30,5
54-45	52	26
64-55	16	8
65 فأكثر	7	3,5
مستوى التعليم		
متوسط أو أقل	49	24,5
تعليم جامعى	129	64,5
تعليم فوق الجامعى	22	11
سنوات استخدام تويتر (X)		
من 3-1 عام	12	6
من 6-4 عام	42	21
من 10-6 عام	80	40
أكثر من 10 أعوام	66	33
معدل استخدام تويتر أثناء الأزمة		
غير منتظم/ متقطع	6	3
يومياً أقل من ساعة	32	16
يومياً من 1 إلى 2 ساعة	65	32,5
أكثر من ساعتين يومياً	97	48,5

الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جانحة كورونا  
المستجد نموذجا

ويضاف للجدول السابق، ضمن بيانات العينة، أن النصف تقريباً (103 مبحوث) كان من المواطنين الإماراتيين، والعدد الباقي (97 مبحوث) كان من المقيمين من جنسيات مختلفة عربية وأجنبية. ويلاحظ من بيانات الجدول أن المبحوثين من عينة الدراسة كانوا يستخدمون موقع تويتر بكافة نسبية أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد.

**اعتماد الجمهور داخل الإمارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد:**

يقدم هذا المحور مستويات ودوافع اعتماد الجمهور داخل الإمارات (مواطنون ومقيمون) على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

يعرض الجدول رقم (2) معدل اعتماد الجمهور في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ومعدلات ومستويات الأهمية التي منحها المبحوثون لكل مجموعة من الوسائل.

**جدول رقم (2)**  
**الوسائل التي اعتمدها الجمهور أثناء أزمة كورونا**

الوسائل الإعلامية	المتوسط	معدل الأهمية	مستوى الأهمية
القنوات التلفزيونية	3,7	0,653	متوسط - مرتفع
محطات الراديو	1,781	0,496	متوسط
الصحف	2,63	0,512	متوسط
المواقع الإلكترونية	3,77	0,786	مرتفع
وسائل التواصل الاجتماعي	4,6	0,953	مرتفع
المصادر الشخصية	3,1	0,444	متوسط - ضعيف

ويزيد على البيانات التي يلخصها الجدول السابق أن المبحوثون قد اعتمدوا على القنوات التلفزيونية بمعدلات متوسطة إلى مرتفعة نسبياً إلا أن الأهمية النسبية التي منحوها كانت للقنوات التلفزيونية الإماراتية (3,98 – 0,722) مقابل القنوات الفضائية الإخبارية (2,68 – 0,525). كما اعتمد المبحوثون على محطات الراديو بمعدلات متوسطة تقريباً إلا أن الأهمية النسبية التي منحوها كانت للمحطات الرسمية الإماراتية (2,18 – 0,566) مقابل محطات الراديو العربية (1,21 – 0,305). والأمر ينطبق تقريباً في حالة الصحف، حيث زادت مستويات الاعتماد والأهمية الممنوحة للصحف الإماراتية مقارنة بالصحف العربية والأجنبية.

والملاحظ في الجدول السابق، أنه بمقارنة مستويات اعتماد الجمهور والأهمية التي منحها لوسائل الإعلام أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد أن وسائل الإعلام الجديدة (مواقع إعلامية، ومواقع تواصل اجتماعي) قد تفوقت مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فقد كان متوسط الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي 4,6 وكانت الأهمية النسبية التي منحها المبحوثون لتلك الوسائل 0,953 وهي أهمية مرتفعة بدرجة ملحوظة مقارنة بالنسب التي تحققت للوسائل التقليدية. وكان موقع X (تويتر سابقاً) في صدارة وسائل التواصل

الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جانحة كورونا  
المستجد نموذجاً

الإجماعي التي تم الإعتماد عليها بالنظر لمستويات الاستخدام والأهمية الممنوحة له من جانب المبحوثين. وفيما يتعلق بدوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية فيلخصها الجدول رقم (3) الذي يوضح مدى استفادة الجمهور من المعلومات التي تعرضها تلك الوسائل حول جوانب الأزمة.

### جدول رقم (3) دوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية أثناء أزمة كورونا

دوافع الإعتماد على وسائل الإعلام التقليدية	المتوسط	معدل الأهمية	مستوى الأهمية
التعرف على خصائص وطبيعة فيروس كورونا.	4,6	0,753	مرتفع
معرفة أسباب وطرق انتقال الفيروس.	4,7	0,696	متوسط - مرتفع
معرفة أعراض الإصابة بالفيروس ومضاعفاته.	4,8	0,832	مرتفع
التوعية بالإجراءات الاحترازية ومراكز الفحص.	4,57	0,788	مرتفع
متابعة تطور انتشار الجائحة.	4,3	0,922	مرتفع
متابعة تجارب تطوير اللقاحات.	4,8	0,89	مرتفع
معرفة بؤر الإصابة وإجراءات الحجر الصحي.	3,7	0,644	متوسط - مرتفع

وتتحقق تلك النسب (التي تتعلق بمستويات الإعتماد على الوسائل والأهمية الممنوحة لها) بدرجة أكبر لوسائل الإعلام الإماراتية مقارنة بالوسائل العربية والدولية من قنوات تليفزيونية أو محطات إذاعية أو صحف.

وتحليل تلك الدوافع التي تمثل أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد، فيلاحظ أنها الأسباب التي تبرع في تحقيقها الوسائل التقليدية بالنظر لمستويات المصادقية الممنوحة لها واستهدافها لقطاعات عريضة ومتباينة الثقافة من الجماهير.

وفيما يتعلق بدوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي فيلخصها الجدول رقم (4) الذي يوضح مدى استفادة الجمهور من المعلومات التي تعرضها تلك الوسائل حول جوانب الأزمة.

### جدول رقم (4) دوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديدة أثناء أزمة كورونا

دوافع الإعتماد على وسائل الإعلام الجديدة	المتوسط	معدل الأهمية	مستوى الأهمية
الحصول على المعلومات والمتابعة السريعة.	4,8	0,953	مرتفع
الاستفادة من النصائح والإرشاد.	4,5	0,796	مرتفع
معرفة طرق الإصابة وسبل الوقاية.	4,2	0,732	متوسط - مرتفع
متابعة أحجام الإصابات وانتشار الفيروس.	4,07	0,688	متوسط - مرتفع
مشاركة التجارب مع آخرين والحالات الإنسانية.	4,8	0,962	مرتفع
معرفة أماكن ومراكز وإجراءات الفحص.	3,8	0,555	متوسط
متابعة أخبار تجارب تطوير اللقاحات.	4,6	0,844	مرتفع

الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جائحة كورونا  
المستجد نموذجا

وتتحقق تلك النسب (التي تتعلق بمستويات الإعتماد على الوسائل والأهمية الممنوحة لها) بدرجة أكبر للصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر للتواصل الاجتماعي مقارنة بالمواقع الإلكترونية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. وتتمثل الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر للتواصل الاجتماعي في: الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء الإماراتي، الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية الإماراتية، الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ووقاية المجتمع، الصفحة الرسمية للهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، والصفحة الرسمية لمؤسسة الإمارات للخدمات الصحية. ويلاحظ بتحليل الدوافع والأسباب السابقة أنها تقع ضمن مجموعة الأسباب التي ترتبط بطبيعة وسائل الإعلام الجديد من حيث السرعة والتنوع والاستهداف والتفاعل والمشاركة وكلها ضمن خصائص تلك الوسائل التي تميزها عن غيرها من الوسائل التقليدية. **اتجاه الجمهور نحو الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد:**

فيما يتعلق باتجاه الجمهور نحو الأداء الاتصالي عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمتها الحكومة الإماراتية أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد فقد تمت صياغة مقياس للإتجاه يتكون من 12 عبارة تعكس التوجهات الموضوعية للإتجاه نحو الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية محل الدراسة على موقع تويتر بالنظر لأدوارها المهنية، وقد تحددت هذه العبارات على النحو التالي:

- 1) أمدتني بالتطورات حول الفيروس باستمرار.
  - 2) جعلتني على اطلاع بالأجهزة المتخصصة في مكافحة الفيروس.
  - 3) قدمت تغطية شاملة ودقيقة.
  - 4) أوضحت التعليمات الخاصة بالوقاية والحد من الإصابات.
  - 5) أجابت عن الاستفسارات والتساؤلات.
  - 6) قدمت أخباراً صادقة ومعلومات موثوقة قللت من الهلع.
  - 7) نقلت معلومات متنسقة وغير متضاربة عن الفيروس.
  - 8) تفوقت على التلفزيون والصحف في السرعة.
  - 9) قدمت كافة وسائل الاتصال التي تساعد المستخدم.
  - 10) كانت نافذة للتواصل الشخصي المباشر مع المتخصصين.
  - 11) اتاحت الفرصة لكافة المعلومات الوافية والتفاصيل الدقيقة.
  - 12) قدمت نصائح وتعليمات واضحة ومحددة وسهلة التنفيذ.
- ومن واقع الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور (200 مفردة) وجد أن اتجاهاتهم نحو أداء الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد من واقع درجاتهم على مقياس الإتجاه تتوزع على النحو التالي:

**جدول رقم (5)**

**درجات عينة الدراسة على مقياس الإتجاهات نحو الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر الصفحات الرسمية على تويتر أثناء أزمة كورونا**

الاتجاه	التكرار	%
إيجابي بشدة.	76	38%
إيجابي.	80	40%
محايد.	36	18%
سلبى.	8	4%
سلبى بشدة.	0	0%
المجموع	200	100%

الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جانحة كورونا  
المستجد نموذجاً

ويعكس الجدول السابق مستويات مرتفعة لرضا الجمهور عن الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا المستجد. وقد تحققت هذه الدرجات للاتجاهات المختلفة في ظل استخدام الجمهور عينة البحث للصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر بكثافة ملحوظة يوضحها جدول خصائص العينة رقم (1).

وفيما يتعلق بأسباب تفضيل عينة الدراسة لاستخدام الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد فيلخصها الجدول التالي:

#### جدول رقم (6)

#### أسباب تفضيل الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية أثناء الأزمة

أسباب التفضيل	المتوسط
موضوعية وحيادية.	4,77
واسعة الانتشار.	4,6
نافذة للتفاعل مع آخرين.	4,1
خدمة المجتمع الإماراتي.	3,89
الوعي والتثقيف	4,3

وقد تتحقق تلك النسب التي تتعلق بمستويات وأسباب تفضيل استخدام الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية على موقع تويتر للتواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد في ظل انطباعات إيجابية حول من اداروا عملية التواصل مع المستخدمين عبر تلك الصفحات الرسمية قوامها أنهم:

- 1 فريق محترف.
- 2 ينقصه التدريب والتأهيل.
- 3 كانوا يراعون مصالح المستخدمين.
- 4 كانوا يديرون حوار منفتح دون تحيز.
- 5 كانوا يتميزون بالتسامح والصبر.
- 6 كانوا يردون بسرعة على الاستفسارات ويجيبون على الأسئلة.
- 7 كانوا متواجدين على مدار الساعة.

مصادقية الرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي:

وفيما يتعلق بمصادقية الرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة جائحة كورونا فتمثلها مستويات ثقة الجمهور في الرسائل التي يلخصها الجدول التالي:

#### جدول رقم (7)

#### ثقة الجمهور في الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة

مستويات الثقة	التكرار	النسبة
يثق بشدة.	18	%9
يثق إلى حد ما.	150	%75
لا يثق.	32	%16
المجموع	200	%100



الأداء الاتصالي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية ودوره في معالجة الأزمات الصحية: جانحة كورونا  
المستجد نموذجاً

وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن النسبة 84% من الجمهور الذي تعرض لرسائل مواقع التواصل الاجتماعي بشأن فيروس كورونا المستجد يتفوقون بدرجات متفاوتة في صحة الأخبار والمعلومات الواردة بما يعنى درجة أكبر من مصداقية ماقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمة وهنا ربما تكمن بعض الخطورة التي تتطلب درجة أكبر من الضبط والسيطرة والتحكم في مضمون تلك الصفحات وقت الأزمات.

وفيما يتعلق بمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي أثناء الأزمة فقد ثبت من التحليل الإحصائي وجود علاقة بين المتغيرين، حيث بلغت قيمة كا 2 39,34 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0,05 الأمر الذي يعنى أن الجمهور الذي تعرض لتلك الرسائل قد زاد لديهم الشعور بالتوافق النفسي والاجتماعي بمعامل توافق 0,28 وذلك مقارنة بالجمهور الذي لم يتعرض.

دورا وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية فى نشر ثقافة الإلتزام والتأقلم أثناء أزمة جانحة كورونا:

ويتعلق هذا المحور بالآثار النفسية والاجتماعية لأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية عبر الصفحات الرسمية على موقع تويتر أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد والتي سلخصها الجدول رقم (8) من واقع إدراك الباحثين عينة الدراسة.

#### جدول رقم (8)

الآثار النفسية والاجتماعية لاتصالات الحكومة الإماراتية أثناء أزمة فيروس كورونا  
المستجد

الآثار النفسية والاجتماعية	المتوسط
الأداء الاتصالي للحكومة الإماراتية تصدى للشائعات.	4,7
خففت الصفحات الرسمية من حدة القلق والتوتر.	4,3
نشرت التغطيات عبر الصفحات الرسمية الشعور بالأمان.	4,3
تصدت التغطيات لحالات الخوف والهلع التي قد تصيب البعض.	4,2
كانت الصفحات الرسمية نافذة للتواصل والإحساس بالتضامن.	4,7
كان استخدامي للصفحات الرسمية يساعدني في مقاومة المخاوف.	3,9
قدمت تلك الصفحات دعماً معنوياً إيجابياً واضحاً.	4,5
شعرت بمزيد من الإنتماء للمجتمع باستخدام هذه الصفحات.	4
خلقت تلك الصفحات شعوراً جمعياً بالإلتزام وتوحيد الجهود.	4
ساهمت في دعم التوجه العلمي لمواجهة الجائحة.	4,1

ومما سبق يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية للحكومة الإماراتية قد لعبت دوراً في نشر ثقافة الإلتزام والتأقلم أثناء أزمة جانحة كورونا بالنظر لتأثيراتها النفسية والاجتماعية الإيجابية.

## هوامش الدراسة ومراجعها:

- (1) عبد الله النجار، وغادة عامر، "الفرد والدولة والمجتمع: تأثيرات أزمة فيروس كورونا والنتائج المتوقعة"، (المركز العربي للبحوث والدراسات، **أفاق سياسية**، ع62، 2020).
- (2) عبد الله الحميدي، وآخرون، "اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات أثناء الأزمات واتجاهاتهم إزاء أدائها المهني: دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة كورونا"، (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، ع27، 2021).
- (3) نجوى البنداري، "الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء الأزمات: جائحة كورونا المستجد نموذجاً"، (جامعة الأزهر-كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع61، ج1، 2022).
- (4) فاطمة سالم، "مصادقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-19) نموذجاً"، (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، ع29، 2020).
- (5) خالد الحميدي وآخرون، "اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: فيروس كورونا المستجد نموذجاً"، (جامعة الكويت-مجلس النشر العلمي، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، 2020).
- (6) إيمان عصام، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: دراسة حالة لجائحة كوفيد-19 بمصر"، (جامعة القاهرة-كلية الإعلام-مركز بحوث الرأي العام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج19، ع4، 2020).
- (7) نصر الدين عبد القادر، "إدارة العلاقات العامة وتوظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا"، (جامعة الملك فيصل، **المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل-العلوم الإنسانية والإدارية**، مج22، عدد خاص، 2021).
- (8) Riaz, M., Jie, W., Sherani, M., Ali, S., Boamah, F.A. and Zhu, Y. (2023), "An empirical evaluation of the predictors and consequences of social media health-misinformation seeking behavior during the COVID-19 pandemic", **Internet Research**, Vol. 33 No. 5, pp. 1871-1906.
- (9) Tian, X., He, W., He, Y., Albert, S. and Howard, M. (2023), "Using health belief model and social media analytics to develop insights from hospital-generated twitter messaging and community responses on the COVID-19 pandemic", **Journal of Enterprise Information Management**, Vol. 36 No. 6, pp. 1483-1507.
- (10) Yadav, H. and Sagar, M. (2023), "Exploring COVID-19 vaccine hesitancy and behavioral themes using social media big-data: a text mining approach", **Kybernetes**, Vol. 52 No. 7, pp. 2616-2648.
- (11) Lee, J. and Choi, J. (2024), "Creating vicious information cycle: trust, exposure and misperception in online and offline information dynamics during health crises", **Online Information Review**, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- (12) Lu, J., Wang, X., Fei, L., Chen, G. and Feng, Y. (2024), "Effects of social media empowerment on COVID-19 preventive behaviors in China", **Information Technology & People**, Vol. 37 No. 2, pp. 753-792.
- (13) Goldgruber, E., Sackl-Sharif, S., Ausserhofer, J. and Gutounig, R. (2018), "‘When the Levee Breaks’: Recommendations for Social Media Use During Environmental Disasters", Hornmoen, H. and Backholm, K. (Ed.) **Social Media**

**Use in Crisis and Risk Communication, Emerald Publishing Limited, Leeds,** pp. 229-253.

(14) Steensen, S., Frey, E., Hornmoen, H., Ottosen, R. and Konow-Lund, M.T. (2018), "Social Media and Situation Awareness during Terrorist Attacks: Recommendations for Crisis Communication", Hornmoen, H. and Backholm, K. (Ed.) **Social Media Use in Crisis and Risk Communication, Emerald Publishing Limited, Leeds,** pp. 277-295.

(15) Hvass, K.A. (2013), "Tourism Social Media and Crisis Communication: An Erupting Trend", **Tourism Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture (Tourism Social Science Series, Vol. 18), Emerald Group Publishing Limited, Leeds,** pp. 177-191.

(16) Akinwale, O.E. and Onokala, U.C. (2022), "Social Media in Nigeria: A Curse or Blessing in Time of COVID-19 and Crisis Situation? A Behavioural Perspective", Eniola, A.A. (Ed.) **Entrepreneurship and Post-Pandemic Future, Emerald Publishing Limited, Leeds,** pp. 53-71.

(17) Torpan, S., Hansson, S., Orru, K., Rhinard, M., Savadori, L., Jukarainen, P., Nævestad, T.-O., Meyer, S.F., Schieffellers, A. and Lovasz, G. (2023), "European emergency managers on social media: institutional arrangements and guidelines", **International Journal of Emergency Services, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.**

(18) Tian, X., He, W. and Wang, F.-K. (2022), "Applying sentiment analytics to examine social media crises: a case study of United Airline's crisis in 2017", **Data Technologies and Applications, Vol. 56 No. 1,** pp. 1-23.

(19) عبد الصادق حسن، "نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية: دراسة على عينة من المؤسسات المصرية والبحرينية"، (جامعة القاهرة، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،** ع3).