

دور ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في إدارة أزمة كورونا عام 2020

دانا خليل بشير الشلول - جامعة القاهرة، القاهرة - مصر

The role of public relations practitioners in Jordanian hospitals in managing the COVID-19 crisis in 2020.

Dana Khalil Basheer Al-Shloul - Cairo University, Cairo- Egypt

دور ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في إدارة أزمة كورونا عام 2020

دانا خليل بشير الشلول - جامعة القاهرة، القاهرة - مصر

الملخص

هدف هذا البحث إلى تحديد الإدارات والأقسام التي ساهمت في عمل العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية خلال أزمة جائحة كورونا، ومعرفة الإجراءات والخطوات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال مراحل أزمة جائحة كورونا، بالإضافة لتحديد أهم المشكلات والمعوقات التي واجهت هؤلاء الممارسين في المستشفيات الأردنية خلال مواجهة أزمة كورونا، حيث عمدت هذه الدراسة إلى استخدام المنهج الوصفي المسحي، واستندت على نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والالتزامات (CERC) لبناء تساؤلاتها وأهدافها، فيما تكون مجتمع البحث من (61) مفردة، بينما تكوّنت عينة الدراسة من (3) مستشفيات، وفيها (16) مفردة تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، ولجأ هذا البحث للاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصل لعدة نتائج أهمها؛ أن نسبة مشاركة الإدارة العليا في المستشفيات عينة الدراسة لإدارة جائحة كورونا بلغت (37.93%)، وتلتها وزارة الصحة بنسبة بلغت (27.59%)، وأن أهم الممارسات التي قامت بها دائرة العلاقات العامة في مرحلة ما قبل إدارة الأزمة كانت نشر منشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتضمن معلومات حول الجائحة وطرق التعامل معها، والتوعية بطرق الوقاية من فيروس كورونا، كما قامت بإعلام الجمهور بالبروتوكول المتبع للتعامل مع الفيروس؛ للحد من انتشاره في المرحلة الأولى للأزمة، أما في مرحلة استمرار الأزمة فتمثلت أهم إجراءات ممارسي العلاقات العامة بإعلام الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي، أما في مرحلة حل الأزمة فكانت إطلاق حملات للتوعية بمتحور كورونا، وأخيراً مرحلة تقييم الأزمة فكانت مناقشة جوانب الضعف والقصور في جميع مراحل الأزمة لتجنبها مستقبلاً من أهم إجراءات ممارسي العلاقات العامة، بينما كانت أهم المعوقات التي واجهتهم أثناء إدارة أزمة جائحة كورونا؛ الضغط وزيادة ساعات العمل، وعدم الجاهزية لمواجهة الأزمة، بالإضافة لنقص الموارد البشرية، فيما خلصت هذه الدراسة لمجموعة من التوصيات أهمها: التأكيد على دور العلاقات العامة في الاتصال خاصةً وقت الأزمات، بالإضافة إلى ضرورة إنشاء وحدات علاقات عامة في جميع المستشفيات، وتعزيزها بموظفين أكفاء، وتفعيل تواصل هذه الوحدات مع جمهورها الداخلي والخارجي لا سيّما في الأزمات، كما ينبغي توفير الدعم المادي واللوجستي لدوائر ووحدات العلاقات العامة في المستشفيات، وتكثيف التواصل مع وزارة الصحة.

الكلمات المفتاحية: الدور، ممارس العلاقات العامة، المستشفيات الأردنية، كورونا.

The role of public relations practitioners in Jordanian hospitals in managing the COVID-19 crisis in 2020.

Dana Khalil Basheer Al-Shloul - Cairo University, Cairo- Egypt

Abstract

This study aimed to identify the departments and divisions that contributed to public relations in Jordanian hospitals during the COVID-19 pandemic, as well as to determine the procedures undertaken by public relations practitioners and the challenges they faced. Utilizing a descriptive-survey methodology guided by the Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) model, the research collected data from a comprehensive sample of 16 individuals using a questionnaire.

The findings revealed that senior management's participation in pandemic management in the surveyed hospitals was 37.93%, followed by the Ministry of Health at 27.59%. The public relations department's actions varied by phase. Before the crisis, they focused on social media awareness posts. In the initial phase, they informed the public about handling the virus. During the ongoing crisis, they provided information on treatment and quarantine locations. After the crisis, efforts shifted to new variant campaigns and post-crisis reviews.

The main obstacles encountered included stress, increased working hours, and a lack of preparedness and human resources. The study concluded with several recommendations: emphasizing the role of public relations in crises, establishing and strengthening public relations units with competent staff, and improving financial and logistical support. It also highlighted the importance of activating communication between these units and their internal and external audiences, as well as with the Ministry of Health.

Key words: The role, public relations participants, Jordanian Hospitals, Corona Pandemic

تُعَدُّ إدارة الأزمات جزءًا حيويًا من دور أي منظمة، حيث تمثل قدرتها على التكيف والتعامل مع التحديات المفاجئة. وفي هذا السياق، تبرز العلاقات العامة كدعامة أساسية، فهي ليست مجرد وظيفة تواصلية، بل هي عملية إستراتيجية مصممة للبناء والحفاظ على علاقات متبادلة المنفعة بين المنظمة وجمهورها (Cutlip, Center & Broom, 2006)، فقد تطور دور العلاقات العامة في أوقات الأزمات من مجرد الاستجابة التفاعلية إلى اتخاذ نهج استباقي يُعنى ببناء الثقة والمرونة المؤسسية قبل حدوث الأزمة، فضلًا عن أهمية التواصل الشفاف خلالها؛ لضمان استقرار المنظمة وسمعتها. (Coombs, 2015)

لقد شكّلت جائحة كوفيد-19، التي اجتاحت العالم في نهاية عام 2019، واحدة من أكبر الأزمات الصحية في التاريخ الحديث، حيث تجاوز تأثيرها القطاع الصحي ليشمل كافة جوانب الحياة: الاقتصادية، والاجتماعية، والتعليمية، وحتى النفسية (Verčič & Verčič, 2020)، وفي ظل هذه الجائحة، برزت ظاهرة "الوباء المعلوماتي" (Infodemic)، التي تمثلت في انتشار هائل للمعلومات المضللة؛ مما صعب من مهمة المؤسسات الصحية في إيصال الحقائق العلمية، وتوجيه السلوكيات الصحيحة للجمهور (WHO, 2020)، وهنا تأكدت الأهمية القصوى لممارسي العلاقات العامة، ليس فقط في نشر المعلومات، بل في بناء إستراتيجيات تواصلية فاعلة قادرة على مواجهة الشائعات، وتعزيز الثقة في الإجراءات الحكومية، وإدارة الرسائل الموجهة لمختلف شرائح المجتمع. على الصعيد المحلي، كان حال الأردن كباقي دول العالم، حيث سعت الدولة الأردنية لإدارة الأزمة وفقًا لخطط وطنية متكاملة. وقد أسند لوزارة الصحة الأردنية الدور الرئيس في التعامل مع هذه الأزمة بوصفها أزمة صحية، حيث قامت بوضع بروتوكولات وإجراءات طارئة للحد من انتشار الفيروس (Al-Dmour et al., 2021) تطلبت هذه الجهود تنسيقًا عاليًا بين الوزارات والمؤسسات المختلفة؛ مما جعل عملية الاتصال الداخلي والخارجي تحديًا كبيرًا. وفي قلب هذه الاستجابة، فقد كانت المستشفيات خط الدفاع الأول، حيث تحملت عبء التعامل المباشر مع الحالات المصابة والمخالطين، فضلًا عن مسؤولية حماية كوادرها الطبية والإدارية.

في هذه البيئة الضاغطة، تطلب الأمر من ممارسي العلاقات العامة داخل المستشفيات الأردنية تفعيل مهامهم ووظائفهم بشكل غير مسبوق. فقد كانوا مسؤولين عن إدارة التواصل مع المرضى وذويهم في ظل قيود الزيارة، وتوجيه رسائل الطمأنينة للموظفين بشأن سلامتهم، والإجابة عن استفسارات الجمهور المتعلقة بالإجراءات والتدابير الوقائية. إن الفهم الدقيق لطبيعة هذه المهام والخطط التي تم اتباعها يُعَدُّ أمرًا حيويًا لتوثيق التجربة الأردنية في إدارة الأزمات الصحية. وعلى الرغم من وجود دراسات عامة حول دور العلاقات العامة في أزمة كوفيد-19، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة في فهم دور

ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية بشكل خاص، وكيف قاموا بتنفيذ مهامهم في ظل الضغوطات الهائلة والبيئة المتغيرة التي فرضتها الجائحة. ومن هنا، أتت هذه الدراسة لتسد هذه الفجوة المعرفية، حيث تهدف إلى الوقوف على دور ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في إدارة أزمة كورونا من وجهة نظر هؤلاء الممارسين أنفسهم. فبعد مرور وقت كافٍ على الأزمة، أصبح بالإمكان تقييم التجربة بعمق، وفهم الإستراتيجيات التي اتبعوها، والتحديات التي واجهوها، والدروس المستفادة؛ مما يساهم في بناء أسس علمية صلبة لخطط إدارة الأزمات المستقبلية في القطاع الصحي الأردني.

• مشكلة الدراسة:

تمثل الأزمات الصحية العالمية، مثل جائحة فيروس كورونا (COVID-19)، تحدياً غير مسبوق للمؤسسات على كافة المستويات. فوفقاً لبيانات منظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة الأردنية، تجاوزت أعداد المصابين والوفيات في الأردن حاجز المليون ونصف حالة إصابة، وأكثر من 14 ألف حالة وفاة (Jordanian Ministry of Health, 2022)، مما أحدث ضغطاً هائلاً على القطاع الصحي والمستشفيات التي كانت في صميم التعامل المباشر مع هذه الأزمة.

كما أنّ هذا الحجم الهائل من الأزمة لم يقتصر على الجانب الطبي فحسب، بل خلق أزمة تواصلية معقدة، ففي ظل حالة القلق والارتباك العام، تزايد انتشار "الوباء المعلوماتي" (Infodemic) عبر وسائل التواصل الاجتماعية، وهذا أثر سلباً في الثقة في المعلومات الصحية الموثوقة، وزاد من صعوبة مهمة المؤسسات في توجيه الجمهور (Sallam et al., 2020)، وفي هذا السياق، أصبح دور العلاقات العامة حيويًا لإدارة هذه الفوضى المعلوماتية، والتواصل بشفافية مع الجمهورين الداخلي والخارجي للمستشفيات، بما يضمن سلامة الأفراد ويحافظ على سمعة المؤسسة.

على الرغم من الأهمية الواضحة لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة تتعلق بالتجربة الأردنية. فمعظم الدراسات التي تناولت الأزمة ركزت على الاستجابة الحكومية الشاملة أو دور وزارة الصحة، دون التعمق في الخبرات والتحديات التي واجهها ممارسو العلاقات العامة على مستوى المؤسسة الصحية الواحدة، وتحديدًا داخل المستشفيات الأردنية. حيث إنّ هذه الفئة من الممارسين كانت تعمل في قلب الأزمة، وتواجه ضغوطاً فريدة من نوعها وحديثة في مجال إدارة الأزمات الضخمة خاصة في القطاع الصحي؛ لا سيّما التي تتعلق بإدارة المعلومات الحساسة، وتهدة المخاوف، والتنسيق بين الأطراف المختلفة داخل وخارج المستشفى.

وبناء على ذلك تبرز هذه الدراسة لسد هذه الفجوة المعرفية، وتلخيص المشكلة البحثية من خلال الإجابة على التساؤل الآتي: ما الدور الذي قام به ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في إدارة أزمة كورونا؟

• تساؤلات الدراسة:

يمكن لهذا البحث تحقيق أغراضه البحثية من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما الإدارات التي تشارك في تنسيق عمل إدارات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال أزمة جائحة كورونا لإدارة هذه الأزمة؟
- ما أهم الممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا بمختلف مراحلها؟
- ما أبرز المعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في دور ممارسي العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا في المستشفيات الأردنية تُعزى لمتغيرات ديمغرافية؛ كالجنس، وسنوات الخبرة، ومكان العمل؟

• أهمية الدراسة:

○ الأهمية العلمية للدراسة:

- الوصول إلى نتائج ذات دلالات علمية تقود الباحثين للقيام ببحوث موسعة حول الموضوع البحثي.
- إثراء المكتبة العربية الإعلامية بالبحوث الرصينة الحديثة المتعلقة في مجال إدارة الأزمات؛ لكونها مجالاً يحتاج للتجديد، وتكوين إطار نظري شامل حول إدارة الأزمات الصحية وبالتحديد أزمة كورونا التي لا تزال تبعاتها حتى الآن، وبذلك يمكننا تحديد أطر بدلالات واضحة تحدد مؤشرات الأزمة، وسياسات وآليات التعامل معها ودور العلاقات العامة في التعامل معها كأزمة تمر بمراحل مختلفة؛ مما سيجعل هذا البحث إضافة نوعية جديدة في هذا المجال، ويفتح آفاقاً بحثية جديدة للباحثين.

○ الأهمية العملية:

- تنطلق أهمية البحث من أهمية الموضوع حيث إنه من المواضيع البحثية التي لا تزال تحتاج إلى بحث وتعمق لفهمها باستمرار بمنظور واضح وعميق؛ لكونها - ورغم انتهائها كمرض منتشر - لا تزال الآثار الناجمة عنها مستمرة إلى يومنا هذا، وتؤثر في قطاعات مختلفة؛ الأمر الذي يستدعي فهمها وتقييمها بعد انتهائها كوباء منتشر من

- منظور واضح وبشكل مستمر؛ ليتسنى للمختصين تكوين الانطباعات، وتحديد الإجراءات المناسبة في التعامل مع الأزمات من هذا النوع بشكل أوضح.
- تعريف العاملين في القطاع الصحي إلى كيفية إدارة العلاقات العامة لأزمة كورونا، وتوضيح أهميتها في القطاع الصحي بإدارة الأزمة في المستشفيات الأردنية.
 - إبراز إمكانيات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في مواجهة الأزمات من خلال أساليب وتقنيات مختلفة، وتطوير أساليب العلاقات العامة في القطاع الصحي في التعامل مع الأزمات.

• أهداف الدراسة:

- تسعى هذا الدراسة لتحقيق هدف رئيس يتمثل بمعرفة دور العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية في إدارة أزمة كورونا، وينبثق عن هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية تتمثل بالآتي:
- تحديد الإدارات والأقسام التي تساهم في عمل العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية خلال أزمة جائحة كورونا.
 - التعرف إلى الإجراءات والخطوات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال مراحل أزمة جائحة كورونا.
 - التعرف إلى أهم المشاكل والمعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية خلال مواجهة أزمة كورونا.

• حدود الدراسة:

- 1- الحدود المكانية: المستشفيات الأردنية في محافظة العاصمة عمان ومحافظة إربد.
- 2- الحدود الزمانية: تم إنجاز هذا البحث في الفترة الزمنية الواقعة بين شهر شباط -2025 ولغاية شهر نيسان 2025.
- 3- الحدود البشرية: اختارت الباحثة العاملين في المستشفيات الأردنية داخل محافظتي: عمّان، وإربد، حيث اختارت الباحثة ثلاثة مستشفيات هي: مستشفى البشير في العاصمة عمان، ومستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي في محافظة إربد، ومستشفى إربد التخصصي.

• محددات الدراسة:

- ضيق الوقت المحدد لإجراء الدراسة.
- صعوبة الحصول على الموافقات اللازمة من بعض المستشفيات لإدخالها ضمن عينة الدراسة.

• المصطلحات والتعريفات الإجرائية:

1- الدور:

التعريف الاصطلاحي لمفهوم الدور: هو المهام أو الوظائف التي يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص ضمن نطاق وظيفي أو اجتماعي لتحقيق هدف معين أو إنجاز مهمة (طه، 2024)

تعريف الدور إجرائياً: يقصد به في بحثنا الخطط والممارسات والإجراءات والمهام والإستراتيجيات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة بهدف إدارة أزمة كورونا بمختلف مراحلها.

2- العلاقات العامة:

تعريف العلاقات العامة اصطلاحاً: جميع الجهود المخططة والمقصودة التي تقوم بها المنظمة تساعد المنظمة في تحقيق أهدافها وإستراتيجياتها، وتسهّل عملية الاتصال والتواصل بين المنظمة وجمهورها وتكون أداة مساهمة في تغيير اتجاهات الجمهور (الشهري، 2022)

ويمكن تعريف العلاقات العامة إجرائياً بأنها وظيفة إدارية اتصالية يقوم بها أشخاص مؤهلون تسعى لبناء روابط اتصال بين المستشفيات الأردنية والجمهور؛ ليكونوا جزءاً من حل الأزمة وتحقيق أهدافها؛ ويتمثل دور العلاقات العامة في بحثنا في التقييم الفوري لأزمة كورونا والأضرار الناجمة عنها، وجمع الحقائق والمعلومات المتعلقة بها، وبثها عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ بحيث تجيب عن استفسارات الجمهور وتساؤلاتهم، وتزيل الغموض لديهم، وتحسّن صورة المستشفيات عينة الدراسة.

3- الأزمة:

وتعرف الأزمة اصطلاحاً بأنها: حالة تهديد وعدم استقرار ينتج عنها أضرار تلحق بالمنظمة، أو جمهورها أو كلاهما معاً، وغالباً ما تكون أحداثها متسارعة تهدد قيم وأهداف من يتأثر بها إذا لم يتم إدارتها كما يجب (العتيبي، 2019).

ويمكن تعريف الأزمة إجرائياً بأنها انتشار جائحة كورونا وازدياد عدد الحالات؛ مما سبب الضغط على القطاع الصحي في الأردن وبالتحديد قطاع المستشفيات، نظراً لتعاملها المباشر مع الجمهور، وتهديد هذه الجائحة للمؤسسات والأفراد على حدٍ سواء.

إدارة الأزمة:

تعرف إدارة الأزمة اصطلاحاً بأنها اتباع أسلوب علمي دقيق وممنهج، وخطط له للتعامل مع أي مشكلة أو طارئ تتعرض له المؤسسة بشكل غير متوقع كحالات استثنائية

بمختلف مراحلها؛ بهدف التعامل الصحيح معها والحد من أضرارها والآثار الناجمة عنها (Coombs, 2007)

وتُعرف إدارة الأزمة إجرائياً بأنها كافة الإجراءات والتدابير والخطط التي قامت بها إدارات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة للتعامل مع جائحة كورونا بمختلف مراحلها وكيفية التعامل معها للتصدي لها والحد من انتشارها وأضرارها.

• نموذج الدراسة:

يعتمد هذا البحث على نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات (CERC)، حيث وضعت Barbara Reynold مبادئ هذا النموذج عام 2002، إلا أنه كان في البداية عبارة عن دورة تدريبية في مركز السيطرة على الأمراض والوقاية منها، ولكن جرى تطويره في عام 2005 من أحد الأساتذة المختصين بالاتصال في إحدى الجامعات الأمريكية؛ لمساعدة ممارسي الاتصال المختصين في مجال الصحة من استخدامه في حالات الأزمات والطوارئ، ليصبح هذا النموذج أخيراً في عام 2008 نموذجاً قائماً بحد ذاته للممارسة بتعاون مجموعة من الباحثين (طه، 2024)

ويعرف اتصال المخاطر بأنه جميع الجهود المبذولة لإعلام الجمهور بالمخاطر المحيطة وإقناعهم بتعديل أو تغيير سلوكهم؛ بهدف تقليل نسبة الخطر، ويشترك اتصال المخاطر والأزمات بهدف رئيس يتمثل باحتواء المخاطر والحد منها، إلا أن اتصال المخاطر ينفرد بطبيعته الإقناعية؛ حيث يسعى لإقناع الجمهور بالقيام بالسلوكيات التي من شأنها التقليل من حجم الأضرار الناجمة عن المخاطر (عجوة، 2020)

بينما يستطيع هذا النموذج تحديد العناصر الاتصالية الفعالة التي يجب أن يتبناها ممارسو العلاقات العامة في المنشآت الصحية خلال المراحل المختلفة للأزمة، ويمر هذا النموذج بخمسة مراحل هي:

1- **مرحلة ما قبل الأزمة:** وهي مرحلة إعطاء الإنذارات والتحذيرات التي توجي بوجود خطر قريب وتتطلب الاستعدادات لمواجهتها، وتتضمن هذه المرحلة الحملات التثقيفية وتوجيه الرسائل الاتصالية للجمهور المستهدف، ويتم ذلك من خلال توضيح المخاطر المتوقعة والاستعداد لتقبلها، بالإضافة إلى شرح التغييرات اللازمة في سلوك الأفراد الواجب اتباعه لتقليل الأضرار، فضلاً عن التنسيق والتعاون بين المؤسسات والمنظمات والجهات المختصة للتنسيق للأزمة، لوضع الاقتراحات والتوصيات للتعامل مع الأزمة (Reynolds, 2005).

2- **مرحلة الأحداث الأولية للأزمة:** وهنا يتضاءل الغموض وتتضح الإجراءات والسلوكيات الواجب اتباعها لتقليل المخاطر المتوقعة من الأزمة، ويكون فيها اتصال سريع مع الجمهور ذي العلاقة بالأزمة لطمأنتهم؛ بهدف كسب التعاطف وإخبار، وتقليل

توترهم واضطرابهم العاطفي وطمأننتهم، كما تُحدد القنوات الرسمية للاتصال والمتحدثين الرسميين في الأزمة، كما يتضح فيها المفهوم الدقيق للأزمة وظروفها وتباعاتها والنتائج المترتبة عليها وفقاً للمعلومات المتاحة في ضوء دراستها والمعلومات المتوفرة عنها، وتُحدد السلوكيات والإجراءات المناسبة للتعامل مع الأزمة بفاعلية وتقليل النتائج الناجمة عنها، كما يكون فيها تصوّر واضح لتعامل الكوادر في القطاع الطبي، ومدى تعاملهم مع الطوارئ (Barnett, 2016).

3- مرحلة استمرار الغموض: وهنا يستمر تضائل الغموض واللبس حول الأزمة، ويتضح أكثر في هذه المرحلة الإجراءات المهمة والفاعلة في التعامل مع الأزمة لتقليل تأثيرها ومخاطرها، كما يتم فيها الاتصال والتواصل مع الجمهور لتعميق فهم الجمهور للأزمة وتطوّراتها والمخاطر الناجمة عنها، وكل العوامل المتعلقة فيها، وتحديد خطوات التعاون للاستجابة للأزمة والتعامل معها وتجاوزها، بالإضافة لإعلام الجمهور بكل جديد متعلق بالأزمة، وفهم ما يدركه الجمهور المعني بالأزمة، وتوضيح أي لبس أو غموض لديهم، وتقويم المفاهيم أو الشائعات الخطأ المنتشرة وتوضيحها (طه، 2024).

4- مرحلة حل الأزمة: وهنا تكون الاستمرارية في طرح الحلول المتعلقة بالأزمة ويستمر الاتصال والتواصل مع الجمهور من خلال الحملات والوسائل الإعلامية؛ بهدف إقناع الجمهور بضرورة حل الأزمة والتعامل معها، وبناء أو تحسين فهم وإدراك الجمهور للمخاطر المترتبة مع الأزمة وتطوّراتها وما يجب فعله لتجنب أضرار الأزمة، بالإضافة لإعلام الجمهور بجهود المنظمات والترويج لها لبناء صورة إيجابية عنها لدى الجمهور (عجوة، 2020).

مرحلة تقييم الأزمة: وهنا تُقاس الكفاءة والفاعلية التي تم التفاعل فيها مع الأزمة ومجرباتها، وتحديد الدروس التي يمكن الاستفادة منها، والإجراءات المقترحة للتعامل مع الأزمات الجديدة الطارئة في المرات القادمة (طه، 2024).

فيما اعتمدت الباحثة على هذا النموذج في البحث لملاءمة استخدامه للقائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحيّة نظراً لدوره الواضح في إدارة المخاطر والأزمات الصحيّة الطارئة والاتصال والتواصل مع الجمهور المعني بالأزمة، بالإضافة لجدواه في تحديد ممارسي العلاقات العامة كقائمين بالاتصال في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال أزمة جائحة كورونا التي مرت إدارتها بعدة مراحل.

• الدراسات السابقة:

جاءت دراسة (Xu, 2024) لمعرفة آليات وإستراتيجيات التواصل التي تستخدمها العلاقات العامة في التعامل مع أزمة كورونا خلال مراحلها الأولى، من خلال التركيز على

ثلاث زوايا: المحتوى، والقنوات، والصعوبات الرئيسية خلال المراحل الأولى من الجائحة، كما هدفت إلى تسليط الضوء على الدور المزدوج للخوف في إدارة الأزمات، وتحديات المعلومات المضللة التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأوضحت نتائج هذه الدراسة التحليلية أنَّ هنالك حاجة إلى إدارة ديناميكية للتغلب على المخاوف والمعوقات للتعامل مع الأزمات وتعزيز الثقافة الصحية، كما قدّمت رؤى للدراسات المستقبلية حول التواصل في أوقات الخوف والمعلومات المضللة، وأشارت إلى أهمية تحسين تمثيل المهنيين الطبيين عبر الإنترنت؛ لبناء الثقة وتنظيم السلوك العام أثناء الأزمات.

وأُتت دراسة (طه، 2024) حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في المؤسسات الصحيّة بمحافظة سوهاج في إدارة أزمة جائحة كورونا، بالإضافة للتعرف إلى دور الإدارات التي نسقت عملها مع العلاقات العامة بمستشفيات سوهاج، واعتمدت هذه الدراسة على نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة قوامها (40) مفردة تم اختيارها بطريقة الحصر الشامل، وتوصلت هذه الدراسة إلى أنَّ (83.3%) من أفراد العينة نسقوا عملهم مع الإدارات العليا لمواجهة أزمة كورونا، وأنَّ (41.7%) من الممارسين نسقوا عملهم مع مديرية الصحة، كما خلصت إلى أنَّ إجراءات العلاقات العامة في مرحلة قبل حدوث الأزمة تعدّ ضعيفة نسبياً، وأداء متوسطاً في المرحلة الثانية (الأحداث الأولى)؛ من خلال القيام بجملة من الإجراءات للتعامل معها كوجود ناطق إعلامي للأزمة، وتوفير خط ساخن للاستفسارات والبلاغات عن حالات كورونا، وأنَّ هناك أداءً جيداً في المرحلة الثالثة (استمرار الأزمة)؛ من خلال الحرص على توعية الجمهور، والالتزام بالإجراءات الاحترازية للوقاية من الأزمة، وأنَّ أداء العلاقات العامة في المرحلة الرابعة (حل الأزمة) كان مرتفعاً جداً، حيث قامت بتوعية الجمهور بضرورة أخذ اللقاح وغيره من الإجراءات الاحترازية، وأدّت دوراً في تحسين صورة المؤسسة بنسبة (100%)، وأخيراً اتضح أنَّ المؤسسات الصحيّة بمحافظة سوهاج اتسمت بأداء مرتفع ومتفوّق خاصةً في القطاع الحكومي وتفوقت فيه على القطاع الخاص.

وأشارت دراسة (الشهري، 2022) التي هدفت من خلال استخدام المنهج الوصفي المسحي بالاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات إلى معرفة أحدث الأساليب والإستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية لإدارة أزمة كورونا، ومعرفة مدى توظيفها لتفادي تداعيات الأزمة التي أثّرت في المملكة، بالإضافة لمعرفة قدرة العلاقات العامة على الاستشراق لمواجهة الأزمات المستقبلية التي قد تواجهها المملكة ووضع حلول استباقية لها، وبيّنت نتائجها أنَّ العلاقات العامة في مؤسسات المملكة العربية السعودية، كما استطاعت دعم الجهود

الحكومية بالتوعية بفيروس كورونا ومخاطره وطرق الوقاية منه والتعامل معه وتفاذي آثاره وتبعاته؛ مما حد من انتشار الفيروس وساعد على تقديم الخدمات للمواطنين بشكل أفضل.

وهدف دراسة (Nwafor, Omoevah, & Umuze, 2022) من خلال أسلوب البحث المكتبي إلى تقييم كفاءة إدارة حكومة ولاية أنامبرا للأزمات المتعلقة بـ COVID-19 من خلال استخدام إستراتيجيات العلاقات العامة، ومدى استخدام قنوات الاتصال المختلفة، ومدى فاعلية إستراتيجيات العلاقات العامة هذه في إدارة الأزمات، وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أنَّ حكومة ولاية أنامبرا استخدمت إستراتيجيات العلاقات العامة، مثل البيانات الصحفية والمؤتمرات، والإعلانات، والاجتماعات العامة مع الجهات المعنية الرئيسية؛ كمنظمات السوق ومنظمات النقل واتحادات البلديات، وذلك لنشر المعلومات والسلوكيات المناسبة التي ساعدت في إدارة مختلف الأزمات المتعلقة بجائحة كوفيد-19 في الولاية.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن الحكومة استخدمت منصات إعلامية متنوعة في الاتصال والتواصل مع الجمهور: كالإذاعة والتلفزيون، والصحف، وفيسبوك، واتساب، وتويتر. أوصت الدراسة حكومة الولاية بتوظيف إستراتيجيات العلاقات العامة هذه في التعامل مع القضايا الأخرى ذات الاهتمام في ولاية أنامبرا، نظرًا لفاعليتها في التعامل مع الأزمات المتعلقة بجائحة كوفيد-19.

في حين هدفت دراسة (زيادة و فرشان، 2022) إلى معرفة كيفية توظيف صفحة العيادة عينة الدراسة للعلاقات العامة الرقمية للتعامل مع جائحة كورونا، وتوضيح دور إستراتيجيات العلاقات العامة للحد من انتشار جائحة كورونا، وبيّنت نتائج هذه الدراسة الوصفية التحليلية أنَّه كان هناك جهود اتصالية فاعلة للعلاقات العامة الرقمية في توجيه الرسائل الإعلامية والاتصالية للجمهور، كما استخدمت العديد من الأساليب في التعامل مع الأزمة وأهمها أسلوب الاحتواء؛ التي كان من شأنها رفع الوعي لدى المواطن الجزائري والحد من انتشار الجائحة.

بينما جاءت دراسة (عجوة، 2020) للتعرف إلى أهم الإستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في مواجهة جائحة كورونا والتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فيما عمدت هذه الدراسة لاستخدام مدخل نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، كما استخدمت هذه الدراسة المسحية تحليل المضمون للتوصل إلى نتائجها التي تُشير إلى أنَّ صفحات الفيسبوك عينة الدراسة استخدمت إستراتيجيات توضيح الأزمة وإزالة الغموض في منشوراتها، كما التزمت بتوضيح الإجراءات الحكومية للجمهور لمواجهة الأزمة، وأهم السلوكيات الفاعلة

لمواجهة أزمة كورونا، كما قامت الصفحات الرسمية للوزارات بنشر المعلومات الرسمية الصحيحة لتفادي الشائعات والمعلومات المغلوطة.

فيما هدفت دراسة (Lovari & Bowen, 2019) إلى معرفة كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال كارثة فيضان (كارولينا الجنوبية) التي أدارها مسؤولو الشؤون العامة، ومعرفة النماذج والإستراتيجيات المطبقة في هذه الأزمة، ولجأت هذه الدراسة إلى المقابلة كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (10) مفردات من مسؤولي العلاقات العامة وإدارة الأزمات والطوارئ، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن ممارسي العلاقات العامة ومسؤولي الطوارئ والأزمات يقومون بقياس مصداقية الرسائل التي تُبث للجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما يقومون بالتصدي للشائعات حول الأزمات ومواجهتها والتصدي لها من خلال هذه المواقع، كما يقومون بتصحيح المعلومات الخطأ عبرها، كما أكدت عينة الدراسة أنهم يتعرضون لضغوطات وعقبات كثيرة أثناء الأزمات.

• التعقيب على الدراسات السابقة:

تُظهر المراجعة النقدية للدراسات السابقة أن هناك اهتمامًا بحثيًا ملحوظًا ومتزايدًا بدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وخاصةً خلال الأزمة العالمية (جائحة كورونا) التي شكلت منعطفًا حاسمًا في مجال الاتصال المؤسسي في أوقات الأزمات والمخاطر، وقد ركزت الدراسات السابقة في بحثنا على فهم آليات وإستراتيجيات التواصل في الأزمات، إلا أن كل دراسة تناولت جانبًا مختلفًا بناءً على النطاق الجغرافي الذي أُجريت فيه، ونوع المؤسسات التي شملتها وتناولتها في عينة دراستها محل البحث.

بينما تتفق العديد من الدراسات على الدور المحوري للعلاقات العامة في مواجهة التحديات التي فرضتها جائحة كورونا، فمن خلال تحليل محتوى وقنوات الاتصال، أظهرت هذه الأبحاث أن المؤسسات الصحية والحكومية استخدمت إستراتيجيات تواصلية متعددة بهدف بناء الثقة وإدارة المخاوف العامة، كما سلطت أبحاث أخرى الضوء على الأهمية المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي كأداة رئيسة لنشر المعلومات الرسمية وتصحيح المعلومات المضللة والشائعات التي انتشرت بشكل واسع. وفي سياق الجهود الوطنية، حيث أكدت الدراسات العربية على أن العلاقات العامة عملت كذراع مساند للجهود الحكومية، حيث ساهمت بشكل فاعل في توعية الجمهور بسبل الوقاية والحث على الالتزام بالإجراءات الاحترازية؛ مما أدى إلى تحسين الصورة العامة للمؤسسة والحد من انتشار الفيروس.

وعلى الرغم من أهمية هذه المواضيع، إلا أن معظم الدراسات العربية قد ركزت على المستوى الكلي والشامل للموضوع البحثي فقط؛ أي دور وزارات الصحة أو الحكومات

بشكل عام، ولم تتعمق في تفاصيل الدور العملي لممارسي العلاقات العامة على مستوى المؤسسة الواحدة، وبالتحديد داخل المستشفيات التي كانت في وسط هذه الأزمة الصحيّة والتي كانت على مستوى عالمي واسع، كما أنّ هذه الفجوة البحثية تشير إلى نقص في فهمنا للتحديات والخبرات المباشرة التي واجهها الممارسون في بيئة العمل اليومي، بعيداً عن الإستراتيجيات الرسمية الصادرة من المستويات العليا. أما على مستوى المناهج والأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة؛ فقد استخدمت الدراسات السابقة التي تناولناها في هذا البحث، حيث تناولت دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، لا سيّما خلال أزمة كورونا، مجموعة متنوعة من المناهج البحثية التي تخدم أهدافها المختلفة، حيث إنّ معظم البحوث والدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي، وتحديدًا المنهج المسحي، والذي يُعدّ الأنسب لدراسة ظاهرة قائمة بهدف وصفها وتحليلها، وبناءً على استخدام هذا المنهج في البحوث الكميّة، فقد كانت الاستبانة هي الأداة الأكثر شيوعاً لجمع البيانات.

وعلى جانب آخر، ورغم أنّ جزءاً كبيراً من البحوث والدراسات قد لجأت للبحوث الكميّة، إلّا أنّ هناك بحوثاً ودراسات لجأت لاستخدام المنهج النوعي (الكيفي)، حيث اعتمدت على أدوات مثل المقابلة لجمع بيانات أكثر عمقاً وقدرة على الوصف من عينة أصغر حجماً، يهدف هذا المنهج إلى فهم التجارب والخبرات الشخصية والمواقف المختلفة للممارسين. بالإضافة إلى ذلك، استخدمت دراسات أخرى تحليل المضمون كأداة لتحليل محتوى الرسائل الإعلامية والمنشورات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لتحديد الإستراتيجيات الاتصالية المتبعة ونوعية المعلومات الموجهة للجمهور، كما اعتمدت بعض الأبحاث على البحث المكتبي، وذلك من خلال تحليل وتجميع البيانات والمعلومات من التقارير الرسمية والأوراق البحثية المتاحة مسبقاً.

وفي ضوء ما سبق من مناقشة للمناهج البحثية والأدوات المستخدمة في جمع البيانات، فإنّ هذا التنوع في المناهج البحثية المستخدمة في الدراسات السابقة يُظهر تعدد الزوايا التي يمكن من خلالها دراسة دور العلاقات العامة في الأزمات.

• نوع الدراسة ومنهجها:

يُصنّف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة الظواهر، والخصائص، والمعتقدات، والقيم، والأهداف، والاهتمامات، والمجموعات وتقيس درجة الارتباط بين المتغيرات محل الدراسة (زغيب، 2009)، فيما اعتمد هذا البحث أيضاً على المنهج المسحي الذي يُعدّ جهداً علمياً منظماً يهدف للحصول على البيانات؛ لتحليلها فتصبح معلومات مفيدة، ويقوم بشرح الحالة ووصف الوضع القائم وفقاً لدلالات ومؤشرات علميّة (عبد الحميد، 2015)

• مجتمع الدراسة وعيّنتها:

يتكون مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية الحكومية والخاصة، وبالتحديد المستشفيات في محافظتي العاصمة عمان وإربد؛ حيث يبلغ عدد المستشفيات في محافظة العاصمة عمّان (50) مستشفى، تتنوّع بين القطاعين العام والخاص والمستشفيات العسكرية والخدمات الطبيّة، بينما يبلغ عدد المستشفيات في محافظة إربد (11) مستشفى تتنوّع بين حكوميّة وخاصة وعسكريّة، فيما تتكون عينة الدراسة من ممارسي العلاقات العامة في ثلاثة مستشفيات في محافظة عمان ومحافظة إربد؛ اثنان منها في القطاع الحكومي، وواحد في القطاع الخاص، وتمثّلت العينة في محافظة إربد من مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي في محافظة إربد ومستشفى إربد التخصصي، ومستشفى البشير في محافظة عمان؛ حيث إنّ هذه المستشفيات تعد من أكبر المستشفيات وتُقدّم الخدمات الصحيّة لأعداد كبيرة من المواطنين؛ لكونها تغطي بالتأمين فئات كبيرة من الناس، وتقع ضمن مناطق خدمية وإستراتيجية، وتم اختيار العينة بأسلوب الحصر الشامل، حيث بلغ قوام العينة (16) مفردة.

وتاليًا الجدول الذي يوضح توزيع عينة الدراسة:

جدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغيرات (الجنس، وسنوات الخبرة، ومكان العمل)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	أنثى	7	43.75
	ذكر	9	56.25
سنوات الخبرة	من سنة إلى 5 سنوات	2	12.50
	من 6 إلى 10 سنوات	2	12.50
	من 11 إلى 15 سنة	4	25.00
	من 16 إلى 20 سنة	2	12.50
	أكثر من 20 سنة	6	37.50
مكان العمل	مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي	9	56.25
	مستشفى إربد التخصصي	3	18.75
	مستشفى البشير	4	25.00
الكلي	16	100	

• أداة الدراسة:

تُعدُّ الاستبانة من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً، وهو أكثر الأدوات انتشاراً لجمع البيانات في المنهج المسحي المستخدم في موضوع بحثنا الحالي، حيث تتيح الاستبانة جمع معلومات شاملة حول موضوع أو ظاهرة معيّنة من عدد كبير من الأفراد قد يكونون مجتمعين أو غير مجتمعين في المكان ذاته (عبد الحميد، 2015). وفي ذلك قامت الباحثة بإعداد استبانة شاملة ومتكاملة تتكون من عدة محاور تمثّل أهداف وأسئلة الدراسة وتعكس النظريّة، تم توزيعها إلكترونياً على ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة.

• اختبار الصدق والثبات:

○ اختبار الصدق:

تأكدت الباحثة من صدق الاستبانة المستخدمة كأداة للدراسة من خلال عرضها على عدد من المحكمين المختصين في مجال موضوع هذا البحث؛ للتأكد من أنّها تقيس أهدافاً، وفروضاً، وتسألت الدراسة؛ وللتأكد من صلاحيتها للتطبيق، أُجريت بعض التعديلات من اختصار بعض فقرات الاستبانة، وتغيير بعض المفردات في ضوء اقتراحات المحكمين لتصبح بصورتها النهائية.

○ اختبار الثبات:

قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة بشكل قبلي على عينة قوامها (10%) من العينة الكلية؛ وذلك للتأكد من مدى وضوح وترتيب أسئلة الاستبانة لعينة الدراسة، والقيام على بعض التعديلات في ضوء إجاباتهم، كما قامت الباحثة بتكرار الاختبار بعد مرور أسبوعين على الاختبار القبلي الأول، حيث بلغت نسبة معامل الثبات (95%)؛ حيث تعد هذه النسبة عالية وتُشير إلى دقة وثبات الاستبانة وثبات نتائجها مع التكرار.

• الأساليب الإحصائية

للإجابة عن أسئلة الدراسة؛ تم استخدام برنامج (SPSS) لحساب التكرارات والنسب المئوية للكشف عن الإدارات التي تشارك في تنسيق عمل إدارات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنيّة عينة الدراسة خلال أزمة جائحة كورونا لإدارة هذه الأزمة، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للكشف عن الممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا بمختلف مراحلها، والمعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنيّة عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا.

• نتائج الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول الذي نصّ على: " ما الإدارات التي تشارك تنسيق عمل إدارات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال أزمة جائحة كورونا لإدارة هذه الأزمة؟

"للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب التكرارات والنسب المئوية للإدارات المشاركة في حل جائحة كورونا، كما هو مبين في الجدول (2).

جدول (2): التكرارات والنسب المئوية للإدارات التي شاركت في تنسيق عمل إدارات العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة خلال أزمة جائحة كورونا لإدارة هذه الأزمة مرتبة تنازلياً تبعاً للنسبة المئوية.

الرتبة	المجال	التكرار	النسبة المئوية %
1	الإدارة العليا في المستشفى الذي أعمل به.	11	37.93
2	وزارة الصحة	8	27.59
3	مركز إدارة الأزمات المختص بجائحة كورونا	7	24.14
4	الإدارة العليا في مديرية الصحة التابعة للمستشفى الذي أعمل به	3	10.34
	الكل	29	100

يتضح من الجدول (2) أن نسبة مشاركة الإدارة العليا في المستشفى الذي يعمل به الفرد المشارك في عينة الدراسة لإدارة جائحة كورونا بلغت (37.93%) في المرتبة الأولى، تلتها وزارة الصحة بنسبة بلغت (27.59%) في المرتبة الثانية، تلتها مركز إدارة الأزمات المختص بجائحة كورونا بنسبة بلغت (24.14%) في المرتبة الثالثة، وجاءت الإدارة العليا في مديرية الصحة التابعة للمستشفى الذي يعمل به الفرد المشارك في عينة الدراسة في المرتبة الرابعة والاختيرة بنسبة بلغت (10.34%).

ثانياً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثاني الذي نصّ على: " ما أهم الممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا بمختلف مراحلها؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا بمختلف مراحلها، كما هو مبين في الجداول (3،4،5،6،7).

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة ما قبل الأزمة مرتبة تنازلياً تبعاً لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	الممارسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	نشر منشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتضمن معلومات حول الجائحة وطرق التعامل معها	3.00	0.00	مرتفع
2	توعية الجمهور بالإجراءات الوقائية للتعامل مع الجائحة	3.00	0.00	مرتفع
3	تقديم توصيات من الخبراء والمختصين في إدارة الأزمات وإرشادي للعمل بها	2.88	0.50	مرتفع
4	اخضعتني لتدريب وتأهيل مناسب للتعامل مع الجائحة	2.75	0.68	مرتفع
5	رصد مؤشرات بدء جائحة كورونا	2.75	0.68	مرتفع
6	تصنيف وتبويب مؤشرات الأزمة	2.63	0.81	مرتفع

وهنا يُشير الجدول (3) إلى أنّ المتوسطات الحسابية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة ما قبل الأزمة قد تراوحت بين (3.00) للممارسة التي تنص على (نشر منشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتضمن معلومات حول الجائحة وطرق التعامل معها) في المرتبة الأولى، و(2.63) للممارسة التي تنص على (تصنيف وتبويب مؤشرات الأزمة) في المرتبة الأخيرة، حيث جاءت جميع الممارسات في المستوى المرتفع.

وهنا تُعزي الباحثة هذه النتيجة إلى اعتماد معظم فئات المجتمع على مواقع التواصل خاصةً في وقت الأزمة، وفي ظل الحظر الشامل الذي كان موجوداً، وكان وسيلة فعالة لنقل المعلومات والأخبار والتواصل، ونقل المعلومات والإرشادات الوقائية من فايروس كورونا.

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة الأحداث الأولية مرتبة تنازلياً تبعاً لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	الممارسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	قمت بإعلام الجمهور بالبروتوكول المتبع للتعامل مع الفيروس للحد من انتشاره	3.00	0.00	مرتفع
2	كان هناك تواصل مع وسائل الإعلام منذ بداية الأزمة	3.00	0.00	مرتفع
3	قامت دائرة العلاقات العامة بعقد اجتماعات دورية لتوضيح إجراءات التعامل مع الفيروس	3.00	0.00	مرتفع
4	قامت دائرة العلاقات العامة بتوعية الجمهور بالإجراءات الوقائية والاحترازية ضد الفيروس	3.00	0.00	مرتفع
5	كان لدى دائرة العلاقات العامة خطط وإستراتيجيات واضحة لإدارة الأزمة	3.00	0.00	مرتفع
6	كانت هناك إجراءات إدارية تحدد الوقت المناسب في التعامل مع الأزمة	3.00	0.00	مرتفع
7	تم تخصيص خط ساخن للإجابة على الاستفسارات والتعامل مع الحالات وإزالة الغموض لدى الجمهور	2.88	0.50	مرتفع
8	كان هناك ناطق رسمي للأزمة لإزالة الغموض	2.75	0.68	مرتفع

بينما توضح أرقام الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة الأحداث الأولية قد تراوحت بين (3.00) للممارسة التي تنص على (قمت بإعلام الجمهور بالبروتوكول المتبع للتعامل مع الفيروس للحد من انتشاره) في المرتبة الأولى، و(2.75) للممارسة التي تنص على (كان هناك ناطق رسمي للأزمة لإزالة الغموض) في المرتبة الأخيرة، وجاءت جميع الممارسات في المستوى المرتفع.

وهنا قد تكون هذه النتيجة نظرًا لأهمية إعلام الجمهور بالبروتوكولات المتبعة للتعامل مع فايروس كورونا للحد من انتشاره، لمحاولة احتواء الأزمة في المرحلة الأولى قبل تطورها، وكان هذا هو الموضوع الأهم بالنسبة للحكومة والأفراد، أما عن سبب عدم وجود ناطق رسمي للأزمة لإزالة اللبس والغموض، فهذا قد يعود لأن الأزمة كانت لا زالت في بدايتها، ولم يكن هناك رؤية واضحة لتطورها وانتشارها.

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة استمرار الأزمة مرتبة تنازليًا تبعًا لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	الممارسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	إعلام الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي	3.00	0.00	مرتفع
2	بث رسائل مطمئنة للجمهور بالقدرة على التعامل مع الفايروس	3.00	0.00	مرتفع
3	مكافحة الشائعات خلال الأزمة	3.00	0.00	مرتفع
4	بالتأكيد على الالتزام بالإجراءات الوقائية ضد الفايروس	3.00	0.00	مرتفع
5	إرسال رسائل توعوية وتحذيرية للجمهور من انتشار الفايروس	2.88	0.50	مرتفع
6	رصد ردود أفعال الجمهور إزاء الجائحة وبروتوكولات التعامل معها وإيصالها للإدارة العليا	2.88	0.50	مرتفع

كما يتبين من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة استمرار الأزمة قد تراوحت بين (3.00) للممارسة التي تنص على (إعلام الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي) في المرتبة الأولى و(2.88) للممارسة التي تنص على (كان رصد ردود أفعال الجمهور إزاء الجائحة وبروتوكولات التعامل معها وإيصالها للإدارة العليا) في المرتبة الأخيرة، وجاءت جميع الممارسات في المستوى المرتفع.

وهنا في مرحلة استمرار الأزمة كانت أهم ممارسات العلاقات العامة إعلام الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي، وهذا يعود لأن الجائحة كانت قد بدأت بالاتساع قليلاً،

لكن كانت لا زالت ببدايتها، فكان هناك عدم معرفة كاملة للجميع بأركان العلاج والحجر، حيث كانت من جملة الإجراءات الحكومية للتعامل مع الأزمة تحديد أماكن خاصة للعلاج والحجر وعدم جعله مفتوحاً في كل المستشفيات، ما كان يحتاج لتوضيح هذه الأماكن والتذكير بها.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة حل الأزمة مرتبة تنازلياً تبعاً لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	الممارسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	إطلاق حملات للتوعية بمتحور كورونا (ميكرون)	3.00	0.00	مرتفع
2	تحسين الصورة الذهنية للمستشفى	2.88	0.50	مرتفع
3	التأكيد على كوادرها بالتحقق من تلقي الجمهور والكوادر للقاح كورونا	2.88	0.50	مرتفع
4	إعلام الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي	2.75	0.68	مرتفع

بينما يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة حل الأزمة قد تراوحت بين (3.00) للممارسة التي تنص على (إطلاق حملات للتوعية بمتحور كورونا (ميكرون)) في المرتبة الأولى و(2.75) للممارسة التي تنص على (كان الجمهور بأماكن علاج كورونا والحجر الصحي) في المرتبة الأخيرة، وجاءت جميع الممارسات في المستوى المرتفع، وترى الباحثة أن هذه الحملات جاءت بمرتبة عالية؛ نظراً لدخول فايروس متحوّر يختلف قليلاً عن سابقه في الأعراض وحتى أماكن الفحص، الأمر الذي جعل الحملات أولوية للمستشفيات الأردنية.

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا في مرحلة تقييم الأزمة مرتبة تنازلياً تبعاً لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	الممارسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	مناقشة جوانب الضعف والقصور في جميع مراحل الأزمة لتجنبها مستقبلاً	3.00	0.00	مرتفع
2	ابتكار آليات وخطط جديدة لاستخدامها في مرحلة ما قبل الأزمة في الأزمات المستقبلية	3.00	0.00	مرتفع
3	الاستفادة من تجارب الدول الأخرى في مواجهة الأزمة ومعالجتها	3.00	0.00	مرتفع
4	توظيف الدروس المستفادة خلال الأزمة للتعامل مع الأزمات المستقبلية	3.00	0.00	مرتفع
5	تقييم الخطط والإستراتيجيات المتبعة خلال الأزمة لتحسين الإستراتيجيات المستقبلية لإدارة الأزمات	2.88	0.50	مرتفع

فيما يُشير الجدول (7) إلى أن المتوسطات الحسابية للممارسات التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المستشفيات، عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا، في مرحلة تقييم الأزمة قد تراوحت بين (3.00) للممارسة التي تنص على (مناقشة جوانب الضعف والقصور في جميع مراحل الأزمة لتجنبها مستقبلاً) في المرتبة الأولى و(2.88) للممارسة التي تنص على (تقييم الخطط والإستراتيجيات المتبعة خلال الأزمة لتحسين الإستراتيجيات المستقبلية لإدارة الأزمات) في المرتبة الأخيرة، وجاءت جميع الممارسات في المستوى المرتفع، وترى الباحثة أنَّ مناقشة جوانب الضعف والقصور جاء في المرتبة الأولى؛ نظراً لأنَّ هذا النوع من الأزمات كان جديداً، وليس هناك خبرة مسبقة للتعامل معه، ومن الطبيعي أن تتم مناقشتها للاستفادة منها مستقبلاً وبناء ملف يحتوي على

جميع الإجراءات المهمة للتعامل مع مثل هذا النوع من الأزمات مستقبلاً في حال حدوثها.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث الذي نصّ على: " ما أبرز المعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا؟" للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية للمعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا، كما هو مبين في الجدول (8).

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا مرتبة تنازلياً تبعاً لمتوسطاتها الحسابية

الرقم	المعوقات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	الضغط وزيادة ساعات العمل	3.00	0.00	مرتفع
2	عدم الجاهزية للتعامل مع الأزمة	2.80	0.64	مرتفع
3	نقص الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية في إدارة العلاقات العامة للتعامل مع الأزمة	2.75	0.50	مرتفع
4	عدم حصولي على التدريب المناسب للتعامل مع الأزمات	2.63	0.68	مرتفع

وأخيراً يتضح من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية للمعوقات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية عينة الدراسة في إدارة أزمة كورونا قد تراوحت بين (3.00) للمعيق الذي نص على (الضغط وزيادة ساعات العمل) في المرتبة الأولى، و(2.63) للمعوق الذي نص على (عدم حصولي على التدريب المناسب للتعامل مع الأزمات) في المرتبة الأخيرة، وجاءت جميع المعوقات في المستوى المرتفع. وفيما يتعلّق بهذه النتيجة فقد يكون السبب أنّه كان هناك إجراءات كثيرة وحالة من الارتباك والضغط لكون هذه الأزمات حديثة، وليس هنالك خبرة في التعامل معها، وكان هناك مهام إضافية خلال هذه الفترة، خاصة في ضوء تقليص عمل الكوادر؛ مما قد يكون سبباً في ازدياد الضغط عليهم.

• توصيات البحث:

- في ضوء النتائج السابقة أعلاه، خلصت الباحثة بمجموعة من التوصيات:
- التأكيد على أهمية العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الصحية وخاصة في إدارة الأزمات وفعاليتها في التعامل مع هذه الأزمات والوقاية منها، والتقليل من آثارها واحتوائها.
- ضرورة إنشاء دائرة علاقات عامة في جميع المستشفيات الحكومية والخاصة، وتفعيل دورها في اتخاذ القرارات، لا سيما أوقات الأزمات الداخلية والخارجية على حد سواء.
- تكثيف الاتصال والتواصل المنتظم بين الإدارة العليا في المستشفيات ودائرة العلاقات العامة، لا سيما في وقت الأزمات.
- ضرورة وجود تواصل دوري ومستمر بين دائرة العلاقات العامة مع جمهورها الداخلي من خلال نظام داخلي معتمد يربط جميع الإدارات ببعضها.
- توفير الدعم الكافي لدائرة العلاقات العامة من ناحية الكوادر البشرية المؤهلة، والميزانية الكافية، بالإضافة للصلاحيات التي تمكنهم من إنجاز الأعمال المطلوبة بأفضل صورة ممكنة.
- تفعيل التواصل بين دوائر العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية الحكومية والخاصة مع وزارة الصحة، ومديرية الصحة والمستشفيات التابعة لها؛ لضمان تنفيذ الخطط الإستراتيجية في الأزمات الصحية لمواجهتها واحتوائها والتقليل من أضرارها.
- زيادة اهتمام وزارة الصحة بعقد التدريبات اللازمة للعاملين بالقطاع الصحي، ومن ضمنهم موظفي العلاقات العامة؛ ليكونوا مؤهلين دوماً للتعامل مع أي طارئ؛ أو أزمة قد يتعرضون لها سواء أكان على المستوى الداخلي أم الخارجي.

المراجع

- الشهري. ف. (2022). دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا في المملكة العربية السعودية -دراسة تطبيقية-. *مجلة الآداب*، 25(2022)، الصفحات 699-729.
- العتيبي.س. (2019). دور العلاقات العامة في المستشفيات السعودية في إدارة أزمة الحج عام 1436 هـ (دراسة ميدانية). *المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية*، 10 (1).
- زيادة.ن. وفرشان. د. (2022). استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الصحية (دراسة وصفية تحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبد الحفيظ عبر موقع الفيسبوك). *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، 10 (1)، الصفحات 352-373.
- زغيب.ش. (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- طه.س. (2024). دور ممارس العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا -دراسة ميدانية بالتطبيق على القطاع الطبي في محافظة سوهاج-. *مجلة كلية الآداب*، 70 (1)، الصفحات 303-232.
- عبد الحميد.م. (2015). *مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عجوة.ن. (2020). استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا -دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية-. *مجلة البحوث الإعلامية*، 54 (4)، الصفحات 2434-2494.
- doi:10.21608/JSB.2020.108731

References

- Al-Dmour, H. M., Al-Zoubi, A. S., & Al-Qudah, A. R. (2021). The role of public relations in managing COVID-19 crisis in Jordan: A case study of the Ministry of Health. *Journal of Public Relations and Communication Research*, 5(2), 112-128.
- Barnett, J. (2016). Social media in emergency management: Twitter as a tool for communicating risks to the public. *Technological Forecasting and Social Change*, 111, pp. 86-96. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.010>
- Coombs, T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), pp. 163-177.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations (9th ed.)*. Prentice Hall.
- Jordanian Ministry of Health. (2022). *COVID-19 Dashboard*: <https://corona.moh.gov.jo/>
- Lovari, A., & Bowen, S. (2019). Social media in disaster communication: A case study of strategies, barriers, and ethical implications. *Journal of Public Affairs*, 20(4), pp. 1-9. doi:10.1002/pa.1967
- Nwafor, G., Omo Evah, B., & Umuze, A. (2022). Evaluating the Use of Public Relations Strategies in Managing COVID-19 Pandemic-Related Crises by Anambra State Government. *International Journal of General Studies (IJGS)*, 2(1), pp. 106-124.
- Pincus, J. D. (2021). *Strategic communication for healthcare: A practical guide to social media, public relations, and marketing*. CRC Press.

- Reynolds, B. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, 10(1), pp. 43-55.
doi:10.1080/10810730590904571
- Sallam, M., Al-Qadiri, F., & Al-Ghareeb, A. (2020). COVID-19 infodemic in Jordan: The role of public health information in mitigating the harm from false and misleading information. A pilot study. *Journal of Infection and Public Health*, 13(12), 1833-1837.
- Verčič, D., & Verčič, A. T. (2020). Public relations and the COVID-19 pandemic. *Public Relations Review*, 46(4), 101961
- World Health Organization (WHO). (2020). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from false and misleading information*. WHO.
- World Health Organization (WHO). (2023). *COVID-19 Weekly Epidemiological Update*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>
- Xu, Z. (2024). Public Relations in Crisis Management: A Review and Analysis of Communicative Strategies During Early Stages of Covid-19. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 54(1), pp. 240-246.
doi:10.54254/2753-7048/54/20241594

دانا خليل بشير الشلول - جامعة القاهرة، القاهرة - مصر

danashloul@outlook.com