Journal of PR esearch Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Tenth year – Thirty-eighth Issue -10 April 2022

Arab Impact Factor 2020 = 2.01 Arcif Impact Factor 2021 = 0.9655

Media & Social Networks

Abstracts of Arabic Researches:

- *Prof. Dr. Osama Ghazi Zain Al Madani* - *Umm Al-Qura University*
- *Yahyah Muhammad Ali Mubaraki* - *Jizan University*

  Use of Public Relations for Social Media in Managing the Reputation of Telecommunications Companies in Saudi Arabia STC, Mobily, and Zain Companies as a Model 7
- *Associate Prof. Dr. Fouad Ali Hussein Sa'adan* - *Sana'a University*

  The Yemeni Public's Reliance on Social Media as a Source of Information about the Corona Pandemic 9
- *Associate Prof. Dr. Rasha Abd -Raheem Mazroa* - *Umm Al-Qura University*
- *Latifah Ali Aoon AlShareef* - *Umm Al-Qura University*

  The Role of Social Networking Sites in Shaping Awareness of Social Issues among University youth: Twitter as a Model 10
- *Dr. Hebatalla Saleh Elsayed Saleh* - *Helwan University*

  The Effectiveness of Social Marketing for Egyptian women's issues through Social Networking Sites: An Applied Study of the National Council for Women's Facebook page 11
- *Dr. Hanan Kamel Hanafi Marei* - *Kafer El Sheikh University*

  The Effect of Fake News in the New Media on University Youth and its Relationship to their Behavior 12
- *Dr. Moeen F.M. Koa* - *An-Najah National University*
- *Dr. Hala Hashim Abo Hasan* - *An-Najah National University*

  The Role of Digital Public Relations in Non-Profit Organizations in Raising Awareness of Digital Human Rights the Arab Center for Development of Social Media Facebook Page "7amleh" as a Model 14
- *Dr. Merhan Mohsen Mohamed Elsayed Tantawy* - *Gulf University*

  Digital Government Communication Strategies in the Kingdom of Bahrain during Risks: Covid -19 as a Model 15
- *Dr. Rasha Samir Mohamed Haron* - *International Media Institute,Elshorouq Academy*

  Using Social Networks as a Tool in Implementing Sustainable Development Plans: A Field Study on a Sample of Public and Private University Students 17
- *Dr. Samah Bassiouni Mohamed Kataket* - *Tanta University*

  The Role of Information Warfare on Social Media in Shaping the Adolescents' National Identity 18

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2022@APRA

www.jprr.epra.org.eg

عدد خاص

مجلة بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١م = ٠,٩٦٥٥ معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة العاشرة - العدد الثامن والثلاثون - ١٠ أبريل ٢٠٢٢م

الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي

- استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية: شركات STC، وموبايلي، وزين أنموذجًا
  أ.د. أسامة بن غازي زين المدني (جامعة أم القرى)
  يحيى بن محمد علي مباركي (جامعة جازان) ... ص٩
- اعتماد الجمهور اليمني على وسائل التواصل الاجتماعي: كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا
  أ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان (جامعة صنعاء) ... ص٥١
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: تويتر نموذجًا
  أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع (جامعة أم القرى)
  لطيفة علي عون الشريف (جامعة أم القرى) ... ص٩١
- فاعلية التسويق الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومي للمرأة على الفيس بوك
  د. هبة الله صالح السيد صالح (جامعة حلوان) ... ص١٣١
- تأثير الأخبار المزيفة Fake News في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم
  د. حنان كامل حنفي مرعي (جامعة كفر الشيخ) ... ص١٦٩
- دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية بحقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي "حملة" أنموذجاً
  د. معين فتحي الكوع (جامعة النجاح الوطنية)
  حلا هاشم أبو حسن (جامعة النجاح الوطنية) ... ص٢٢٣
- استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجًا
  د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (الجامعة الخليجية) ... ص٢٦٣
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنفيذ خطط التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة
  د. رشا سمير محمد هارون (المعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق) ... ص٢٩٧
- دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين
  د. سماح بسيوني محمد كتاكت (جامعة طنطا) ... ص٣١٧

(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ @ APRA
الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

عدد خاص - الثامن والثلاثون - السنة العاشرة - ١٠ أبريل ٢٠٢٢م

مؤسسها
ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف
رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة
أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم
أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف
علي حسين الميهي
مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)
أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)
أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠/ ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818- 20-376-02 (+2) - 151- 14- 15- 0114 (+2) - 157- 14- 15- 0114 (+2)

فاكس : 73- 00-231-048 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًّا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ــ الإنجليزية ــ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًّا فيرسله الباحث بعد ١٥ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4– في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.

ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.

- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ – صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها سبعة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصَّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير= ٠.٩٦٥٥.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST – دار المنظومة – العبيكان – معرفة).

وفي العدد الخاص الثامن والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا حول: "الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "الثامن والثلاثين" من المجلة، نجد من **السعودية** بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية: شركات STC، وموبايلي، وزين أنموذجًا"، وهو مقدم من: **أ.د. أسامة بن غازي زين المدني**، من جامعة أم القرى، **يحيى بن محمد علي مباركي**، من جامعة جازان.

أما **أ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان**، من **اليمن**، من جامعة صنعاء، فقدَّم بحثًا بعنوان: "اعتماد الجمهور اليمني على وسائل التواصل الاجتماعي: كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: **أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع**، من **مصر**، **لطيفة علي عون الشريف**، من **السعودية**، بحثًا مشتركًا بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: تويتر نموذجًا".

أما **د. هبة صالح السيد صالح** من جامعة حلوان، من **مصر**، قدّمت دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومي للمرأة على الفيس بوك بعنوان: "فاعلية التسويق الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

وقدَّمت **د. حنان كامل حنفي مرعي** من جامعة كفر الشيخ، من **مصر**، بحثًا بعنوان: "تأثير الأخبار المزيفة Fake News في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم".

ومن **فلسطين** نجد بحثًا مشتركًا من جامعة النجاح الوطنية لـ **د. معين فتحي محمود الكوع**، و**حلا هاشم أبو حسن**، تحت عنوان: "دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية بحقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي (حملة) أنموذجاً".

ومن الجامعة الخليجية بالبحرين، قدَّمت **د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي**، من **مصر**، بحثًا بعنوان: "استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجًا".

بينما قدَّمت **د. رشا سمير هارون**، من المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق، من **مصر**، دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة بعنوان: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنفيذ خطط التنمية المستدامة".

وأخيرًا من جامعة طنطا، قدَّمت **د. سماح بسيوني محمد كتاكت**، من **مصر**، بحثًا بعنوان: "دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين: كوفيد-١٩ نموذجًا".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجاً

إعداد

د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (*)

(*) مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة بني سويف.

استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجًا

د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي
mmerhan40@gmail.com
الجامعة الخليجية

ملخص:

يلعب الاتصال الحكومي دوراً محورياً في بناء صورة المنظمة الحكومية، ومن ثم تحقيق تواصل فعّال مع المجتمع، من خلال توظيف قنوات اتصال رقمية عديدة ومتنوعة، من حيث صناعة المحتوى والتواصل والتقييم وإدارة العملية الاتصالية في إطار منظمة رقمية للخدمات الحكومية، من شأنها العمل على تقديم كافة المعلومات والخدمات المتاحة للجمهور بسلاسة ووضوح وشفافية، وما من شك في أن دور الاتصال الحكومي يتعاظم وقت المخاطر والأزمات كونها تعّد من أبرز التحديات التي قد تواجه المؤسسات الحكومية، وتعد جائحة كورونا التي تعرض لها العالم أجمع منذ مطلع العام ٢٠٢٠م الحدث الأبرز الذي جعل الحكومات تتفاعل وتتصدى بشكل كبير لهذا الخطر المحدق وتطلق العديد من المنصات الرقمية التي يمكن من خلالها التفاعل مع الجماهير وإعلامهم بالعديد من الحقائق حول كوفيد ١٩.

ونجحت وزارة الصحة في مملكة البحرين؛ من خلال الاتصال الحكومي الرقمي في التفاعل مع الجمهور عبر استراتيجيات اتصالية صحية من خلال صفحتها الرسمية على شبكة الإنترنت، علاوة على إطلاق تطبيق "مجتمع واعي" وعبر حساباتها الرسمية عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة والمتنوعة مثل "الإنستجرام"، "تويتر"، "الفيس بوك"، كونها المنصات الأبرز لتفاعل الجمهور وقت المخاطر والأزمات.

هدفت الدراسة للتعرف على أبرز استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي التي عملت حكومة مملكة البحرين ممثلة في وزارة الصحة على تطبيقها في فترة ما بعد أزمة كوفيد ١٩، وهي المرحلة التي أعقبت ظهور أول حالة من فيروس كورونا في فبراير ٢٠٢٠م بقرابة العامين، حيث تمكنت الدولة من السيطرة على الموقف بشكل كبير وتتبعت العمل وفقاً للإشارة الضوئية، استمرارا في الحفاظ على الأمن الصحي للمواطنين والمقيمين، ومواصلة للجهود التي بذلت خلال فترة الأزمة، وذلك من خلال التعرف على أنواع الاستراتيجيات الاتصالية والوسائل المستخدمة والرسائل التي كان يتم توصيلها للجماهير عبر منصة الإنستجرام لمواجهة التحديات التي يمكن مواجهتها في المستقبل من خلال سلالات أخرى مثل "دلتا" و"أوميكرون".

اعتمدت الدارسة على التحليل الكيفي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الإنستجرام، باعتبارها أعلى منصات التواصل الاجتماعي متابعة على مستوى مملكة البحرين، كما أنها المنصة الأعلى متابعة على مستوى منصات التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاتصال الحكومي في مملكة البحرين ممثلاً في وزارة الصحة ؛ نجح بشكل كبير في توظيف أشكال وقوالب مختلفة ومتنوعة في مرحلة ما بعد المخاطر لكوفيد ١٩، ذلك من خلال الاستمرار في تفعيل الموقع الإلكتروني وتحديثه بشكل مستمر وفقاً لمستجدات الوضع الصحي، وربطه بموقع رسمي للمستجدات الصحية في مملكة البحرين ويتبع رسمياً وزارة الصحة، إضافة إلى استمرارية العمل بتطبيق" مجتمع واعي"، الذي تم إطلاقة خصيصاُ لتناول مستجدات الأزمة، كشفت النتائج أيضاً عن تنوع الإستراتيجيات المستخدمة فترة ما بعد الازمة منها "إستراتيجية تخفيض الغموض" في عرض الحقائق المقدمة عن الفيروس وتحوراته ومستجداته، "استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية" وتوعية الجمهور بشكل كبير بكافة الإجراءات الصحية التي تضمن لهم سلامتهم وأمنهم الصحي، "إستراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة"، "إستراتيجية إظهار التعاطف"، "إستراتيجية الطمأنة"، "إستراتيجية التحذير من المخاطر".

الكلمات المفتاحية: الاتصال الحكومي الرقمي، الاستراتيجيات الاتصالية، الإنستجرام، جائحة كورونا.

مقدمة:

أعلنت منظمة الصحة العالمية في مارس ٢٠٢٠م عن تصنيف فيروس كورونا المسبب لمرض "كوفيد –١٩" الذي أصاب أكثر من ١١٠ آلاف شخص حول العالم منذ ديسمبر ٢٠١٩م؛ عن كونه "جائحة " أي أنه وباء متفشي عالمياً[١]، وتبع ذلك ظهور متحور دلتا وأوميكرون الذي انتشر في قرابة ٨٩ دولة، وذكرت منظمة الصحة العالمية أن متحور أوميكرون ينتشر بشكل أسرع من سلالة دلتا، إذ أن الأمر يستغرق ثلاثة أيام فقط حتى تتضاعف الحالات بشكل غير مسبوق[٢]، وحتى الأول من نوفمبر ٢٠٢١م، بلغ عدد الوفيات بسبب وباء كوفيد – ١٩ حول العالم، خمسة ملايين شخص، بعد ١٩ شهراً من بدء الجائحة، في حين سّجل العالم إصابات تقدر بـ ٢٥٠ مليون حالة [٣].

و"منذ بدء انتشار فيروس كورونا عالميًا؛ أخذت حكومة مملكة البحرين على عاتقها مسؤولية الحفاظ على صحة وسلامة المجتمع، من خلال رفع درجة التأهب لمواجهة هذا الفيروس، ومن خلال إطلاق حزمة واسعة من القرارات والإجراءات الاحترازية، والتدابير الوقائية المدروسة، والتي ساهمت إلى حد كبير في تقليل الأضرار السلبية الناتجة جراء هذا الفيروس، والتي جاءت تماشيًا مع برنامج الحكومة (٢٠١٩–٢٠٢٢م)، والذي يؤكد على المضي قدمًا في بذل الجهود نحو تعزيز عناصر الاستدامة، ومواكبة المتغيرات في جوانب التعليم والصحة والإسكان والدعم والرعاية الاجتماعية الفاعلة وتنظيم سوق العمل، وعكست هذه الجهود العمل الدؤوب المتواصل الرامي إلى تطوير السياسات الصحية ومتابعة تنفيذها والتأكد من الاستخدام الأمثل للموارد بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفاعلية، وذلك لتعزيز صحة

الفرد والمجتمع وضمان توفير خدمات صحية مستدامة ذات جودة عالية، منظمة ومتكاملة، وفي متناول جميع المواطنين والمقيمين على حد سواء"[٤].

وانعكاسًا لهذه الجهود حققت مملكة البحرين المركز الثاني عالمياً؛ وفق مؤشر نيكاي الياباني للتعافي من فيروس كورونا من حيث التعامل مع جائحة كورونا وعدد الحالات القائمة للفيروس، ومعدل تغطية التطعيمات للأفراد ومدى العودة إلى الحياة الطبيعية، وقد كان أداء مملكة البحرين ملحوظاً؛ حيث احتلت المرتبة الأولى عربياً والمرتبة الثانية عالمياً بين ١٢١دولة مشتركة في نفس الترتيب مع تشيلي، حيث أن مملكة البحرين تقدمت ب١٢ مركزاً مقارنة بشهر أغسطس ٢٠٢١م[٥].

ولاشك أن جائحة كورونا (كوفيد-١٩) ضاعفت من استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقاتها ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، وذلك لسرعة إحاطة الجماهير إعلاميًا وإرشاديًا بكيفية الحفاظ على سلامتهم، وتحقيق تواصل دائم ومستمر فيما بينهم وبين الحكومة الإلكترونية، ودرءاً لانتشار وباء معلوماتي متمثل في الشائعات والمعلومات الخاطئة والمضللة بشأن كوفيد ١٩ المستجد؛ ومن هذا المنطلق؛ كان لابد من خطة اتصالية مكثفة تطبقها الحكومات مع شعوبها لمواجهة التطورات المتلاحقة لهذه الجائحة، وللتعامل بفاعلية لتعزيز السلوكيات الصحية لدى الجماهير إضافة إلى التصدي للوباء المعلوماتي.

وفي منظمة الصحة العالمية في أيار/مايو ٢٠٢٠م، اعتمدت الدول الأعضاء في المنظمة، قراراً بشأن الاستجابة لجائحة كوفيد-١٩، ويعترف القرار بأهمية مواجهة الوباء المعلوماتي كجزء أساسي في جهود السيطرة على جائحة كوفيد-١٩، داعياً الدول الأعضاء إلى إتاحة محتوى موثوق عن كوفيد-١٩ ، واتخاذ تدابير لدحض المعلومات المضللة والخاطئة وتسخير التكنولوجيات الرقمية في شتى جوانب الاستجابة، كما يدعو القرار؛ المنظمات الدولية إلى التصدي للمعلومات الخاطئة والمضللة في الفضاء الرقمي، والعمل على التصدي للأنشطة الإلكترونية الضارة التي تقوّض الاستجابة الصحية للجائحة، ودعم إتاحة البيانات العلمية الدقيقة للجمهور، من خلال تعزيز إتاحة المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب، لجميع فئات المجتمع، ولا سيما أكثرها عرضة للخطر؛ ومنع انتشار المعلومات الخاطئة والمضللة ومكافحتها مع الحرص على احترام حرية التعبير[٦].

ولاشك أن وسائل التواصل الاجتماعي على تنوعها؛ تشكل قوة اتصالية هائلة في العصر الحالي كونها تزود الجماهير بالحقائق والمعلومات بشكل سريع وآني، سيما وقت المخاطر والأزمات وخاصة تلك التي تتعلق بالمحتوى الاتصالي المرتبط بصحة وحياة الإنسان، ومن ثم فإن منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية من شأنها تقديم معلومات صحية حول كيفية الاستجابة لأزمة عالمية مثل كوفيد - ١٩[٧].

ومن هذا المنطلق عكفت وزارة الصحة بمملكة البحرين على بذل جهود اتصالية مستمرة ومتواصلة بدأت بمرحلة ما قبل الأزمة، منذ ظهور الفيروس واكتشافه في الصين

ديسمبر ٢٠١٩م، وحتى مرحلة الأزمة نفسها، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل امتد لمرحلة ما بعد الأزمة، وتمثلت جهود المملكة في تحديث موقعها الإلكتروني بشكل مستمر، ومنصات التواصل الاجتماعي العديدة والمتنوعة، على أن تكون هي المصدر الموثوق لتقديم المعلومة الصحيحة للجمهور، كما دشنت وزارة الصحة موقعًا إلكترونيًا تابعًا لها أطلقت علية "الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا (COVID-19) ومخصص لكافة المستندات الصحية في المملكة.

كما دشنت هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية وبالتعاون مع الفريق الوطني للتصدي لفيروس كورونا (COVID-19) رسمياً في ٣٠ مارس ٢٠٢٠م تطبيق "مجتمع واعي" الهادف لتعزيز متابعة حالات الحجر المنزلي وإمكانية رصد الحالات المخالطة وتنبيه وحماية المواطنين والمقيمين في حال اقترابهم أو مخالطتهم للحالات القائمة أو المشتبه بإصابتها، موجهةً الدعوة لأفراد المجتمع بضرورة المبادرة بتحميل التطبيق على أجهزة الاتصال الذكية حفاظاً على سلامتهم وسلامة عائلاتهم؛ وذلك من خلال زيارة متجر تطبيقات الحكومة الإلكترونية.apps.bahrain.bh ، وهو ما يعكس حرص الحكومة على تطويع كافة الوسائل المتاحة والاستخدام الأمثل للتقنيات الحديثة وتقنيات الأجهزة الذكية، بغية تعزيز حماية المجتمع الواعي الذي أثبت تفاعله الإيجابي مع تنفيذ كافة الإجراءات الاحترازية والتدابير الوقائية للتصدي لفيروس كورونا، وحماية المجتمع والمحافظة على الصحة العامة ونشر الطمأنينة بين أفراد المجتمع كافة [٨].

الإطار المنهجي للدراسة:

مشكلة الدراسة:

تعد وسائل الاتصال مصدرًا مهمًا للمعلومات وقت الأزمات والمخاطر، حيث يتم تقديم المعلومات والتوعية والاحتياطات الواجب اتباعها خلال هذه الفترات عبر مختلف وسائل الاتصال، ومن هنا تسعى الحكومات عبر قنواتها ومنصاتها المتنوعة والتطبيقات الذكية لتقديم كل ما يهم الجمهور تتعلق بالأمن الصحي الخاص به في مرحلة ما قبل الأزمة، ومرحلة الأزمة ذاتها وحتى مرحلة ما بعد الأزمة، خاصة وأن العديد من الأزمات والمخاطر تترك أثاراً سلبية على الجماهير وخوفًا وقلقًا متزايدًا من تكرار الأزمة أو المخاطر، ويأتي اهتمام هذه الدراسة والتي من خلالها يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التعرف على شكل ومضمون المحتوى المقدم عبر منصة الإنستجرام الخاصة **بوزارة الصحة**، إضافة إلى رصد استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي المطبقة في مملكة البحرين جراء جائحة كورونا عبر المنصات الرقمية المختلفة؛ والتي تشمل الحساب الرسمي لوزارة الصحة البحرينية عبر منصة (الإنستجرام) الرسمية، في الفترة من سبتمبر ٢٠٢١م وحتى ١٥ يناير ٢٠٢٢م وهي الفترة التي شهدت استقرارًا نسبيًا في أعداد

المصابين، والعمل وفق آليات الإشارة الضوئية الخضراء، ومن ثم ظهور متحور أوميكرون والتحول للإشارة الصفراء في مملكة البحرين؛ حيث تتباين الاستراتيجيات المطبقة من مرحلة لأخرى.

أهمية الدراسة:

– يشكل البعد الصحي بعدًا مهمًا لمملكة البحرين باعتباره أحد أبرز أهداف التنمية المستدامة، ومن هذا المنطلق وإيمانًا من مملكة البحرين بصحة وسلامة المواطنين والمقيمين على أراضيها؛ تكمن **أهمية الدراسة** في معرفة طبيعة الشكل والمضمون المقدم للجماهير عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة عبر منصة الإنستجرام، علاوة على معرفة استراتيجيات الاتصال الحكومي المطبقة من قبل وزارة الصحة بمملكة البحرين حفاظاً على صحة وسلامة الجماهير في مرحلة ما بعد الأزمة.

– تتزايد أهمية الدراسة نتيجة ما أثبتته الدراسة حول التعرض بشكل أساسي لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الجائحة.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة بشكل أساسي للتعرف على مدى التنوع في المضمون المقدم من استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي المطبقة في المملكة خلال جائحة كورونا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي "الإنستجرام" اعتمادًا على ظروف الوضع الصحي القائم.

تساؤلات الدراسة:

-ما هو شكل القوالب المقدمة عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة عبر منصة الإنستجرام، والتي يتم من خلالها توصيل معلومات للجماهير؟

-ماهي طبيعة المضامين المقدمة عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة عبر منصة الإنستجرام، والتي يتم من خلالها توصيل معلومات للجماهير؟

-ما هي أبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة عبر منصة الإنستجرام، والتي يتم من خلالها توصيل معلومات للجماهير؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية؛ التي تعمل على جمع المعلومات المتعلقة بظاهرة ما، ومن ثم العمل على تحليل النتائج وتفسيرها التي تم التوصل إليها وتفسيرها، والعمل على استخلاص نتائج مفيدة تفيد الاتصال الحكومي في أن يكون أكثر تأثيرًا وفاعلية في توظيف الاستراتيجيات الاتصالية في التعامل مع الأزمات والمخاطر، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يعد من أكثر المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية، وفي إطار منهج المسح تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون، وذلك لوصف وتحليل المواد المصورة المنشورة على

عينة من المحتوى المنشور عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة بمملكة البحرين عبر منصة التواصل الاجتماعي "الإنستجرام"، وتعد أداة تحليل المضمون؛ طريقة منظمة تستخدم للتحليل بطريقة واضحة لاكتشاف المحتوى وتصنيف البيانات التي يتم رصدها في فئات وفقاً لأهداف الدراسة (Klaus Krippendorff)[٩].

مجتمع الدراسة وعينتها:

يشمل مجتمع الدراسة الحساب الرسمي لوزارة الصحة بمملكة البحرين عبر منصة التواصل الاجتماعي "الإنستجرام" وذلك كونه الأعلى متابعة من قبل الجماهير في مملكة البحرين مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى؛ حيث يبلغ عدد متابعي الإنستجرام في المملكة ٨٩٠.٠٠٠ متابع مقارنة بالفيسبوك والتي بلغت 820.000متابع في مملكة البحرين[١٠]، كما أن الحساب الرسمي لوزارة الصحة البحرينية عبر منصة "الإنستجرام" هو الأعلى متابعة من قبل الجماهير مقارنة بالفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، حيث يبلغ عدد متابعي الإنستجرام K ٢٥٢، وعدد متابعي الفيس بوك K١٦٩.

وقد قامت الباحثة بتحليل المنشورات التي تم نشرها خلال الفترة من ١ سبتمبر ٢٠٢١م وحتى ١٥ يناير ٢٠٢٢م؛ حيث شهدت تلك الفترة استقرارًا نسبيًا في أعداد الحالات المصابة، بدءًا من سبتمبر ٢٠٢١ ثم بدأ التصاعد التدريجي في أعداد الإصابات في نوفمبر وديسمبر ٢٠٢١م ويناير ٢٠٢٢م، إضافة إلى الانتقال احترازيًا إلى المستوى الأصفر وفقًا للإشارة الضوئية المعمول بها في مملكة البحرين، إضافة إلى أن فترة التحليل شهدت ظهور أول حالة أوميكرون في مملكة البحرين، هذه المتغيرات أتاحت للباحثة رصد التنوع في الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في خلال مرحلة التحليل، إضافة إلى رصد كثافة المنشورات صعوداً وهبوطًا وفقًا لمتغيرات الوضع الصحي.

وقامت الباحثة بسحب عينة غير احتمالية من نوع العينات العمدية، حيث تعمد الباحث اختيار المنشورات التي تناولت كل ما يتعلق بفيروس كورونا والتي ضمت " تقارير الإحاطة، نص وإنفوجرافيك، نصوص مصورة، إنفوجرافيك فقط، صور فقط، فيديوهات "والتي تناولت كل ما يتعلق بفيروس كورونا، واستبعاد غيرها من الفعاليات التي تصنف على أنها فعاليات صحية أو مرتبطة بالصحة العامة، وبلغ قوام العينة ٤٢٤ منشورًا.

نموذج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على نموذج متكامل حول اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات Crisis and Emergency Risk Communication صممة BARBARA REYNOLDS & MATTHEW W. SEEGER.(٢٠٠٥م) [11]، للاستجابة للأزمات والطوارئ في الجانب الصحي،

ويتكون النموذج من خمس مراحل أساسية للممارسات الاتصالية الفعالة خلال الأزمات يتكون النموذج من:

- **مرحلة ما قبل الأزمة** (وتشمل هذه المرحلة الحملات الاتصالية التي تستهدف الجمهور لتهيئته للمخاطر والتعامل معها، والمواقف المحتملة التي يمكن أن تترتب على المخاطر والتغيرات السلوكية للجماهير، وهو ما يستوجب تحذيرهم من هذه التهديدات).
- **المرحلة الأولية للأزمة** (وتشمل الممارسات الاتصالية لهذه المرحلة التعريف بالظروف المحيطة بالأزمة وتداعياتها.
- **مرحلة استمرار الأزمة** (في هذه المرحلة يقوم الاتصال بدور داعم للجمهور من خلال معرفة ردود الأفعال لتوضيح أي أمور غير واضحة).
- **مرحلة حل الأزمة** (وتشمل هذه المرحلة كافة الممارسات الاتصالية لإعلام الجماهير بالمستجدات حول موقف الأزمة، الفهم السعي للتحسين).
- **مرحلة التقييم** (وخلال هذه المرحلة يتم تقييم الأساليب والممارسات الفعالة لكافة الخطط والاستراتيجيات).

تم الاعتماد على النموذج السابق إضافة إلى الدراسات السابقة لتحديد وتقييم أبرز الاستراتيجيات وقت المخاطر الصحية، ومن أبرز هذه الاستراتيجيات (التحذير من المخاطر، تخفيض الغموض، ترويج السلوكيات الفعالة، توضيح الإجراءات الحكومية، التعاطف والتشجيع، الطمأنة)[١٢].

الإطار المعرفي للدراسة:

١. دور الاتصال الحكومي وقت المخاطر والأزمات:

نتيجة تفشي فيروس كورونا والتحولات العديدة المصاحبة له، كان لابد للمنظمات والجهات الحكومية والخاصة على السواء أن تبذل جهداً مضاعفاً لتزويد جمهورها بمعلومات عبر مصادر معلومات ملائمة؛ تسهم في تقليل التوتر الناتج عن مخاطر وأزمات غير مسبوقة، وخلال المخاطر والأزمات؛ فإن الاتصال الفعّال أمر ضروري؛ خاصة في ظل الحاجة الجماهيرية إلى الوضوح والشفافية والسرعة والآنية معاً فيما يقدم من مضامين على تنوعها واختلافها، وهو ما توفره الوسائل الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية، فالاتصال الفعال من شأنه بناء الثقة كما أنه يدعم جهود المنظمات في مواجهة التحديات التي يمكن أن تواجهها، وخاصة في ظل جائحة مثل كوفيد ١٩ التي لم يواجه العالم الحديث مثلها من قبل، مما أدى إلى سعي القادة والقائمين بالاتصال لتصميم خطط اتصالية لمواجهة أزمات بحجم أزمة كوفيد ١٩، لإمكانية الاتصال بفاعلية مع الموظفين والمجتمعات والجماهير وأصحاب المصالح بشكل عام، فالقادة والقائمون بالاتصال بحاجة للاهتمام

بسبل ووسائل الاتصال الملائمة والفعالة والغنية بالمعلومات التي يمكنها أن تلبي احتياجات الجماهير في البيئة الافتراضية التي قد تخلقها الأزمات[١٣].

ويعرف الاتصال الحكومي؛ بأنه كافة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الجهات الحكومية، والتي تهدف من خلالها لنقل وتبادل الأخبار والمعلومات لتقديم وشرح السياسات والخطط والقرارت والأفعال للجماهير، ويرتبط الاتصال الحكومي بكافة أعمال الوزارات والهيئات الحكومية ،ويوظف كافة وسائل الاتصال للوصول إلى الجمهور، كما يعرف بأنه الجهود التي تبذلها الحكومة عبر توظيف استخدام البيانات والمعلومات المتاحة لديها للتأثير في معارف وسلوكيات أفراد المجتمع، بما يحقق أهدافها وطموحاتها، ومن هذا المنطلق يستخدم الاتصال الحكومي في تحديد أولويات المجتمع وتشكيل السياسات الحكومية وفي التعريف بالجهود والخدمات الحكومية وتنفيذ حملات الاتصال وتقييمها[١٤].

ويهدف الاتصال الحكومي لتحقيق العديد من الأهداف منها شرح أهداف الحكومات للشعب، القرارات والسياسات التي يتم اتخاذها، وتتمثل وظائف الاتصال الحكومي على مستوى المنظمة فيما يلي:

- تعريف منتسبي المنظمة الحكومية بالقرارات والتوجهات الحكومية وأولوياتها.
- تعريف منتسبي المنظمة الحكومية برسالة ورؤية المنظمة وقيمها.
- تعريف منتسبي المنظمة الحكومية بسياسات واستراتيجيات المنظمة وأعمالها.
- تعريف منتسبي المنظمة الحكومية بأخبارها وأنشطتها والتطورات القائمة بها.
- التفاعل مع منتسبي المنظمة الحكومية لرصد آرائهم واتجاهاتهم ودفعهم للمشاركة في اتخاذ القرار[١٥].

ويلعب الاتصال الحكومي دورًا محوريًا في التعامل مع المخاطر والأزمات التي تواجه المؤسسات المختلفة، ولاشك أن الأزمات تشكل خطرًا على المنظمات والدول على حد سواء، ومن هذا المنطلق يتطلب الدور الفاعل للاتصال الحكومي التواصل المستمر مع كافة الوسائل والمنصات الإعلامية، وخاصة الرقمية التي باتت تستحوذ على اهتمام نسبة كبيرة من الجماهير حول العالم، ويعد الدور المنوط بالاتصال الحكومي من أهم الأدوار التي تؤديها المؤسسة لإدارة الأزمات والتي تتمثل في:

- العضوية الفاعلة في فريق إدارة الازمة على مستوى المؤسسة.
- إدارة المركز الإعلامي في المؤسسة وتفعيل دوره في التواصل الفعال مع كافة وسائل الاتصال.
- التواصل المستمر والمباشر مع الجماهير المهمة.
- التواصل مع وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وإرسال بيانات صحفية مستمرة توضح أبعاد الأزمة. مراقبة تغطية وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وتصحيح أي معلومات غير دقيقة.
- مراجعة وتقييم الرسائل الاتصالية للتأكد من مدى فهمها وتحديد تأثيرها.
- القيام بالبحوث للتعرف على آراء الجماهير.
- تقديم المعلومات التي تحتاجها المؤسسة لإدارة شؤون الأزمة قبل وأثناء وبعد حدوثها.

- تحقيق التنسيق والتكامل بين الإدارات المرتبطة بمواجهة الأزمة.
- تحديد الاحتياجات الحقيقية لمواجهة الأزمة، وتنسيق الاحتياجات للمعونة الخارجية في حال تطلب الأمر.
- بناء نظام معلوماتي على مستوى المؤسسة لرصد كافة الجوانب التي يمكن أن تسبب أزمات[١٦].

وفي أوقات المخاطر فإن الاتصال الحكومي يقوم بدور فاعل؛ من خلال حشد ثقة الجماهير ليكونوا شركاء في الحل وفي الدور الذي تقوم به الحكومة [١٧]، وتعد المعلومات المرتبطة بصحة الإنسان هي الأكثر أهمية خلال أزمة كوفيد ١٩ كونها تعد نوعاً من الاتصال الصحي المعلوماتي الهادف لإعلام المواطنين بكيفية الحفاظ على حياتهم، وإحلال المواقف والسلوكيات التي يمكن أن تساعدهم ضد التعرض للمخاطر المرتبطة بالبعد الصحي، ويعد كل من مصطلحي الاستجابة للطوارئ واتصال المخاطر من المصطلحات المهمة في إدارة الأوبئة مثل كوفيد ١٩، ويعرف مصطلح الاستجابة للطوارئ بالجهود السريعة والفعالة من قبل الجماهير بعد وقوع الطوارئ، وتشمل هذه الاستجابة كافة التدابير التي يتم اتخاذها ونشر المعلومات[١٨].

ويعرف اتصال المخاطر Risk Communication بأنه الجهود والأنشطة الاتصالية التي تقوم بها المنظمة وقت المخاطر والطوارئ، والهدف من اتصال المخاطر توفير المعلومات للجمهور، ونشرها حول المخاطر الصحية المتعلقة بموقف ما وكيفية الوقاية وكيفية إدارة الموقف بعد وقوع الخطر، ثم الوصول بالجماهير إلى مرحلة الوعي والسلوك الواجب اتخاذها، ويتطلب اتصال المخاطر الدقة والصراحة والوضوح والشفافية وإظهار المساندة والتعاطف مع الجمهور[١٩].

وتعرف منظمة الصحة العالمية **اتصال المخاطر** على أنه" تبادل المعلومات والمشورة بين الخبراء والجماهير الذين يواجهون تهديدات تتعلق بالجانب الصحي، الاقتصادي والاجتماعي لديهم[٢٠]، ويعّد الهدف الأساسي من اتصال المخاطر؛ هو مساعدة الجماهير على مناقشة الجوانب البيئية والاجتماعية لخلق فهم مشترك ومقبول حول الإجراءات الواجب اتباعها لجعل المجتمع صحي وآمن، وتشمل أنشطة اتصال المخاطر؛ تحليل الموقف وتقييم المعلومات وتطوير الاستراتيجيات، وخلق الرسائل وتحقيق التكامل والتنسيق بين الجماهير والحكومات.

ولاشك أن أوقات المخاطر والأزمات؛ يكون للاتصال أهمية حيوية في حماية والحفاظ على صحة وسلامة المواطنين[٢١]، فالاستراتيجيات الاتصالية تستخدم خلال المخاطر والأزمات لتعكس كيف يستقبل المواطنين تلك المخاطر والأزمات، وما من شك أن التعامل مع القلق الناجم عن المخاطر والأزمات؛ يستلزم معلومات شفافة وثقة في بث الحقائق حول الموقف وعن كيفية حماية الأفراد لأنفسهم، ومن هنا فإن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أدوات اتصال فعالة أثناء المخاطر والأزمات [٢٢].

٢. الجهود الاتصالية لوزارة الصحة بمملكة البحرين جراء جائحة كورونا:

منذ بدء انتشار فيروس كورونا عالميًا أخذت حكومة مملكة البحرين على عاتقها مسؤولية الحفاظ على صحة وسلامة المجتمع، وذلك برفع درجة التأهب لمواجهة هذا الفيروس منذ ظهوره، من خلال إطلاق حزمة واسعة من القرارات والإجراءات الاحترازية، والتدابير الوقائية المدروسة، والتي ساهمت إلى حد كبير في تقليل الأضرار السلبية الناتجة جراء هذا الفيروس، وجاءت كافة الجهود المبذولة من قبل الدولة؛ تماشيًا مع برنامج الحكومة (٢٠١٩-٢٠٢٢م) والذي يؤكد على المضي قدمًا في بذل الجهود نحو تعزيز عناصر الاستدامة، ومواكبة المتغيرات في جوانب التعليم والصحة والإسكان والدعم والرعاية الاجتماعية الفاعلة، وتنظيم سوق العمل، كما تعكس هذه الجهود السعي المتواصل الرامي إلى تطوير السياسات الصحية ومتابعة تنفيذها والتأكد من الاستخدام الأمثل للموارد بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفاعلية، وذلك لتعزيز صحة الفرد والمجتمع وضمان توفير خدمات صحية مستدامة ذات جودة عالية، منظمة ومتكاملة، وفي متناول جميع المواطنين والمقيمين على حد سواء.[٢٣]

وسعت وزارة الصحة لتحقيق ضمان حماية جميع المواطنين والمقيمين وتأمين صحتهم وسلامتهم دون تمييز من خلال التوعية بالإجراءات والتدابير الاحترازية، سعياً للحد من انتشار الجائحة، ومن جملة هذه التدابير حث الجمهور على اتباع الإرشادات الوقائية التي أكدت عليها منظمة الصحة العالمية، وتعريف الجمهور بتوافر اللقاحات الآمنة، إضافة إلى تقديم رسائل اتصالية مستمرة ومتواصلة للجمهور عبر الموقع الإلكتروني، وعبر موقع خاص بمستجدات كورونا؛ يساهم في أن يكون الجمهور على تواصل دايم ومستمر بكافة المعلومات الخاصة بفيروس كورونا، إضافة إلى تدشين تطبيق إلكتروني "مجتمع واعي" والذي يعد منصة وطنية توفر أكثر من خاصية في آن واحد، تجمع ما بين الإحصائيات الرسمية الوطنية المحدثة؛ وقد دعمت العديد من الدراسات الدور الفاعل للتطبيقات الذكية اتصاليًا في تحقيق الرعاية الصحية ، من خلال توفير كافة المعلومات الصحية التي يحتاجها المرضى، والتوجيه نحو الخطوات الصحيحة والسليمة الواجب اتباعها حال المرض[٢٤].

ويساعد تطبيق "مجتمع واعي" أفراد المجتمع البحريني في:

- الحصول على معلومات دقيقة وموثّقة بشأن فيروس كورونا (كوفيد-١٩) من مصادر رسميّة مُعتمدة.
- تنبيه الأفراد حال وجودهم بالقرب من حالة مشتبه في إصابتها بفيروس كورونا (كوفيد-١٩) للمساعدة في الحد من عدد الإصابات.
- الوصول لعدد من الخدمات الإلكترونية لمساعدة المستخدمين تتضمن التسجيل للحصول على التطعيم وعرض شهادة إتمام التطعيم، وحجز موعد لفحص الـ PCR لفيروس كورونا، وعرض نتائج الفحص، بالإضافة إلى إمكانية تحديث حالة التطعيم أو التعافي التي حدثت خارج مملكة البحرين، والمزيد من الخدمات التي يتم تطويرها بناءً على المستجدات.

كما يضم تطبيق مجتمع واعي أيضًا الإشارة الضوئية لمستوى انتشار الفيروس والذي على أساسه يتم فتح أو إغلاق القطاعات المختلفة في مملكة البحرين وتتكون الآلية من ٤ مستويات تعتمد على متوسط نسبة الحالات القائمة من إجمالي الفحوصات، إضافة إلى مستوى الإشغال في العناية المركزة، وذلك على النحو التالي:

المستويات	متوسط نسبة الحالات القائمة من إجمالي الفحوصات
الأخضر	حين يبلغ متوسط نسبة الحالات القائمة **لمدة 14 يوم** من إجمالي الفحوصات **أقل من 2%**
الأصفر	حين يبلغ متوسط نسبة الحالات القائمة **لمدة 7 أيام** من إجمالي الفحوصات **بين 2% وأقل من 5%**
البرتقالي	حين يبلغ متوسط نسبة الحالات القائمة **لمدة 4 أيام** من إجمالي الفحوصات **بين 5% وأقل من 8%**
الأحمر	حين يبلغ متوسط نسبة الحالات القائمة **لمدة 3 أيام** من إجمالي الفحوصات **8% وأكثر**

–الانتقال من مستوى لآخر تنازلياً يستوجب البقاء في نفس المستوى لمدة لا تقل عن أسبوع.

– الانتقال من مستوى إلى آخر تصاعدياً لا يستوجب إتمام المدة المحددة لكل مستوى.

– يمكن الانتقال على سبيل المثال مباشرة من المستوى الأخضر إلى المستوى الأحمر دون المرور بالمستويين الاصفر والبرتقالي.

– الضوابط المحددة للمستويات وفق آليى الإشارة الضوئية لمستوى انتشار فيروس كورونا قابلة للتغيير بحسب المستجدات والمعطيات[٢٥].

وسائل التواصل الاجتماعي وقت المخاطر والأزمات:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في عصر الاتصال الرقمي ،من أكثر الأدوات استخدامًا على نطاق واسع من قبل الحكومات؛ بهدف الوصول إلى الجماهير بشكل مباشر وتقديم المعلومات لهم، وفي ظل تزايد عدد الأفراد الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت وزيادة متوسط الوقت الذي يقضونه على وسائل التواصل الاجتماعي، ركزّت الحكومات في اتصالاتها على تلك الوسائل باعتبارها أدوات فاعلة ومؤثرة بشكل كبير للترويج للحكومة الرقمية، وهو ما دعى الحكومات؛ لتحقيق زيادة الشفافية والمصداقية في القرارات الحكومية وهو ما زاد من شرعية الأفعال الحكومية التي تنعكس إيجاباً على ردود أفعال الجماهير[٢٦].

ورغم أن العديد من الدراسات أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي أحيانًا تعمل على الترويج لثقافة الخوف والقلق وخاصة وقت المخاطر والأزمات؛ وذلك سعياً لحفز الجمهور لتحقيق المزيد نحو

حماية أنفسهم؛ إلا أن هذا ينجم عنه مزيد من الضغوط النفسية والبيولوجية، وقد ثبت أن الرسائل التشاؤمية التي تم بثها خلال جائحة كورونا، وتضخيم الصور الذهنية السلبية، كان لها تأثيرات نفسية بالغة في نشر الخوف والفزع والضغوط النفسية[٢٧]، إلا أن المصداقيّة والشفافيّة في تقديم المعلومة للجماهير، وتكريس ثقافة العودة إلى المصادر الرئيسة للمعلومات هي الوسيلة الأنجح والأكثر تأثيرًا وخاصة خلال المخاطر والأزمات، سيما وأننا نعيش في عصر الانفتاح المعلوماتي بشكل كبير.

وقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة لإنشاء وتصميم محتويات متعددة الوسائط ومشاركتها، كما قدمت أدوات متعددة للتفاعل والمشاركة بين مستخدميها، وهو ما مكّن المنظمات الحكومية من التواصل مع الجمهور بشكل فعال ومستمر، وخلق مساحات من الحوار المتبادل، ومكنها أيضاً من التعرف على آرائه وانطباعاته، وهو ما دفع هذه المنظمات الحكومية إلى الاهتمام بتعدد منصاتها وإنشاء حسابات لها تحقيقًا للمميزات التفاعلية التي تقدمها، والتي تسمح بتبادل المعلومات والتفاعل بين الأفراد المشاركين. بالكيفية التي يريدونها وفي التوقيت الذى يختارونه، وتمتاز هذه المنصات بقدرة مستخدميها على إنشاء المحتوى والإضافة إليه.

وأشارت دراسة **على الجودر (٢٠٢٠م)** إلى الدور المحوري الذي تلعبه **وسائل التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال الحكومي** في مملكة البحرين، وإمكانية أن تقود وسائل التواصل الاجتماعي عملية التحول في واقع الاتصال الحكومي الراهن، و**توصلت الدراسة** إلى أن أكثر من ٦٠٪ من مجمل المبحوثين الذين شملتهم الدراسة التحليلية يستقون المعلومات الحكومية بشكل رئيسي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية وغير الحكومية، وأن أبرز العوامل المؤثرة في نجاح عملية الاتصال الحكومي للبحرين من خلال منصات وسائل التواصل الاجتماعي هي: سهولة استخدام الروابط التشعبية والبينية من قبل المستخدمين بالإضافة إلى المشاركة التفاعلية بين هذه الجهات الحكومية والجمهور والشفافية فيما ينشر على هذه المنصات، وتوصلت الدراسة إلى تصميم نموذج الإطار التنفيذي الموحد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للجهات الحكومية من حيث المحتوى المؤثر الذي يجب أن يرتكز على سهولة الروابط والوصول، والمشاركة التفاعلية، والشفافية والبساطة في جميع ما يطرح، وهي العناصر المؤثرة في عملية الاتصال الحكومي. [٢٨]

وقد ازداد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الحكومات حول العالم، وخاصة في وقت المخاطر سيما وأن هذه الوسائل تدعم احتياجات الجماهير للوصول للمعلومة بسهوله وآنية، خاصة وأن المخاطر والأزمات هي أوقات حرجة بالنسبة للحكومات، ومن ثم فإن الحكومات بحاجة إلى وسائل تعزز الحاجة لوصول المواطنين للكشف عن المعلومات، وإظهار التزام الحكومة، وزيادة مستوى استعداد المواطنين ووعيهم بالموارد، ولاشك أن المخاطر الصحية هي أصعب المخاطر التي يمكن أن تواجه الحكومات، وكشفت دراسة **Johnes S CL et el (2015)** إلى أن الجماهير لديها ميل أكبر للاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط بحثاً عن المعلومات الصحية ولكن أيضًا بحثًا عن

دعم معنوي ونفسي؛ لتجاوز الصدمة النفسية التي خلقتها جائحة كوفيد ١٩ لدى البعض وسعيًا لتقليل حدة التوتر وتقليل المخاوف[٢٩]، كما أكدت **Lameiras, Mariana et al (2018)**، على أن وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهم وسائل الاتصال الحكومية التي لابد أن تتسم بالدقة والوضوح والشفافية والمصداقية في كل ما يبث، كما أنها تعزز من المشاركة الإلكترونية، بما يعني إمكانية الاعتماد عليها كقناة للتواصل المباشر مع الجمهور والتأثير فيه، وتشجيعه على تبنَّي وقبول السياسات والقرارات وتفهمها[٣٠].

وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي ليس بأداة جديدة، فقد تم توظيفها من قبل في أزمات صحية، وكوارث طبيعية مثل الزلازل والبراكين والفيضانات والأعاصير لرصد المواقف المتطورة، وإصدار المعلومات، وتقديم التوجيه، ومراقبة الرأي العام والاحتياجات، وتصحيح المعلومات الخاطئة والشائعات، وتعبئة الموارد المحلية لتوسيع نطاق الاستجابة لحالات الطوارئ[٣١].

ولاشك أن وسائل التواصل الاجتماعي أخذت بعدًا آخر أكثر أهمية جراء جائحة كورونا في مارس ٢٠٢٠م حينما أعلنت منظمة الصحة العالمية أنه تم تصنيف كوفيد ١٩ على أنه وباء عالمي مما شكل تحدياً جديداً حول العالم في الأسابيع التي تلت ذلك، واتخذت الحكومات الوطنية خطوات مهمة للحد من انتشار الفيروس بينما قامت السلطات المحلية بنقل المعلومات المتاحة، وتطبيق التدابير على المستوى الوطني محليًا، واتخاذ تدابير محددة بنفسها. واجهت الحكومات المحلية بسرعة مجموعة متنوعة من المواقف اعتمادًا على شدة تفشي المرض، والتركيب السكاني، واحتياجاتها الخاصة والموارد المتاحة. تأثرت بعض البلدان بسرعة بالفيروس، بينما لم يبلغ البعض الآخر عن حالة واحدة إلا بعد عدة أسابيع أو حتى أشهر من تفشي المرض الأولي. جعلت أزمة الصحة العامة العالمية طويلة الأمد هذه حاجة ملحة وملحة للوصول بسرعة وفعالية إلى المواطنين، وأصبح توفير الخدمات عن بُعد هو السبيل الوحيد للحفاظ على استمرارية الخدمات العامة. في الوقت نفسه، حيث يبدو أن التأثير الاجتماعي يلعب دورًا مهمًا في تشكيل القيم والمواقف العامة والسلوكيات الاجتماعية والصحية والنتائج أثناء جائحة COVID-19، ولاشك أن زيادة مشاركة المواطنين يمكن أن تكون فعالة في الوقاية ومكافحة الأمراض والتثقيف الصحي نتيجة لذلك.[٣٢].

الدراسات السابقة:

تنوعت وتباينت الدراسات التي تطرقت للاتصال الحكومي وفاعليته ومحدداته خلال جائحة كوفيد ١٩ ومن خلال الاطلاع على الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما:

أولا: الدراسات التي تناولت أهمية دور الاتصال الحكومي الرقمي خلال جائحة كوفيد ١٩.

ثانياً: الدراسات التي تناولت فاعلية منصات التواصل الرقمي على تنوعها خلال الجائحة وتأثيرها على الجمهور.

وتعرض الباحثة فيما يلي مجموعة من هذه الدراسات السابقة والمتعلقة بالمحور الأول، حيث أشارت (2021) Sanjeev M.A et.el إلى أن الاتصالات الحكومية الفعالة وقت المخاطر والأزمات من شأنها العمل على إنجاح عملية إدارة المخاطر وتجاوزها، كما أنها تعد وسيلة حيوية من خلال توفير وسائل للتعرف من خلالها على ردود أفعال الجماهير تجاه الإستراتيجيات الاتصالية المطبقة، إلى جانب دورها مع أصحاب المصالح من خلال منظومة اتصالات متكاملة معهم، وخاصة مرحلة ما قبل المخاطر وأثناء التعرض للمخاطر لتعظيم قدرتهم في التفاعل وتجاوز تلك المخاطر مع المنظمة، وأكدت الدراسة على أن الاتصالات الحكومية الفعالة من شأنها العمل على التأثير في الجماهير وإقناعهم بالسلوكيات الآمنة بما يدعم سمعة الحكومة[٣٣].

وكشفت (2021)Pham Tien Thanh, Le Thanh Tung عن أن الاتصال الحكومي أثناء المخاطر من شأنه العمل على تشجيع الجمهور على الاستجابة بفاعلية والتحول من السلوك الواعي إلى السلوك المدرك للخطر، كما توصلت الدراسة إلى أن التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي أثناء المخاطر يضفى على الجمهور إحساسًا بالطمأنينة بشكل كبير، كما أكدت الدراسة على أهمية الاتصال الحكومي الفعال خلال المخاطر والأزمات، وفي المراحل التي تليها على أساس الشفافية والوضوح، هو أمر أساسي لبناء علاقات قوية مع الجماهير وسعيًا لتحقيق ضمان وحماية وسلامة الجماهير وخاصة أن أوقات المخاطر والأزمات تتطلب السرعة والشفافية والوضوح في نقل الرسائل الاتصالية الموثوقة [٣٤]، **أما دراسة (2021) Ochega Ataguba. & John Ataguba** فقد عززت من فاعلية الاتصال الحكومي وخاصة في الدول العربية، في ظل الوتيرة المتسارعة لكوفيد ٢٠١٩م، حيث واجهت الحكومات تحديات عديدة فرضت ضرورة فرض منظومة اتصال لمواجهة الأخبار الزائفة والمضللة والتي قد تنعكس سلبًا على الجماهير وقت المخاطر، وركزت الحكومات من خلال اتصالاتها على بث التنويهات الخاصة بإجراءات التباعد الاجتماعي، والنظافة الجيدة وتجنب التجمعات الكبيرة وإلغاء الاحتفالات وإغلاق المدارس والمطاعم بشكل تام، وعلى الرغم من أن العديد من الدول تبنت ومازالت تتبني استراتيجيات اتصالية مختلفة خلال أزمة فيروس كورونا؛ إلا أن التواصل الفعال للحكومات خلال المخاطر سيؤدي إلى بناء الثقة والمصداقية والصدق والشفافية، وأكدت الدراسة على أهمية تعزيز وتحسين فعالية الاتصالات الحكومية على مستوى الدول النامية [٣٥]، **وأوضحت دراسة (2021) Lei Jiang et al** أن دور الاتصال الحكومي يتباين من دولة لأخرى وفقًا لفعالية الاستجابة للخطر وقت الجائحة، ويعني مصطلح الاستجابة للمخاطر سرعة وفاعلية الاستجابة من قبل الحكومات بعد وقوع الحدث الذي يشكل خطراً، وهو ما يرتبط بحجم التعرض للمخاطر إزاء كوفيد ١٩

من حيث مستوى ودرجة التأثر ونوع الحساب والمقالات ومعدل نشر المنشورات وهو ما سيؤثر على المستقبلين وهو ما يجب أخذه في الحسبان، ولتجنب نشر المعلومات المغلوطة للجمهور[٣٦].

ورصدت دراسة (2020) Tom Christensen and per Lagarde تبنّي الاتصال الحكومي في النرويج لاستراتيجيات اتصالية أثبتت نجاحها مع الجمهور قوامها الصدق والصراحة والوضوح، ومن ثم كان تطبيقها لاستراتيجيتي "فرض القيود الصارمة " و"استراتيجية المكافحة" لاقى قبولاً وترحيبًا والتزامًا من قبل الجماهير وهو ما جعلها تجربة ناجحة في إدارة الأزمة، يبدو أن فهم السلطات للوضع قد عزز ثقة المواطنين في الحكومة وشرعية الحكم، وركز النهج النرويجي بشدة على الجانب الصحي ولكنه في الوقت نفسه كان قادراً على تخصيص ما يعتبره موارد حكومية كافية وحزم تحفيز لمساعدة المتضررين وإعادة تشغيل الاقتصاد[٣٧].

وأشارت أيضًا دراسة **(2020) Alia Pramiyanti et al** لأهمية **دور الاتصال الحكومي** من خلال المحتوى المعلوماتي المقدم والذي لابد أن يتسم بالشفافية والوضوح لكسب ثقة الجماهير، مما ينعكس على الثقة في الحكومة خاصة وقت المخاطر والأزمات، وبدلاً من أن تلعب هذه المنصات دورًا مزدوجًا في تقديم المعلومات والترويج للشائعات في آن واحد، عليها أن تلعب دورًا واحدًا يتسم بالنزاهة والوضوح والشفافية والتعاطف مع الجماهير خلال تقديم الرسائل المعلوماتية الآمنة[٣٨]، وتناولت **دراسة (2020)Haddy Jallow et al** عددًا من الاعتبارات الواجب مراعاتها في الاتصال الحكومي، أبرزها تحقيق التوازن بين احتياجات المواطنين وتوقعاتهم، مع التأكيد على أن توفير البيئة الصحية الآمنة التي تعد من الأولويات القصوى للحكومات، ويظهر ذلك بوضوح من خلال تقديم المعلومات ومشاركة الجماهير لكافة الحقائق والمعلومات والقضايا المتعلقة بكوفيد ١٩[٣٩]، وأكدت دراسة **(2020) BVenkatashiva Reddy and Arti Gupta** على أهمية الاتصالات الفعالة المتكاملة والشاملة خلال الجائحة، لتقديم خدمة معلوماتية للجماهير تشمل جمع المعلومات وتبادلها وتقديم المشورة المناسبة للعزل والحجر الصحي، وتطوير العلاقات مع المرضى، كما أكدت الدراسة على أهمية المحتوى المقدم من حيث الدقة والوضوح والشفافية [٤٠].

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت فاعلية منصات التواصل الرقمي على تنوعها خلال الجائحة:

رصدت دراسة (2021) Stefano Landi et al أهمية المحتوى المقدم والمنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الجمهور خلال المخاطر والأزمات، حيث أدت عملية الرقمنة المستمرة للحياة اليومية إلى زيادة قنوات الاتصال، وزيادة الفرص الجديدة لمشاركة المستخدمين لبناء خطاب مشترك قائم على التواصل الحواري وثقافة المشاركة[٤١]، **وأبرزت دراسة Jaffar Abbas et al (2021)** الدور المؤثر لمنصات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا من خلال تقديم المعلومات الصحيحة حول الجائحة وسبل الوقاية، علاوة على تقديم حزمة من النصائح التوعوية، والبدائل الإيجابية

بتحسين أنماط الحياة النفسية والجسدية وخاصة في ظل الفترات الطويلة للإغلاق التي تعرضت لها العديد من الدول ونتج عنها أزمات عديدة أثرت على كافة المستويات كما أثرت على جودة الحياة، كما أنها وسيلة سهلة للوصول إلى المعلومات وتخفيض حدة القلق والتوتر المرتبط بالجانب الصحي [٤٢]، **في حين أن دراسة (2021) Anna Gorska et al** سلطت الضوء على كفاءة استخدام الاتصال الحكومي في بولندا لمنصات التواصل الاجتماعي بفاعلية في إدارة الأزمة كوفيد ١٩، من خلال الاتصال الفعال مع الجماهير بنزاهة وشفافية ووضوح حرصاً على سلامتهم وأمنهم الصحي وكانت الاستراتيجية الاتصالية الأبرز هي Together communication strategy، مما ساعد في توطيد العلاقة القوية بين الجماهير ووسائل التواصل الاجتماعي خلال الجائحة[43].

ورصدت **دراسة (2020) ,Svenja Boberg et al**الدور الفاعل والمؤثر لوسائل التواصل خلال جائحة كورونا، وكشفت عن أن منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيس بوك (محل الدراسة) كان لها دور مؤثر وغير مسبوق مقارنة بالوسائل التقليدية، فكان عنصر السرعة والآنية محورًا أساسيًا خلال الجائحة، ورغم أن هناك أيضًا تأثيرات سلبية للشائعات وانتشارها عبر وسائل التواصل[٤٤]، **كما أشارت دراسة " (2020) Lifang Li et al لأهمية** تحليل المناقشات التي تطرح حول فيروس كورونا على موقع التواصل الاجتماعي" Weibo" في الصين، وتم تقسيم هذه المعلومات إلى سبع معلومات موقفية، وتوصلت الدراسة إلى وجود خصائص للمعلومات التي تم إعادة نشرها، أهمها احتواؤها على مستجدات الموقف والتبرعات ونقد السلطات الصحية، كما أوضحت الدراسة فهم الحكومة الجماهير واتجاهاتهم نحو الاستجابة للاستراتيجيات الاتصالية التي طبقتها الحكومات للتعريف والمساعدة والبحث والتبرع ومكافحة محاولات إلقاء اللوم والشائعات وتحسين استراتيجيات نشر المعلومات خلال الجائحة[٤٥].

وأكدت دراسة (2020) Xuehua Han التي هدفت لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحليل الرأي العام المرتبط بجائحة كوفيد ١٩-، على دور الحكومة الصينية في تعزيز الاستجابة للرأي العام بشكل تبادلي من خلال بث معلومات وحقائق تحمل قدراً من الشفافية والنزاهة حول الفيروس المستجد، إضافة إلى التفاعل مع الرأي العام من خلال توجيه النداء وطلب المساعدة بالتبرعات والمساعدة الطبية وتقديم فرص العمل لمن تضرروا جراء الجائحة، فالرأي العام يشكل قوة مؤثرة كبيرة على الحكومات خلال المخاطر والأزمات، وأيضاً عملت الحكومة الصينية على تنويع المضامين المقدمة عبر نصوص Weibo كمنصة تواصل اجتماعي في الصين، والتي تنوعت بتنوع مراحل انتشار وباء كوفيد ١٩ في الصين[٤٦]، في حين أن دراسة (2020). **Rajesh Prabhakar Kaila and A. V**، أشارت إلى أن الحكومة الصينية وظفت منصة "تويتر" لتدفق المعلومات الخاصة بجائحة كورونا، وكانت المعلومات دقيقة بشكل كبير وعلى قدر كبير من الثقة من قبل الحكومة، وهي بذلك عملت على تخفيف حدة المشاعر السلبية مثل الخوف والموت بشكل فعّال من خلال بث تغريدات تحمل معلومات دقيقة للغاية لطمأنة المواطنين.[٤٧]

وكشفت دراسة (2020) Viet-Phuong La et al عن دور الاتصال الحكومي السريع والآني في الفيتنام في الاستجابة للجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التعامل مع جائحة كوفيد ١٩، وهو ما بدا من خلال استجابة الحكومة وتعاون المواطنون، وذلك سعيًا من الحكومة في أن تظل الأمور الصحية تحت السيطرة تماماً ومن منطلق الحرص على تحقيق الاستدامة الصحية خلال جائحة كوفيد ١٩، وتمثلت هذه الاستجابة في منع الأخبار الزائفة، تقديم معلومات عن كيفية الوقاية، آلية عمل للاستجابة للجائحة، التحكم في الأسواق وفق إجراءات احترازية وتباعد اجتماعي، إعلانات إعلامية، إجراءات منع السفر، قرارات بالإغلاق.[٤٨]

أما دراسة عبد العزيز بن الشلهوب ٢٠٢٠م، فأكدت على الموقع الرسمي لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية إضافة إلى منصة تويتر؛ هي الوسائل الرقمية الأبرز في حصول الجمهور على معلومات وحقائق فيما يتعلق بفيروس كورونا، وتنوعت الأنماط والقوالب التي حرص الجمهور على مشاهدتها عبر الموقع الإلكتروني ومنصة التواصل الاجتماعي بين مقاطع الفيديو والصور والرسوم التوضيحية والرسوم البيانية والإنفوجرافيك؛ وأكدت الدراسة على أن اعتماد الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة السعودية يرجع إلى أن الفرد وقت الأزمات والمخاطر يبحث عن المعلومات التي نمن شانها أن تزيد من معرفته الصحية من خلال موقع دقيق وموثوق[٤٩].

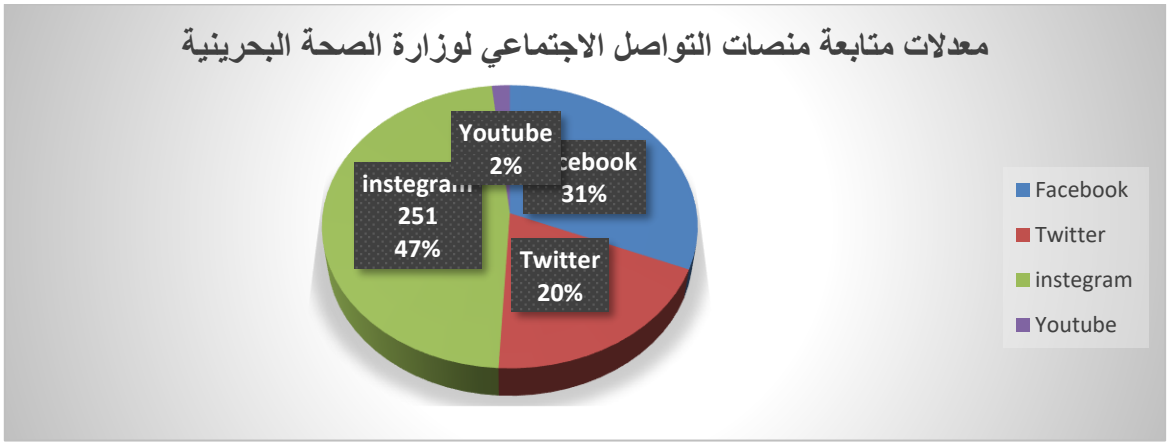
نتائج الدراسة:

١-التحليل والتوصيف الكيفي لصفحة وزارة الصحة البحرينية عبر منصة "الإنستغرام" من حيث عدد المتابعين:

واصل كوفيد ١٩ انتشاره في كافة أنحاء العالم في عام ٢٠٢١م ولكن من خلال ظهور سلالات ومتحورات جديدة منها دلتا وأميكرون، وواصلت الحكومات على مستوى العالم في التنسيق بشكل فاعل مع المنظمات الدولية والمحلية سعياً للسيطرة قدر المستطاع على هذا الفيروس من خلال حملات التوعية والالتزام بالإجراءات الاحترازية وإجراءات السلامة والتباعد الاجتماعي.

ورغم أن الاتصال الحكومي الصحي ممثلاً في وزارة الصحة البحرينية وظّف العديد من منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك **Followers١٦٩ K** ، **تويتر Followers١٠٥.٥** ، **اليوتيوب ٩.١١ ألف** مشترك إلا أن الإنستجرام حظى بالنسبة الأعلى **للمتابعة Followers 252 K** (ولاحظت الباحثة أن هذا الرقم في ازدياد وخاصة منذ شهر ديسمبر ٢٠٢١م وحتى منتصف يناير ٢٠٢٢م) وهي الفترة التي أجرت خلالها الباحثة التحليل الكيفي للصفحة؛ حيث بدأت الدولة اتخاذ إجراءات احترازية بالانتقال إلى مستوى الإشارة الصفراء نتيجة ازدياد أعداد الإصابة، إضافة إلى وجود تنويهات توعوية مكثفة حول ضرورة الحصول على الجرعة المنشطة من التطعيم، وهو ما يؤكد أن

معدلات المتابعة لمنصة الإنستجرام هي الأولى في مملكة البحرين وفقاً لموقع Datareportal.[٥٠] وهو ما يوضحه الشكل التالي:



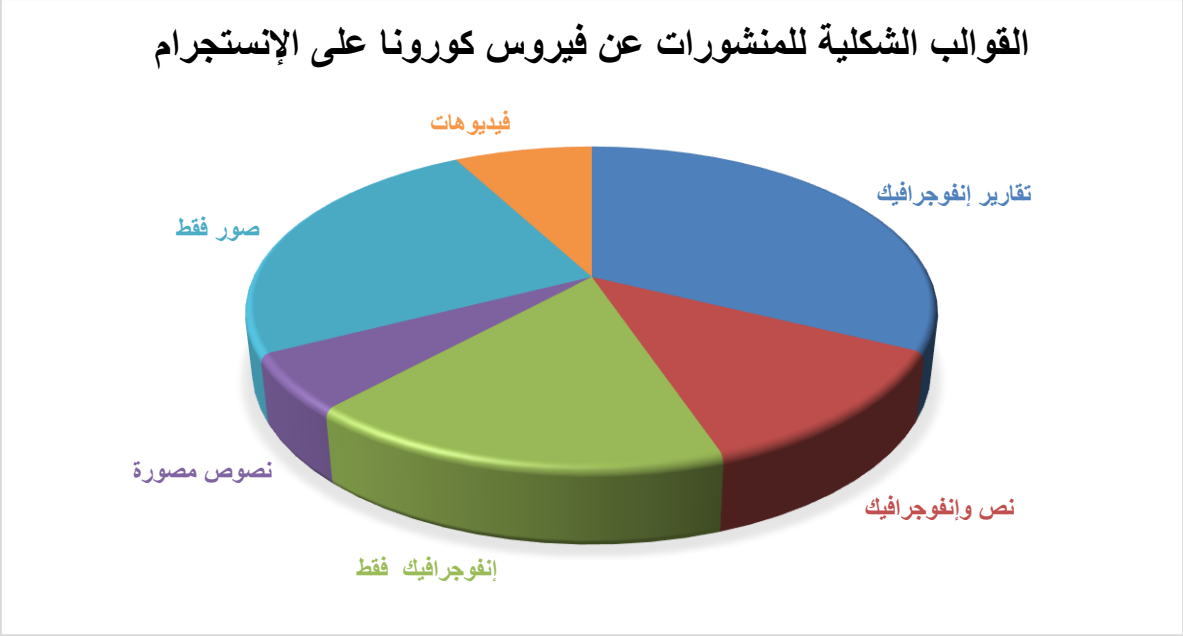
شكل رقم (١)

٢-الصورة الشخصية لحساب وزارة الصحة Profile Photo

حرصت وزارة الصحة على وضع شعار "**حماية والتزام**" لتعكس أهمية تحقيق الحماية للجمهور بالتطعيم والجرعة المنشطة والالتزام بالإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي في إطار منظومة صحية تحقق الأمن الصحي لجميع أفراد المجتمع، وهذا ما يعكسه الشعار "حماية والتزام" وهو ما توضحه الصورة التالية:

٣-القوالب الشكلية للمنشورات عن "فيروس كورونا" عبر صفحة وزارة الصحة على الإنستجرام:

بلغ عدد المنشورات على صفحة الإنستغرام خلال فترة التحليل ٤٢٤ منشوراً تناولت فيروس كورونا وتنوعت بين تقارير إنفوجرافيك، نص وإنفوجرافيك، إنفوجرافيك (توعوي /تعريفي /تحذيري)، نصوص مصورة، صور فقط، وفيديوهات، يوضح الشكل التالي رقم (٢) أبرز القوالب الشكلية الموجودة على حساب الإنستجرام الخاص بوزارة البحرينية.



أ- **بشكل عام لاحظت الباحثة سيطرة الجرافيك كقالب جديد** في نسبة كبيرة من المضامين المتعلقة بفيروس كورونا مثل غلبة تقارير الإحاطة اليومية والتي جاءت في شكل جرافيك، والنصوص المصحوبة بأشكال جرافيكية، إضافة إلى أشكال الجرافيك (التي اشتملت على مضامين توعوية وتعريفية وتحذيرية) إضافة إلى الجرافيك التفاعلي أيضًا والتي شكلت نسبة ٦١.٧ من إجمالي القوالب الأخرى المستخدمة والتي شملت (الفيديوهات والصور والنصوص المصورة والتي شكلت جميعها نسبة ٣٨.٣٪، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإنفوجرافيك أحد الفنون الجاذبة التي تعمل على جذب القارئ من خلال تقديم المعلومة، عبر رسوم بيانية وأشكال بصرية لتسهيل عملية الفهم والاستيعاب للقارئ، عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في ظل تقديم المضامين ذات الصلة بالبعد الصحي كما هو الحال في جائحة كورونا؛ وهو ما رفع من معدلات المتابعة وخاصة لبعض المنصات ذات الطبيعة الخاصة مثل منصة الإنستجرام؛ والتي تعتمد بشكل أساسي على الصورة، وقد أكدت الدراسات على زيادة إقبال الجماهير على فن الإنفوجراف كنمط مستحدث وزيادة إقبالهم عليه، كون الإنفوجراف يحقق سرعة الاستيعاب وفهم المعلومات دون الحاجة إلى قراءة متعمقة للموضوعات[٥١]، ومن هذا المنطلق لاحظت الباحث من خلال التحليل الكيفي للقوالب والأشكال المقدمة أن وزارة الصحة استطاعت أن توظف الإنفوجرافيك بكفاءة وفاعلية في المضامين المقدمة عبر منصة الإنستجرام سواءً من خلال التقارير اليومية ومحتواها، أو من خلال صور جرافيك توعوي أو إرشادي أو تحذيري، أو من خلال الإنفوجرافيك التفاعلي، أو من خلال الإنفوجرافيك المصحوب بنصوص إخبارية.

ب- ويتضح من الشكل السابق؛ أن **الشكل الأكثر شيوعاً بين المنشورات على صفحة الإنستجرام هو تقارير الإحاطة** اليومية والتي جاءت على شكل إنفوجرافيك توضيحي التي بلغت نسبتها ٣٢.٣٪ وهي بشكل أساسي تعكس الحالات القائمة بالمستشفى والحالات الخاضعة للعناية المركزة، وحالات الكورونا

القائمة وأعداد المتعافين وأعداد الوفيات، إضافة إلى عدد الفحوصات اليومية وعدد الحاصلين على التطعيم من حيث الجرعة الأولى والجرعة الثانية والجرعة المنشطة.

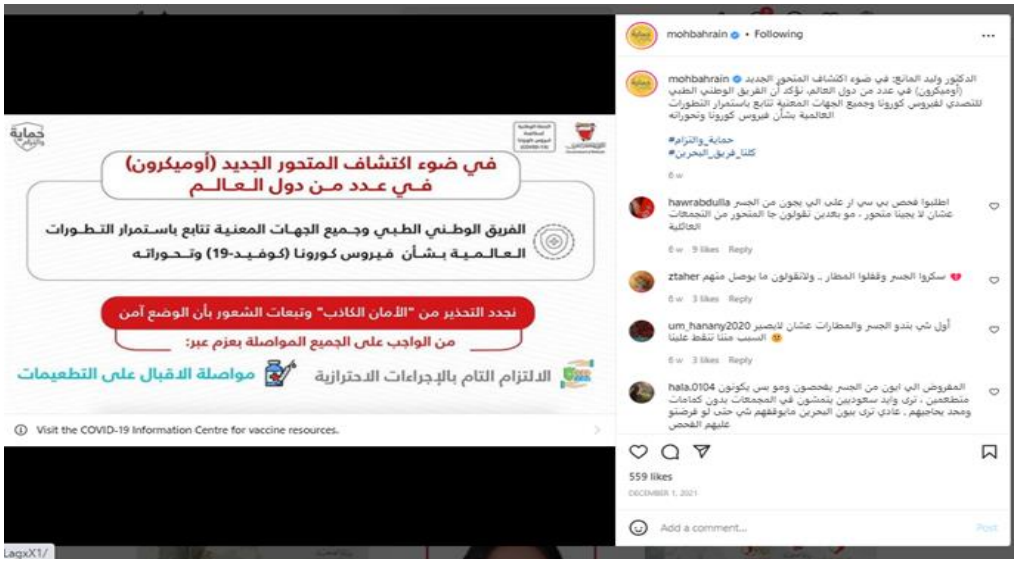
ج- جاءت "الصور" في المرتبة الثانية بنسبة٢٤.٤٪ من إجمالي القوالب والأشكال المقدمة عبر صفحة وزارة الصحة على الإنستجرام، وجاءت الصور بنسبة كبيرة لتبرز مضامين متنوعة ومختلفة منها صوراً تبرز استمرار الإقبال على الحملة الوطنية للتطعيم لمختلف فئات الجماهير، علاوة على صور لسمو ولي العهد رئيس مجلس الوزراء الأمير "سلمان بن حمد" وهو يحصل على الجرعة المنشطة من التطعيم المضاد لفيروس كورونا، علاوة على صور إرشادية لضرورة الالتزام بمعايير التباعد الاجتماعي من حيث ارتداء الكمامة، تجنب ملامسة الأشخاص، غسل وتعقيم اليدين، ترك مسافة في الأماكن العامة، إضافة إلى صور للالتزام بالتباعد في أماكن العمل، وصور شكر وعرفان للعامين في المجال الطبي في مملكة البحرين، كما تضمنت الصور تفعيلاً للإجراءات الحكومية-التي تم تطبيقها بدءاً من ١٩ ديسمبر في التحول للعلامة الصفراء وفقاً للإشارة الضوئية المعمول بها في المملكة من حيث ازدياد أعداد المصابين-بإغلاق محال مخالفة لمعايير تطبيق شروط العلامة الصفراء بمنع الدخول إلا لمن هم حاصلين على التطعيمات والجرعة المنشطة، وتظهر الصور التالية عددًا من الصور التي تم تحليلها خلال فترة التحليل.

التباعد في أماكن العمل

إغلاق المحال المخالفة لاشتراطات الإشارة الصفراء

د- أظهرت نتائج التحليل أن "**الإنفوجرافيك** فقط" جاء بنسبة ١٦.٩٪ من إجمالي القوالب والأشكال المقدمة عبر منصة الإنستجرام، وقدمت بعضًا منها باللغة العربية والإنجليزية في ذات الوقت، سواءً كان هدفها **معلوماتيًا** من خلال أهمية التطعيم وأهمية الحصول على الجرعة المنشطة، إضافة إلى معلومات حول الاشتراطات الصحية الواجب تطبيقها في المطاعم والمقاهي وفق المستوى الأخضر، أهمية الفحص المختبري للقادمين إلى مملكة البحرين، معلومات حول تطبيق مجتمع واعي، علاوة على إنفوجرافيك تفاعلي حول ضرورة اتباع الاشتراطات الصحية الواجب تطبيقها في التسوق، ومعلومات حول اعتماد شهادة التطعيم إضافة إلى إنفوجرافيك حول معايير الحصول على الجرعة المنشطة، وإنفوجرافيك حول نص تحديث بروتوكول المخالطين للحالات القائمة وتغيير لون تطبيق مجتمع واعي، ومعلومات حول أبرز المحاور التي تخلص إليها المؤتمرات الصحفية، أما عن **الإنفوجرافيك الإرشادي** فتضمن إرشادات

عن كيفية التسجيل للحصول على الجرعة المنشطة، وإجراءات الدخول إلى مملكة البحرين عبر مطار البحرين الدولي، علاوة على إرشادات متعلقة بتحديث الإجراءات الاحترازية في المساجد وفقاً للمستوى الأخضر وإرشادات أخرى حول مراكز الفحص من المركبات وغيرها، أما عن **الإنفوجرافيك التحذيري** فجاء للتحذير بشكل أساسي من الإحساس بالأمان الكاذب وأن الوضع الصحي آمن.



هـ-النص المصاحب للإنفواجرافيك جاء في المرتبة الرابعة بنسبية ١٣٪ من إجمالي القوالب والأشكال المقدمة عبر منصة الإنستجرام، وتضمنت مضامين النصوص المصاحبة لرسم جرافيكي مضامين متنوعة **حول التأكيد** على الإجراءات المتعلقة بالإجراءات الاحترازية في المدارس، وحث أولياء الأمور على تطعيم أبنائهم من سن ٣ إلى ١١ سنة من أجل الحفاظ على صحتهم وسلامتهم ،تكثيف حملات التفتيش للتأكد من الالتزام بمعايير الصحة العامة وتنفيذ إجراءات الفحص الدوري للعاملين، إضافة إلى محتوى أو نصوص متعلقة بإتاحة الجرعة المنشطة للتطعيمات وفقاً لمعايير محددة إضافة إلى محتوى متعلق باعتماد آلية الإشارة الضوئية لمستوى انتشار الفيروس وفق المتوسط اليومي لعدد الحالات، وإجراءات شؤون الطيران المدني حول تحديث إجراءات الدخول لمملكة البحرين عبر مطار البحرين الدولي وغيرها من الأمثلة.

و-الفيديوهات: جاء إجمالي الفيديوهات المنشورة على مدى فترة التحليل ٨٪ من إجمالي القوالب والأشكال عبر منصة الإنستجرام، فيديو تنوعت مضامينها موضوعات مختلفة منها فيديوهات توعوية عن أهمية الحصول على الجرعة المنشطة، وفيديوهات إعلامية عن مستجدات فيروس كورونا، فيديوهات تحذيرية من الأمان الكاذب، فيديوهات معلوماتية عن متحور أوميكرون، فيديوهات تبرر الانتقال بالإشارة الضوئية للمستوى الأصفر.

ي-جاءت **النصوص المصورة** لتشكل نسبة ٦٪ من إجمالي القوالب والأشكال المقدمة عبر منصة الإنستجرام، وتنوعت مضامينها بين نصوص مصورة حول إتاحة الجرعة المنشطة من التطعيم، وحث أولياء الأمور على تطعيم أبنائهم، إضافة إلى إبراز الدور الفاعل لفريق البحرين الطبي.

٤- استراتيجيات الاتصال الحكومي المطبقة من قبل وزارة الصحة بمملكة البحرين:

قامت الباحثة بتحليل صفحة وزارة الصحة بمملكة البحرين عبر الإنستجرام خلال الفترة من أول سبتمبر ٢٠٢١م وحتى ١٥ يناير ٢٠٢٢م، والتي تضمنت منشورات خاصة بكوفيد ١٩، وخلال فترة

التحليل؛ أعلنت وزارة الصحة عن رصد حالة قائمة بفيروس كورونا (أوميكرون) النسخة المتحوّرة الجديدة من (كوفيد-١٩) لشخص قادم من خارج مملكة البحرين يوم ٢١ نوفمبر ٢٠٢١م ومن ثم اختلف محتوى المضامين المقدمة عبر الصفحة من خلال تكثيف التوعية بضرورة الحصول على الجرعة المنشطة واتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية وغيرها من الإجراءات.

ومن خلال التحليل الكيفي للمنشورات ومن خلال الاستعانة بنموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات Crisis and Emergency Risk Communication Model تم تحديد عدد من الاستراتيجيات الاتصالية المطبقة وهي :[٥٢]

- **استراتيجية تخفيض الغموض Reducing Ambiguity** وحققت النسبة الأعلى في الاستراتيجيات المطبقة بنسبة ٥١٪، وتعني إزالة الغموض فيما يتعلق من بيانات وحقائق ومعلومات تنشر بحيث يمكن للجماهير استجلاء الحقائق والمعلومات من المصادر الموثوقة ومن خلال التحليل؛ وجدت الباحثة أن هذه الاستراتيجية ظهرت بوضوح من خلال تقارير الإحاطة اليومية المنتظمة عن الحالات والإصابات وأعداد الوفيات وعدد من حصلوا على التطعيمات والجرعات المنشطة -المعلومات عن الفيروس أو متحور أوميكرون، معلومات حول كيفية الوقاية وتطبيق كافة الإجراءات الاحترازية في أماكن العمل والتسوق، أهمية الجرعات المنشطة وأهميتها ونوعية التطعيمات المتاحة وكيفية التسجيل لتلقي التطعيم والجرعات المنشطة، كما اشتملت الاستراتيجية على تخفيض الغموض فيما يتعلق بتطعيم الأطفال من الفئات العمرية من سن ٣ إلى سن ١١ عامًا وتوضيح أهمية هذا التطعيم في رفع مناعة الأطفال ضد الفيروس ووقايتهم منه وتخفيف الأعراض والمضاعفات إضافة إلى تخفيض الغموض من خلال توضيح الاشتراطات الصحية للمستوى الأخضر من حيث فتح القطاعات والأنشطة المختلفة، وأيضًا تخفيض الغموض فيما يتعلق بالمستوى الأصفر، **وهو ما يتفق مع دراسات كل من Lameiras M.et al (2018)**[٥٣]، **ودراسة Anna Gorska et al,(2022).**[٥٤] ودراسة **Tom Christensen and per Lagarde**[٥٥]، ودراسة(٢٠٢٠م). Alia Pramiyanti et al[٥٦]، **والتي** أكدت جميعها على أن وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهم وسائل الاتصال الحكومية التي لابد أن تتسم بالدقة والوضوح والشفافية والمصداقية في كل ما يبث؛ حيث أن الشفافية والوضوح، هو أمر أساسي لبناء علاقات قوية مع الجماهير وسعيًا لتحقيق ضمان وحماية وسلامة الجماهير من خلال تقديم الرسائل المعلوماتية الآمنة.

-**استراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة Promote Effective Healthy Behaviors: جاءت استراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة في الترتيب الثاني من حيث كثافة الاستخدام شكلت نسبة ٢٠٪ من إجمالي عدد الاستراتيجيات المطبقة، ويقصد بهذه الاستراتيجية حث الجمهور على الالتزام بالإجراءات الاحترازية والسلوكية حماية ضد المخاطر، وأيضًا مشاركة في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وحماية له، من خلال عدة شعارات منها "رحم نفسك وأسرتك"، "التطعيم حماية"" الجرعة**

التنشيطية حماية" وطبقت هذه الاستراتيجية من خلال المنشورات الداعمة لنشر الوعي الصحي والسلوكيات الفعالة مثل: الحرص على ارتداء الكمامة في كل مكان والالتزام بإجراءات التباعد الاجتماعي في أماكن العمل والتسوق، والحث على الحصول على التطعيم والجرعات المنشطة من خلال إبراز صور لمواصلة إقبال الجماهير على الحصول على التطعيم والجرعات المنشطة، واتضحت أيضًا هذه الاستراتيجية من خلال حث أولياء الأمور على تطعيم أبنائهم، وهو **ما يتفق مع دراسة Sanjeev M.A et.el (2021)** والتي أكدت على أن الاتصالات الحكومية الفعالة من شأنها العمل على التأثير في الجماهير وإقناعهم بالسلوكيات الآمنة بما يدعم سمعة الحكومة[٥٧].

وترى الباحثة أن تطبيق وزارة الصحة لاستراتيجية الترويج للسلوكيات الفعالة بنسبة ٢٠٪ أمر منطقي، كون الاعتماد على استراتيجية "تخفيض الغموض" بكثافة وبنسبة ٥١٪، واستجلاء الحقائق من خلال التقارير اليومية والشفافية والمصداقية أدى بالتبعية للالتزام الشخصي من كافة الفئات الجماهيرية بكافة الإجراءات الاحترازية وإجراءات التباعد والحرص على الحصول على التطعيمات والجرعة المنشطة، ومن ثم فإن الحكومة جعلت الجماهير شركاء فاعلين في المسؤولية تجاه أنفسهم وتجاه المجتمع، وبالتالي جاءت استراتيجية الترويج للسلوكيات الفعالة لتحظى بنسبة أقل ٢٠٪ كون الجماهير لديهم بالفعل سلوكيات إيجابية فعالة وكانوا بحاجه لتوظيف أقل أو تذكير أقل بها وخاصة أن لديهم وعيًا مسبقًا عن الفيروس ساهمت فيه الوزارة من خلال المضامين المقدمة عبر منصة الإنستجرام.

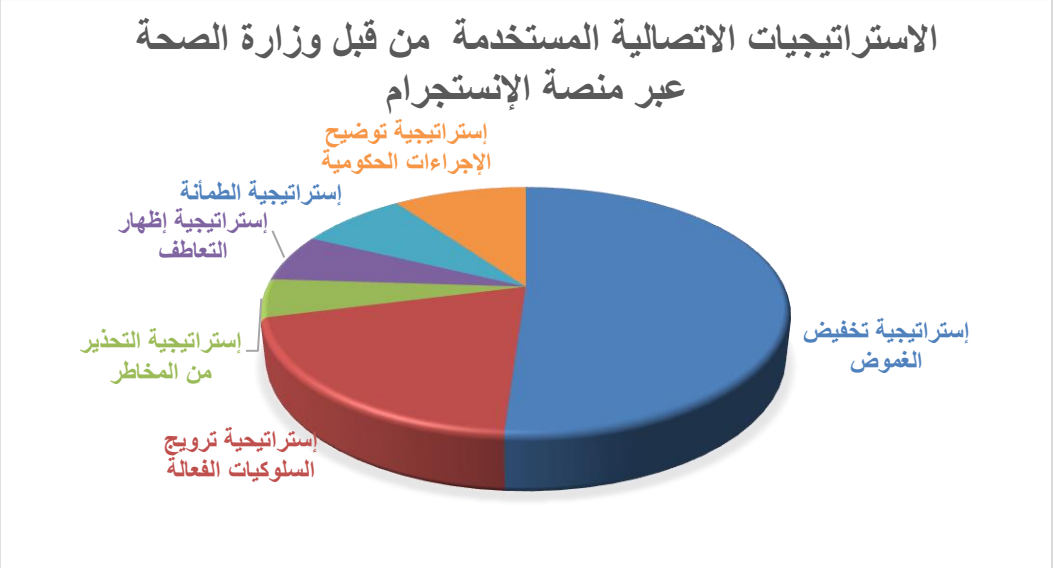
- **استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية** Clarification of government measures وطبقت هذه الاستراتيجية بنسبة ١٠٪ من إجمالي الاستراتيجيات الاتصالية التي طبقت، وتعني إعلام الجماهير بكافة الإجراءات التي يتم إعلانها للجماهير للالتزام به أو تطبيقها وفقًا للوضع الصحي وحتى يمكن للجماهير فهم أسباب هذه الإجراءات وآلية تحديثها، وشملت هذه الاستراتيجية كافة الإجراءات التي سنتها الحكومة في شتى المجالات الاجتماعية، السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والسفر والتي تشمل فرض عقوبات على من لا يرتدون الكمامة وقرارات إغلاق المحال المخالفة لتعليمات الإشارة الضوئية الصفراء، والإجراءات التي فرضت وخاصة بإجراءات الأمن والسلامة في المدارس والمؤسسات الحكومية والخاصة، علاوة على القرارات الحكومية الخاصة بإجراءات الدخول إلى مملكة البحرين عبر المطار الدولي، والقرارات الخاصة بتحديث الإجراءات الاحترازية في المساجد وفقاً للمستوى الأخضر، والانتقال احترازيًا إلى الإشارة الضوئية الصفراء وغيرها من الإجراءات، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة **Xuehua Han (2020)** التي أكدت على دور الحكومة الصينية في تعزيز الاستجابة للرأي العام بشكل تبادلي من خلال بث معلومات وحقائق تحمل قدرًا من الشفافية والنزاهة حول الفيروس المستجد، إضافة إلى التفاعل مع الرأي العام من خلال توجيه النداء والتوجيهات الواجب الالتزام بها وطلب المساعدة بالتبرعات والمساعدة الطبية وتقديم فرص العمل لمن تضرروا جراء الجائحة[٥٨]، وأيضًا

دراسة**Rajesh Prabhakar Kaila and A. V. Krishna Prasad,** (2020) التي أشارت إلى أن الحكومة الصينية وظفت منصة "تويتر" لتدفق المعلومات الخاصة بجائحة كورونا، لبث تغريدات دقيقة للغاية لطمأنة المواطنين.[٥٩]

-استراتيجية الطمأنة Reassurance من خلال تقديم المعلومات والأخبار الصحيحة المطمئنة والتي تبعث فيهم روح الأمل والتفاؤل، وشكلت هذه **الاستراتيجية نسبة ٨٪** من الاستراتيجيات المطبقة، وشملت هذه الاستراتيجية كافة الأخبار والأنشطة والفعاليات عن وزارة الصحة والمرتبطة بالجائحة من خلال بث روح الطمأنة عبر صور لمن حصلوا على التطعيم لبث رسائل تحفيزية وطمأنة لمن لم يحصلوا على التطعيم بعد.

-استراتيجية إظهار التعاطف Empathy and Encouragement وشكلت هذه الإستراتيجية ٦٪ من هذه الاستراتيجيات، وتعني هذه الاستراتيجية تشجيع الممارسات الفعالة من كافة الهيئات القائمة على خدمة الجماهير جراء هذه الأزمة من خلال توجيه الدعم والشكر لهم، وبرزت هذه الاستراتيجية بوضوح من خلال توجيه الشكر لكافة الفئات العاملة في المجال الطبي في مملكة البحرين إضافة إلى الأطباء، وترى الباحثة أن هذه الاستراتيجية لها عظيم الأثر في نفوس العاملين في المجال الطبي خاصة كونها تعزز من الروح المعنوية للأطباء وقت الأزمات وبشكل كبير.

- استراتيجية التحذير من المخاطر Warning جاءت استراتيجية التحذير من المخاطر في المرتبة السادسة بنسبة ٥٪ فقط ويقصد بها التحذير من خطورة المرض أو متحوراته أو أعراضه وخلال التحليل، وتوصلت الباحثة أن هذه الاستراتيجية ظهرت بشكل واضح من خلال عقد مؤتمرات صحفية لتوضيح مرض أوميكرون وأعراضه والتحذير مما يطلق عليه "الأمان الكاذب وإحساس المواطن بالأمان"، وترى الباحثة أن هذه الاستراتيجية تم استخدامها بنسبة ضئيلة، كون ذلك يعكس وعيًا كبيرًا من قبل الجماهير في مملكة البحرين وبالتالي فلم تكن هناك حاجة لتطبيق هذه الاستراتيجية إلا بمقدار ٢٪ فقط لمجرد التذكير بعدم التراخي في تطبيق الإجراءات الاحترازية والالتزام بالتعليمات والتطعيمات والجرعة المنشطة.



الخاتمة:

أدى تطور تكنولوجيا الاتصال الرقمي وظهور وسائل الإعلام الاجتماعي لتغيير بيئة اتصالات الأزمة والقنوات الاتصالية التي يتم من خلالها بث الرسائل والاستراتيجيات الاتصالية للجماهير، فالسمات الخاصة بمنصات التواصل الاجتماعي قدمت أنماطًا جديدة للاتصال في مرحلة الأزمة ومرحلة ما بعد الأزمة، وأثرت على تفاعلات الجماهير مع هذه المنصات سلبًا وإيجابًا، ولاشك أن هذه الوسائل تلعب دورًا محوريًا في مراحل الأزمة المختلفة، من خلال تقديم مضامين مختلفة ومتباينة وفق إستراتيجيات اتصالية متنوعة، ومن خلال رصد آراء الجماهير وتعليقاتهم، ولا تقل أهمية هذه المنصات في مرحلة ما بعد الأزمة، حيث تلعب أيضًا هذه المنصات دورًا بارزًا في مواصلة تقديم إستراتيجيات اتصالية فاعلة ومؤثرة للجماهير حفاظًا على آمنهم الصحي.

ومن خلال الدراسة الحالية؛ نجد أن إستراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين حرصت على توظيف سبل الاتصال وخاصة الرقمي في توصيل المعلومات للجماهير بشكل فاعل ، والتوعية والحث بشكل مستمر ومتواصل على اتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية التي شأنها الحفاظ على صحة وسلامة المواطنين والمقيمين، وأيضًا عملت حكومة مملكة البحرين على تفعيل العديد من استراتيجيات اتصال المخاطر في الاتصال الصحي في تعاملها مع المواطنين والمقيمين على أراضيها لإدارة الجائحة كوفيد ١٩ بفاعلية، وحماية صحة ورفاهية الجماهير وفقاً للمعايير الدولية ومراعاة لسماتها وخصوصيتها العربية، وفي هذا الإطار لم تأل مملكة البحرين جهدًا ممثلة في حكومتها في توظيف كافة سبل الاتصال الرقمي للوصول الآمن إلى الجماهير وتقديم المعلومات فيما يتعلق بالتعامل مع الجائحة بفاعلية.

من خلال هذه الدراسة؛ نجح الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين في استخدام قوالب وأشكال عديدة ومتنوعة في تقديم مضامين متنوعة للجماهير خلال الجائحة.

- نجح توظيف "الإنفوجرافيك" في جذب انتباه الجماهير للمضامين المقدمة للجمهور باللغة العربية والإنجليزية ولعل السبب في ذلك يرجع لرغبة الحكومة لانتفاع أكبر قدر ممكن من الجماهير مما يقدم عبر منصة الإنستجرام خاصة في ظل وباء مثل الكورونا.
- **شهدت بعض الأشهر التي خضعت للتحليل؛ كثافة في المضامين المقدمة على تنوعها، مثل شهر سبتمبر وديسمبر** حيث بلغ عدد المنشورات خلال شهر سبتمبر **١٢٨** منشورًا ، يليه شهر ديسمبر حيث بلغ عدد المنشورات **١٠٣** منشورًا، وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى أن شهر سبتمبر تزامن مع دخول المدارس والجامعات والتحول إلى اللون الأخضر في الإشارة الضوئية، ومن ثم سعت وزارة الصحة عبر حسابها على الإنستجرام لتكثيف عدد المنشورات التوعوية بضرورة الحرص على الجرعات المنشطة، وحث أولياء الأمور على تطعيم أطفالهم من الفئات، وترجع الباحثة ارتفاع عدد المنشورات خلال شهر ديسمبر أيضًا لعدة أسباب منها بدء ظهور متحور أوميكرون، وارتفاع عدد حالات الإصابة، إضافة إلى التحول إلى المستوى الأصفر احترازيًا في الإشارة الضوئية، وهو ما دعا إلى تكثيف المحتوى المقدم عبر الإنستجرام سواء كان توعوي أو إرشادي أو تحذيري.
- تنوعت الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة ما بين "**استراتيجية تخفيض الغموض**"، "**استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية**"، "**استراتيجيات ترويج السلوكيات** الفعالة"، "**استراتيجية الطمأنة**"، "استراتيجية التعاطف والتشجيع"، و"استراتيجية التحذير من المخاطر".

توصيات الدراسة:

من خلال ما سبق نجد أن هناك العديد من التوصيات فيما يتعلق بتطوير منظومة استراتيجيات اتصال حكومي فعال لإدارة مخاطر الاتصال في حال أزمات مشابهة:

– أهمية تطوير منظومات الاتصال الحكومي بشكل مستمر ومتواصل، وتحديد سبل الاستجابة الفعالة للطوارئ والأزمات المختلفة في المجال الصحي..

– ضرورة التركيز على استخدام الإنفوجرافيك كقالب جذاب ولافت في توضيح البيانات والمعلومات التي يحتاجها الجماهير وقت الأزمات.

– الحرص على مبدأ الشفافية والوضوح والمصداقية بعيداً عن التضليل والمعلومات المغلوطة في اتصالات المخاطر خلال تفشي الأوبئة لتأسيس علاقة قوامها الثقة بين الجماهير والمنظمات الحكومية التي تمثل المصدر الأساسي للمعلومة حال الأزمات والمخاطر.

– ضرورة بناء علاقات تعاون مع المؤثرين في المجتمع الذين يملكون تأثيرًا مباشرًا على الجماهير، حيث يمكن الاستعانة بهم في تلك الأوقات لحث الجماهير مثلاً على الالتزام بكافة الإجراءات الاحترازية، وعم التخوف من الحصول على التطعيم وغير ذلك.

– الحذر من المبالغة في بث رسائل الخوف والفزع تجاه الجماهير لما لها من تأثيرات سلبية على نفسية الجماهير واستبدالها برسائل طمأنة ودعم.

– فتح قنوات اتصال مباشرة وسريعة وآنية مع الجماهير أوقات المخاطر للرد على تساؤلاتهم واستفساراتهم وهو ما يمثل نوعاً من الطمأنة للجماهير.

هوامش ومصادر الدراسة:

[1] -https://www.france24.com/ar/20200311-%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%86-%D8%AA%D8%B5%D9%86%D9%8A%D9%81-%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D9%83%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%AF-19-%D9%88%D8%A8%D8%A7%D8%A1-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A7

[2]-https://www.bbc.com/arabic/world-59681120

[3]-https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-59125358

[4]-https://www.bahrain.bh/new/ar/humanrights-covid_ar.html

[5]-https://www.bna.bh/.aspx?cms=q8FmFJgiscL2fwIzON1%2BDoFjl%2Bt3ijijjYx2cdaMYpw%3D.

[6]- https://www.who.int/ar/news/item/06-02-1442-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy.

[7]-Local Burden of Disease,(2021). “Mapping subnational HIV mortality in six Latin American countries with incomplete vital registration systems”. BMC Med. VOL.19,NO(1).

[8]-https://www.moh.gov.bh/COVID19/News

[9]-Klaus Krippendorff, (2004). “Content analysis: an introduction to its methodology”, Thousand Oaks, CA: Sage,P.205.

[10]-https://datareportal.com/reports/digital-2021-bahrain.

[11]- BARBARA REYNOLDS & MATTHEW W. SEEGER,(2005). “Crisis and emergency risk communication as an integrative model”, Journal of Health Communication, Vol. (10), NO.(1),pp.43-55.

[١٢]- نرمين علي عجوة (٢٠٢٠م). “استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية)” ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٥٤)، الجزء الرابع ، ص ص ٢٤٣٣-٢٤٩٤.

[13]– https://www.bu.edu/prlab/2021/04/20/the-role-of-crisis-communication-in-the-covid-19-pandemic.

[14]- Minjeong Kang et al, (2018). "From concerned citizens to activists: A case study of 2015 South Korean MERS outbreak and the role of dialogic government communication and citizens emotions on public activism". Journal of Public Relations Research, vol(30),NO.(5/6), PP.202–229.

[15]-https://www.igcc.ae/ar/about-us/publications.aspx.

[16]-https://www.igcc.ae/ar/about-us/publications.aspx.

[17]- Jolanda Jettene et al, (2020). “Together apart: the psychology of COVID-19”. Sage Publishing. Available at :https://www.socialsciencespace.com/wp-content/uploads/Together-Apart-Complete-ms.pdf.

[18]-Lei Jiang et al, (2021). “Emergency Response and Risk Communication Effects of Local Media during COVID-19 Pandemic in China: A Study Based on a Social Media Network.” J. Environ. Res. Public Health, Vol.(18), No.(20):10942.

[19]- Kajsa E. Dalrymple et al,(2016). “Facts, Not Fear: Negotiating Uncertainty on Social Media During the 2014 Ebola Crisis. Science Communication, vol (38), No. (4) pp.442–467.

[20]-World Health Organization. General information on risk communication. Available at: https://www.who.int/risk-communication/background/en/.

[21]-Togla Soyata et al. (2019)”Smart city in crisis: Technology and policy concerns, Sustainable Cities and Society, Vol,(50).NO. 101566

[22]-N. Lauran, et al , (2020).”Connecting social media data and crisis communication theory: A case study on the chicken and the egg” ,Journal of Risk Research, Vol,(23),No, (10) , pp. 1259-1277.

[23]-https://www.bahrain.bh/new/ar/humanrights-covid_ar.html.

[٢٤]-أحمد عطية ربيع الفايدي (٢٠٢١م)، أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية، https://www.ajsp.net/research/%D8%A3%D8%AB%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%A9.pdf.

[25]-https://www.moh.gov.bh/Content/Upload/File/637606924834999494-Infographic-COVID-19-alert-levels-v23.0.pdf.

[26]-**Miguel** Padeiro,et al,(2021).”Local governments' use of social media during the COVID-19 pandemic: The case of Portugal, VOL,(38),NO,(4).

[٢٧] –إيناس عبد الحميد الخريبي (٢٠٢١م) ، “دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الخوف أثناء المخاطر وتمثلاتها لدى عينة من الجمهور المصري” المجلد (١٩)، العدد (٣)، ص ص ٤٨٤–425

[28] .https://alwatannews.net/article/885936/Bahrain/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%B3%D9%87%D9%88%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%81%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%A4%D8%AB%D8%B1-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D9%8A

[29]- Christina L Jones et al,(2015). “The health belief model as an explanatory framework in communication research: exploring parallel, serial, and moderated mediation”, Health Commune. VOL.(30),NO.(6)PP.566–576.

[30]- Lameiras, Mariana et al, (2018). “Empirical analysis of social media usage by local governments in Portugal”. Paper presented at the proceedings of the 11th international conference on theory and practice of electronic governance.

[31]- Qiang Chen et al, (2020). “Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis”. Computers in Human Behavior, Vol(110).

[32]- Agustín Fuentes and Jeffrey V Peterson, (2021).“Social media and public perception as core aspect of public health: The cautionary case of @realdonaldtrump and COVID-19”. PLoS One. Vol,(16),NO,(5).

[33]-Sanjeev M. A et al, (2021). “Role of effective crisis communication by the government in managing the first wave Covid-19 pandemic – A study of Kerala government's success”, Journal of Public Affairs ,vol, (21), Issue (4),pp.1-14.

[34]-Pham Tien Thanh and Le Thanh Tung, (2021).”Can risk communication in mass media improve compliance behavior in the COVID-19 pandemic? Evidence from Vietnam”, International Journal of Sociology and Social Policy,Available at : https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSSP-05-2021-0122/full/html

[35]-Ochega Ataguba. & John Ataguba., (2020). “Social determinants of health: the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in developing countries”, Global Health Action, Vol, (13), No, (1).

[36]- Lei Jiang et al, (2021).op. cit

[37]-Tom Christensen and per Lagarde.(2020), "Balancing Governance Capacity and Legitimacy: How the Norwegian Government Handled the COVID-19 Crisis as a High Performer", public administration review , Vol,(80), No,(5),PP. 774-779.

[38]-Alia Pramiyanti et al ,(2020),"Public Perception on Transparency and Trust in Government Information Released During the COVID-19 Pandemic", Asian Journal for Public Opinion Research,Vol (8) ,No,(3) ,pp.351-376.

[39]-Haddy Jallow et al , (2020). "The impact of COVID-19 outbreak on United Kingdom infrastructure sector. Smart and Sustainable Built Environment" ,Vol, (10),No.4.

[40]- BVenkatashiva Reddy and Arti Gupta, (2020). "Importance of effective communication during COVID-19 infodemic" journal of family medicine and primary care, vol, 9,NO,(8),PP. 3793–3796.

[41]-Stefano Landi et al , (2020). "Public engagement and dialogic accounting through social media during COVID-19 crisis: A missed opportunity?" Accounting, Auditing & Accountability Journal ,vol,(35),No, (1).

[42]-Jaffar Abbas et al ,(2021),"The Role of Social Media in the Advent of COVID-19 Pandemic: Crisis Management, Mental Health Challenges and Implications", Risk Management and Healthcare policy, Vol,(14) , Pages 1917-1932.

[43] - Anna Gorska et al,(2022). "Getting through COVID-19 together: Understanding local governments' social media communication,Vol,(121), available at: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275121003528.

[44]-Svenja Boberg et al, (2020)." Pandemic populism: Facebook pages of alternative news media and the corona crisis—A computational content analysis" Social and Information Networks. available at : https://arxiv.org/pdf/2004.02566.pdf

[45]-Lifang Li et al , (2020). "Characterizing the Propagation of Situational Information in Social Media During COVID-19 Epidemic: A Case Study on Weibo" IEEE Transactions on Computational Social Systems, vol, (7), No, (2), pp. 556-562.

[46]-Xuehua Han ,(2020). "Using social media to mine and analyze public opinion related to COVID-19 in China", International Journal of Environmental Research and Public Health, vol,(17),NO(8).

[47]-Rajesh Prabhakar Kaila and A. V. Krishna Prasad, (2020). "Informational Flow on Twitter-Corona Virus Outbreak – Topic modelling approach , International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology ,VOL,(11),NO,(3),PP. 128–134.

[48]- Viet-Phuong La et al, (2020). "Policy response, social media and science journalism for the sustainability of the public health system amid the COVID-19 outbreak: The vietnam lessons. Sustainability ,vol,(12), NO,(7).

[٤٩]-عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، (٢٠٢٠م). "ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (٣٠)، يوليو/سبتمبر.
https://jkom.journals.ekb.eg/article_112631_403f2de28109a501b0f0808e4d9de44b.pd

[٥٠]-https://datareportal.com/reports/digital-2021-bahrain.

[٥١]-نادية محمد عبد الحافظ، (٢٠٢١م). "اتجاهات النخبة نحو معالجة الإنفوجرافيك للقضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد (٣٦)، أكتوبر /ديسمبر ٢٠٢١م.
Available at : https://www.jprr.epra.org.eg

[٥٢] -نرمين علي عجوة، (٢٠٢٠م). مرجع سابق.

[53]-Lameiras, Mariana et al (2018) .op.cit.

[54]- Anna Gorska et al,(2022).op.cit.

[55]- Tom Christensen and per Lagarde.(2020),op.cit..

[56]-Alia Pramiyanti et al ,(2020).op.cit.

[57]- Sanjeev M. A et al, (2021).op.cit.

[58]- Xuehua Han ,(2020).op.cit.

[59]-Rajesh Prabhakar Kaila and A. V. Krishna Prasad, (2020). OP.CIT.

it to an official website for health developments in the Kingdom of Bahrain and officially affiliated with the Ministry of Health, in addition to the continuity of work By applying the “conscious society”, which was launched specifically to address the developments of the crisis, the results also revealed the diversity of strategies used in the post-crisis period, including the “ambiguity reduction strategy” in presenting the facts presented about the virus, and its developments, the “clarifying government actions” strategy, and raising public awareness on all health measures that guarantee their safety and health security, “a strategy for promoting effective behaviors”, “a strategy of showing empathy”, “reassurance strategy” and “risk warning strategy”.

Keywords: Digital Government Communication, Communication Strategies, Instagram, Corona Pandemic.