

أثر إستراتيجيات العلاقات العامة في فاعلية إدارة الأوبئة في الأردن: دراسة حالة كوفيد-19

أ. حازم جميل الرحالة - جامعة الشرق الأوسط

الملخص

هدفت هذه الدراسة الكشف عن دور إستراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأوبئة في الأردن، مع اتخاذ جائحة كوفيد-19 نموذجا للدراسة، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على تحليل الظواهر الاجتماعية والإعلامية من خلال الوصف المنظم للمحتوى وتفسيره، وتوصلت الدراسة إلى أن الجهات الرسمية في الأردن اعتمدت على عدد من الإستراتيجيات الاتصالية التي تهدف بناء الثقة مع الجمهور، وتعزيز الوعي الصحي، وتوحيد الرسائل الإعلامية بالتنسيق مع المؤسسات المعنية. كما أظهرت النتائج تنوعا في استخدام قنوات الاتصال الرسمية، واعتمادا متزايدا على المنصات الرقمية، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تدريب الكوادر المختصة في العلاقات العامة على مهارات الاتصال أثناء الأزمات الصحية، والاستمرار في تطوير الخطاب الإعلامي بما يتلاءم مع تطورات الإعلام الرقمي، إلى جانب تكثيف حملات التوعية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الاتصال الإستراتيجي، كوفيد-19، الأوبئة، الأردن.

The Impact of Public Relations Strategies on the Effectiveness of Epidemic Management in Jordan: A Case Study of COVID-19

Hazem Jamil Al-Rahahleh - Middle East University

Abstract

This study aimed to explore the impact of public relations strategies on the effectiveness of epidemic management in Jordan, using the COVID-19 pandemic as a case study. The study employed the descriptive-analytical method, which is based on the systematic description and interpretation of social and media phenomena. The findings revealed that public relations play a pivotal strategic role in managing health crises by building public trust, preparing communication plans, and formulating awareness messages in coordination with relevant authorities. The study recommended the need to enhance the training of public relations personnel in managing communication during health crises, to continue diversifying official communication channels, and to update media discourse to align with the developments in digital media, in addition to intensifying awareness campaigns based on edutainment to ensure sustainable behavioral impact.

Key words: Public Relations, Strategic Communication, COVID-19, Epidemics, Jordan

1. المقدمة:

تعد العلاقات العامة أداة أساسية في بناء الجسور بين المؤسسات والجمهور، ولا سيما في فترة الأزمات الصحية، حيث تصبح الحاجة ماسة لتواصل فعال، شفاف، وسريع، وفي سياق جائحة كوفيد-19، برزت إستراتيجيات العلاقات العامة كمكون أساس في تشكيل الرأي العام، وتعزيز الالتزام المجتمعي بالإجراءات الصحية، ومكافحة الشائعات والمعلومات المضللة، مما يجعل من الضروري دراسة مدى فاعلية هذه الإستراتيجيات وأثرها في دعم الجهود الوطنية لإدارة الأوبئة (زياد، 2022).

ويشهد الأردن، كغيره من دول العالم، تصاعد التحديات في مواجهة الأوبئة، تحديدا في ظل تطور وسائل الاتصال وانتشار الإعلام الرقمي، وقد شكلت جائحة كوفيد-19 اختبارا حقيقيا لقدرة المؤسسات الرسمية على التعامل مع الأزمات الصحية من خلال أدوات العلاقات العامة، وقد تعددت الوسائل المستخدمة ما بين المؤتمرات الصحفية، والحملات الإعلامية عبر المنصات الرقمية، والتعاون مع المؤثرين وصنّاع المحتوى بهدف نشر الوعي الصحي وتعزيز الثقة بالإجراءات الحكومية (السعيدة، 2021).

وفي هذا السياق، لا تقتصر أهمية العلاقات العامة على نقل المعلومات أو إصدار البيانات الرسمية، بل تتجاوز ذلك لتؤدي دورا مركزيا في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات خلال الأزمات، وتوجيه الرأي العام نحو التفاعل الإيجابي مع التعليمات الوقائية، وفعالية هذا الدور لا ترتبط فقط بسرعة الاستجابة أو وضوح الرسالة، بل تعتمد بدرجة كبيرة على مدى قدرة المؤسسات على بناء خطاب اتصالي قائم على المصداقية، والاتساق، والانفتاح، وهو ما يساهم في خفض منسوب القلق الجماهيري وتحسين مستوى التعاون الشعبي (بشير، 2023).

كما أن إدارة العلاقات العامة خلال الأزمات تتطلب فهما دقيقا للسياقات الاجتماعية والثقافية، وتواصلًا ثنائي الاتجاه يراعي احتياجات الجمهور ويستجيب لتساؤلاته وهواجسه، ومن هذا المنطلق، فإن العلاقات العامة تتحول إلى أداة إستراتيجية لإدارة المخاطر الصحية، من خلال إشراك المجتمع، وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتعزيز الشعور بالثقة والانتماء، الأمر الذي يساهم في رفع فعالية الاستجابة الوطنية للأوبئة، ويؤكد أن البعد الاتصالي ليس مكملًا للعمل الصحي بل شريكًا أصيلًا في بنائه (أحمد، 2022).

لذا تهدف هذه الدراسة الكشف عن العلاقة بين إستراتيجيات العلاقات العامة وفاعلية إدارة الأزمات الصحية، محددة على السياق الأردني، لتقديم توصيات عملية تساعد صانعي القرار على تحسين الأداء الاتصالي في المستقبل، وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على بعد غالبا ما يتم إغفاله في إدارة الأوبئة، وهو البعد الاتصالي، الذي يعد أحد مفاتيح النجاح في احتواء الأزمات الصحية وتوجيه السلوك المجتمعي نحو الوقاية والاستجابة الواعية.

2. مشكلة الدراسة:

واجهت المؤسسات الصحية والإعلامية في الأردن خلال تفشي جائحة كوفيد-19 تحديات متزايدة في إيصال المعلومات إلى الجمهور بطريقة فعالة ومؤثرة، بهدف تعزيز الالتزام بالإجراءات الوقائية والحد من انتشار الشائعات، وقد لعبت العلاقات العامة دورا محوريا في هذا السياق، من خلال الرسائل الرسمية، والحملات الإعلامية، والتنسيق مع وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي، ورغم هذا الجهد، لم تكن فعالية هذه الإستراتيجيات متجانسة؛ إذ أظهرت بعض التقارير الميدانية تفاوتًا في استجابة الجمهور، مثل انخفاض نسبة الالتزام بلبس الكمامة في بعض المحافظات إلى أقل من 50% خلال منتصف عام 2020 رغم تكثيف الحملات التوعوية، كما ورد في تقارير وزارة الصحة والمركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات، ويعكس ذلك وجود فجوات في توظيف إستراتيجيات العلاقات العامة أثناء

إدارة الأزمات، كما تشير الأدبيات النظرية إلى أن العلاقات العامة تعد عنصراً أساسياً في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه، خاصة في سياق الأزمات، كما بين غرينغ وهانت (Grunig & Hunt, 1984) في نظريتهما حول إدارة العلاقات العامة.

3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يأتي:

1. التعرف إلى المفاهيم النظرية للعلاقات العامة، ودورها في إدارة الأزمات الصحية من منظور أدبيات الاتصال والإعلام.
2. تحليل دور العلاقات العامة في إدارة جائحة كوفيد-19 في الأردن، من خلال رصد أنماط الخطاب الرسمي ووسائل الاتصال المستخدمة.
3. دراسة الإستراتيجيات الاتصالية التي تبنتها الجهات الرسمية أثناء الجائحة، كما عكستها البيانات والمنصات الإعلامية.
4. تحليل مضمون الرسائل الاتصالية الرسمية من حيث مدى اتساقها مع مبادئ الاتصال في الأزمات، خاصة من حيث الشفافية والمصداقية وتوحيد الرسالة.
5. رصد أبرز التحديات الاتصالية التي واجهت العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية خلال الجائحة، والفرص المستخلصة لتحسين الأداء الاتصالي في المستقبل.

4. أسئلة الدراسة

لأجل تحقيق أهداف هذه الدراسة، وسعياً للإجابة عن التساؤلات المتعلقة بدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية، تم صياغة مجموعة من الأسئلة البحثية، وذلك على النحو الآتي:

1. ما المفاهيم النظرية للعلاقات العامة، وما دورها في إدارة الأزمات الصحية وفق أدبيات الاتصال والإعلام؟
2. كيف أسهمت العلاقات العامة في إدارة جائحة كوفيد-19 في الأردن؟ وما أنماط الخطاب الرسمي ووسائل الاتصال التي تم اعتمادها؟

3. ما أبرز الإستراتيجيات الاتصالية التي تبنتها الجهات الرسمية في الأردن خلال جائحة كوفيد-19، كما انعكست في البيانات والمنصات الإعلامية؟
4. إلى أي مدى اتسم مضمون الرسائل الاتصالية الرسمية بالشفافية والمصداقية وتوحيد الرسالة، وفق مبادئ الاتصال في الأزمات؟
5. ما أبرز التحديات التي واجهت العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية الأردنية خلال جائحة كوفيد-19، وما الفرص التي أتاحتها الأزمة لتحسين الأداء الاتصالي مستقبلا؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية

تعزز هذه الدراسة الرصيد النظري والبحثي في مجال علم العلاقات العامة وإدارة الأزمات الصحية، من خلال تقديم إطار تحليلي يربط بين المفاهيم الاتصالية الحديثة والتجارب الواقعية في إدارة جائحة كوفيد-19، كما تعالج نقصاً بحثياً واضحاً في الدراسات الإعلامية الأردنية التي تناولت دور الاتصال الرسمي أثناء الأزمات، وهو مجال لا يزال بحاجة إلى مزيد من التوثيق والتحليل، خصوصاً من زاوية تحليل إستراتيجيات العلاقات العامة.

ثانياً: الأهمية العملية

تقدم الدراسة مقارنة تطبيقية للممارسات الاتصالية التي تبنتها الجهات الرسمية في الأردن خلال جائحة كوفيد-19، وتكشف جوانب القوة والضعف في هذه الممارسات، مما يجعل نتائجها مفيدة لصناع القرار في وزارات الصحة والإعلام والمؤسسات المعنية بالتواصل في حالات الطوارئ، كما تقوم على تقديم توصيات عملية يمكن البناء عليها في تطوير السياسات الاتصالية المستقبلية في حالات الأوبئة والكوارث.

5. منهجية الدراسة

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل الظواهر الاجتماعية والإعلامية من خلال الوصف المنظم للمحتوى وتفسيره، دون التدخل المباشر في الواقع المدروس، ويعتبر هذا المنهج الأنسب لبحث دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية، وذلك من خلال تتبع الخطاب الرسمي، وتحليل الإستراتيجيات الاتصالية، ومقارنة التجارب في ضوء المفاهيم والنماذج النظرية المعتمدة في أدبيات العلاقات العامة.

وارتكزت الدراسة على مراجع نوعية تتسم بالعمق والتحليل، تمثلت في الكتب الأكاديمية، والدراسات العلمية المحكمة، والتقارير الرسمية الصادرة عن الجهات الصحية والإعلامية في الأردن، إضافة إلى تحليل مضمون الرسائل الإعلامية والبيانات الصادرة خلال أزمة كوفيد-19، وبهذا، فإن الدراسة تقوم على تحليل محتوى المصادر الثانوية والوثائق المتاحة.

6. مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: تعتبر العلاقات العامة من الأنشطة الاتصالية الأساسية لأي مؤسسة، إذ تعزز من الثقة المتبادلة والتفاعل بين المؤسسة وجمهورها، وتعمل على تحسين الصورة الذهنية عنها عبر أدوات وأساليب تواصل متعددة، ومع تطور البنى التحتية للاتصال الرقمي توسعت وظائف العلاقات العامة لتشمل منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، مما عزز من دورها في إيصال السياسات والرد على النقد وبناء العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي.

إستراتيجيات العلاقات العامة: يقصد بها الإستراتيجيات والتقنيات الاتصالية التي تعتمدها المؤسسات في إدارة رسائلها الإعلامية خلال الأزمات، وتتضمن تحديد الوسائط، وتحديد الجمهور المستهدف، وتوقيت الرسائل، ومضمونها، بهدف تحقيق التفاعل والتجاوب المجتمعي المطلوب (بشير، 2023).

إدارة الأوبئة: مجموعة من الإجراءات والتدابير المنهجية التي تهدف إلى الوقاية من تفشي الأمراض المعدية، ورصدها، والاستجابة لها، والتعافي منها، وتضمن هذه الإدارة تعزيز الإنذار المبكر، والترصد، ونظم الاستجابة، والتأهب للأوبئة، وإرساء قدرة جماعية على مستوى إقليمي للتعامل مع حالات طوارئ الصحة العامة التي تثير قلقاً دولياً (سناني، 2022).

كوفيد-19: يعتبر من الأمراض الفيروسية المعدية الناتجة عن الإصابة بفيروس كورونا المستجد (SARS-CoV-2)، ظهر لأول مرة في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، وينتج عنه تأثيرات ملحوظة على الجهاز التنفسي وتتراوح بين الخفيفة والشديدة، مثل الحمى، والسعال، وضيق التنفس، وقد انتشر بسرعة على نطاق عالمي، وقد أعلنت منظمة الصحة العالمية في مارس 2020 على أنه جائحة عالمية، مما استدعى استجابات صحية واتصالية مكثفة من قبل الحكومات والمؤسسات الصحية في مختلف دول العالم (عطوات، 2021).

الفصل الأول: الإطار النظري لستراتيجيات العلاقات العامة وإدارة الأوبئة

يمثل الإلمام النظري للعلاقات العامة وإدارة الأوبئة ركيزة أساسية لتحليل دور الاتصال المؤسسي في مواجهة الأزمات الصحية، ويهتم هذا المبحث بتأصيل المفاهيم المرتبطة بالعلاقات العامة، وبيان تطورها وأدوارها الإستراتيجية.

مفهوم إستراتيجيات العلاقات العامة

وهي مجموعة من القرارات الجوهرية التي تتخذها المؤسسة بطريقة مستقلة ومتتابعة، بهدف تحقيق أهداف اتصالية محددة، عبر توظيف تقنيات تواصل متعددة، ويعتبر اختيار إستراتيجية فعالة قائمة على برنامج علمي واضح من العوامل الأساسية التي تضمن نجاح المؤسسة في بناء صورة إيجابية لها وتعزيز الثقة مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتعي المؤسسات المعاصرة دور الاتصال كأداة إدارية محورية، فتحدد له وحدات تنظيمية متخصصة، مثل قسم العلاقات العامة أو دائرة الاتصال، وتفوض مهمة إعداد الإستراتيجيات الاتصالية وتنفيذها إلى موظفين يحملون مسميات وظيفية متعددة مثل: المكلف بالعلاقات العامة، أو مستشار العلاقات العامة، أو حتى ضابط الاتصال في السياقات العسكرية، وتتمثل الأهداف الأساسية لهذه الإستراتيجيات في بناء صورة مؤسسية حسنة وتعزيز علاقة الثقة مع الفئات المستهدفة (نزال، 2023).

أنواع إستراتيجيات العلاقات العامة

تتعدد إستراتيجيات العلاقات العامة وفقا لتنوع الأنشطة والمواقف التي تتعامل معها المؤسسات، إذ لا توجد صيغة إستراتيجية موحدة تصلح إلى جميع الظروف والأوضاع، بل يفترض أن يتم اختيار الإستراتيجية الأنسب حسب طبيعة الهدف، وجمهور المؤسسة، والبيئة المحيطة بها، وفيما يأتي أهم أنواع الإستراتيجيات المعتمدة من قبل إدارات العلاقات العامة لتحقيق أهدافها (صبيح، 2011):

- **إستراتيجية التركيز:** تعتمد في حالات الطوارئ، وترتكز على تعبئة كل وسائل الاتصال في آن واحد لضمان الوصول السريع والواسع إلى مختلف فئات الجمهور، وتتطلب هذه الإستراتيجية وجود بنية تحتية فنية وبشرية اللازمة لضمان إدارة الموقف بكفاءة.

- **إستراتيجية التوقيت المناسب:** تهتم بتحديد الوقت الأنسب لنشر المعلومات، كإصدار بيان، أو الإعلان عن قرار، أو افتتاح مشروع، وتكيف بحسب الظروف المحيطة بالموقف، والأطراف المؤثرة فيه، بما يعزز تأثير الرسالة في الجمهور المستهدف.
- **إستراتيجية التروي والترتيب:** يستعان بها في حالات الحملات الكيدية ضد المؤسسة، إذ يُفضل الانتظار قبل اتخاذ قرار الرد، ودراسة الموقف بعناية قبل إصدار رد رسمي، كما يتم التركيز على نشر معلومات إيجابية أو القيام بأعمال تقوي صورة المؤسسة وتدحض المزاعم المتداولة.
- **إستراتيجية المفاجأة:** تطبق كخيار في اللحظات الأخيرة لتنفيذ خطوات غير متوقعة في ظروف استثنائية، مثل: الانتخابات أو الأزمات الإعلامية، وتتطلب توافق الخطوات المتخذة مع مصلحة واحتياجات الجمهور، وإلا فإنها تتعارض مع مبادئ العلاقات العامة.
- **إستراتيجية المشاركة:** ترمي إلى تعزيز الانتماء داخل المؤسسة عن طريق إشراك الجمهور الداخلي في صنع القرار، كتقديم الاقتراحات، أو انتخاب ممثلين، أو إبداء الرأي عبر صناديق الشكاوى والملاحظات، وهو ما يعزز الثقة والشعور بالتقدير لدى العاملين.
- **إستراتيجية عدم التدخل:** تفعل في المواقف الضرورية والتي تتطلب الحياد، مثل المسابقات أو الجوائز، إذ يترك القرار للجانب المختصة أو شخصيات محايدة حفاظا على مبدأ الشفافية والنزاهة، وضمانا لمصداقية المؤسسة أمام جمهورها.
- **إستراتيجية ملقئ الطرق واستغلال الفرص:** تستهدف التواجد في أماكن التجمع الجماهيري أو التعاون مع شخصيات ذات تأثير واسع، لعرض أنشطة المؤسسة أو إيصال رسائلها بفاعلية، مما يعزز من فرص التأثير والتفاعل مع فئات جديدة من الجمهور.

- **إستراتيجية الاختفاء:** وهي من الخصائص المهنية للعلاقات العامة، حيث يفضل تحديد موظفي العلاقات العامة بعيدين عن الأضواء، فلا تظهر أسماؤهم على المواد الإعلامية أو الأوراق الرسمية، بما يعكس طبيعة دورهم غير المباشر كـ "جنود مجهولين" يعملون على رعاية مصالح المؤسسة والجمهور بهدوء وفعالية.

مفهوم الأوبئة

تصنف الأوبئة من أخطر أنواع الأزمات الصحية التي تواجه المجتمعات وأكثرها تعقيدا، نتيجة لطبيعتها المفاجئة وسرعة انتشارها وتعدد آثارها الصحية والاجتماعية والاقتصادية، وقد وصف الفقهاء والمفكرون المسلمون الوباء بأنه مرض عام ينتشر بين أعداد كبيرة من الأفراد في منطقة محددة خلال فترة زمنية معينة، ويكون مغايرا لما ألفه الناس من أحوالهم الصحية، حيث يتشابه المصابون في طبيعة المرض وأعراضه، وهو ما يجعل الوباء حالة استثنائية تستوجب استجابة جماعية منظمة، ويعد الطاعون نموذجا تقليديا للوباء، إلا أن مفهوم الوباء أوسع من ذلك، إذ يشمل جميع الأمراض المنتشرة التي تتعدى المستويات المتوقعة وتحدث اضطرابا عاما (بلحسن، 2022).

وقد أشار عدد من العلماء إلى أن الأمراض العامة التي تصيب الناس في زمن واحد، وبأعراض متشابهة تدخل ضمن تعريف الوباء، ومع تطور الطب، اتسع مفهوم الوباء ليشمل الأمراض الفيروسية التي تنتشر عبر العدوى السريعة، كما حدث في جائحة كوفيد-19 التي فرضت على الأنظمة الصحية والإدارية اعتماد سياسات استثنائية للحد من الانتشار والاستجابة السريعة للأزمة (أبو عيشة، 2022).

ضوابط اعتبار المرض وباء:

يتسم الوباء بعدة خصائص تفرقه عن غيره من الأزمات الصحية المعتادة، وأبرزها أنه (العمرو، 2022):

- **مرض معد:** يعد الوباء بطبيعته المعدية مرضا ناتجا عن عامل مسبب ينتقل من شخص لآخر، بخلاف الأمراض المزمنة غير السارية، مثل: السكري أو السرطان.
- **انتشار جغرافي على نطاق واسع:** قد يمتد الوباء يتجاوز الحدود المحلية ليشمل مناطقاً أو دولاً متعددة.
- **إصابة جماعية من السكان:** لا يصنف المرض وباء إلا إذا انتشر وأصاب عددا كبيرا من الناس خلال فترة زمنية قصيرة، محدثا تهديدا عاما على الصحة العامة.
- **الحدوث المفاجئ:** تظهر الأوبئة في الغالب دون سابق إنذار، مما يربك جهود الاستجابة الوقائية، ويزيد من وتيرة الانتشار السريع للمرض.
- **الاختلاف عن الأمراض المتوطنة:** تتميز الأوبئة باختلافها عن الأمراض المتوطنة، كالإنفلونزا الموسمية، التي تكون معروفة وغير مألوفة، ويتم التعامل معها من خلال بروتوكولات علاجية ولقاحات محدثة.

إدارة العلاقات العامة وأدوارها في الأزمات الصحية

تعتبر إدارة العلاقات العامة من أحد العناصر الجوهرية في التعامل مع الأزمات الصحية، حيث تشارك بشكل مباشر في ضبط السلوك الاتصالي أثناء الأزمة من خلال تهيئة الإمكانيات التنظيمية اللازمة والاستجابة السريعة للمستجدات، وتعد العلاقات العامة الفعالة أداة وقائية بامتياز، حيث تمكن من التنبؤ بالأزمات المحتملة عبر مراقبة البيئة الداخلية والخارجية، ورصد السياسات أو الإجراءات التي قد تحدث ضررا للمؤسسة، وتختلف الأزمات من حيث

طبيعتها وحدة تأثيرها، وقد أكدت الأدبيات على ضرورة امتلاك المؤسسات لخطة أزمات مسبقة يتم اختبارها دوريا من خلال محاكاة أو نقاشات إدارية، لضمان سرعة الاستجابة عند وقوع الأزمة (الوائلي، 2021).

من جانب آخر، يرى عدد من الباحثين أن فعالية إدارة الأزمة يتركز على أربعة أركان رئيسية: القيادة المبكرة الفعالة التي تتطلب قرارات حاسمة من قبل كبار المسؤولين، والمقاربة ذات الأولوية التي تركز على إدارة جوهر الأزمة والتواصل الفوري مع المتأثرين بها، ثم الحفاظ على السمعة المؤسسية من خلال إجراءات استباقية مدروسة، والتخطيط المحكم الذي يشمل التفويض المسبق، والاستجابة الفورية، والانفتاح في نقل الحقيقة والتعاطف مع الجمهور ، ويعتبر غياب تحديد واضح لأدوار العلاقات العامة خلال الأزمات مصدرا للارتباك، في حين أن وضوح هذه الأدوار يعزز من فاعلية الأداء المؤسسي، ويساعد في توجيه الجهود نحو المعالجة الاتصالية الصحيحة (بن سيمه وخمفلوي، 2022).

وقد تعددت أدوار العلاقات العامة كما أشار إليها عدد من الباحثين، ومنها: الدور الإداري المتعلق ببناء الإستراتيجيات الاتصالية، والدور العملي الذي يتمثل في إعداد الرسائل الاتصالية وصياغتها، والدور التوفيقى بين قيم المجتمع واتجاهات المؤسسة، إضافة إلى الدور التعليمي في بناء سلوكيات جديدة داخل المؤسسة وخارجها (زيادة وفرشان، 2022).

الدراسات السابقة:

تعد مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة خطوة أساسية في أي دراسة علمية، حيث تساهم في تأصيل الموضوع ضمن سياقه المعرفي، وتحديد موقع الدراسة الحالية في إطار الجهود البحثية السابقة، وتسعى هذه المراجعة إلى:

دراسة العضائية، (2024). بعنوان: " دور وسائل الإعلام التوعوي أثناء الأزمات الصحية: جائحة

كوفيد/19 الأردن نموذجاً".

هدفت الدراسة توضيح دور وسائل الإعلام – التقليدية والرقمية – أثناء الأزمات الصحية، وخاصة خلال جائحة كوفيد-19 في الأردن، من خلال استكشاف إسهامها في نشر الوعي الصحي، وتحديد الأسس التي تجعل الإعلام أداة فعالة في إدارة الأزمات الصحية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الكيفية التي يعتمد بها الجمهور على الإعلام في تلقي المعلومات خلال الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أن توفير المعلومات الدقيقة والكاملة لوسائل الإعلام يحد من انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة، ويساعد على تقليل الغموض لدى الجمهور، كما أن غياب المعرفة الكافية بالبوء يسبب القلق الجماهيري، في حين أن تحديد الجمهور المستهدف في كل مرحلة من مراحل الأزمة يرفع من فاعلية الرسائل التوعوية، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل آليات عمل واضحة للتنسيق بين الجهات المعنية بالأزمة الإعلامية والصحية، بما يضمن الحصول على معلومات دقيقة بسرعة، والعمل على معالجة التباين في المعلومات والأرقام بهدف تعزيز المصداقية والشفافية في الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور خلال الأزمات.

دراسة أبو جرار، (2022)، بعنوان: (الدور الإعلامي للمؤسسة العامة للضمان الاجتماعي خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الجمهور).

هدفت الدراسة بيان تقييم الجمهور لفعالية الرسائل الإعلامية للمؤسسة خلال الأزمة، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واعتمدت استبانة وزعت على عينة عشوائية بسيطة من 400 فرد يمثلون جمهور المؤسسة، وأظهرت النتائج أن التقييم العام للدور الإعلامي كان متوسطاً، حيث تصدرت المصادقية المرتبة الأولى، تلتها درجة رضا الجمهور، ثم الوسائل الإعلامية، وأخيراً درجة الدقة، كما بينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى إلى الجنس أو العمر أو المهنة، في حين ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية حسب المستوى التعليمي لصالح الدبلوم المتوسط والدراسات العليا، وأوصت الدراسة بضرورة أن تراعي المؤسسة وضوح رسائلها الإعلامية بما يتناسب مع جميع فئات المجتمع.

دراسة أحمد، (2022). بعنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)".

سعت الدراسة إلى قياس درجة اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، واستخدمت الدراسة منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، وطبقت على عينة حصرية متساوية بلغ عددها (450) فرداً من مختلف أقاليم الأردن (الشمال، الوسط، الجنوب)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية واضحة بين اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي وتأثرهم معرفياً ووجدانياً وسلوكياً؛ فكلما ازداد الاعتماد على هذه المنصات كمصدر للمعلومات، زادت التأثيرات المعرفية (مثل مستوى المعرفة بالفيروس)، والوجدانية (كالقلق أو الاطمئنان)، والسلوكية (كالالتزام بالإجراءات

الوقائية)، كما أثبتت النتائج وجود علاقات إيجابية قوية بين مختلف أنواع التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد، وأوصت الدراسة بضرورة توجيه المحتوى الصحي على منصات التواصل الاجتماعي بطريقة علمية ومدروسة لتقليل الآثار السلبية وتعزيز الاستجابة المجتمعية خلال الأزمات الصحية، مع التركيز على تدقيق المعلومات ومكافحة الشائعات من خلال مصادر موثوقة وشراكات مع الجهات الصحية الرسمية.

دراسة السعايدة، (2021). بعنوان: (تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي

لجائحة كوفيد 19 "كورونا")

هدفت هذه الدراسة تقييم تغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19 من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن، مستخدمة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة على عينة مكونة من 214 فردا توزعوا بين صحفيين، وقيادات نقابية، وموظفين رسميين، وأظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات بنسبة 87.4%، تلتها المواقع الإلكترونية الأردنية والتلفزة المحلية، وأن التغطية الإعلامية الرقمية اعتبرت متوسطة من حيث الشمول بنسبة 72.9%، كما تبين أن الإعلام الرقمي لعب دورا إيجابيا في التوعية والإرشاد بنسبة 78.4%، وكشفت النتائج عن وجود فروق دالة بين الفئات المستجيبة لصالح قادة النقابات المهنية، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير المحتوى الاتصالي وتعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجهات الرسمية لضمان تغطية فعالة خلال الأزمات.

دراسة القضية، (2021). بعنوان: "تغطية الصحافة الأردنية اليومية لوباء كورونا: دراسة

تحليلية".

هدفت هذه الدراسة تحليل التغطية الإعلامية لصحيفة الغد الأردنية اليومية لجائحة كورونا خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 2019 حتى ديسمبر 2020، وذلك لبيان القيمة الإعلامية لهذه التغطية ومدى إسهامها في نشر الوعي الصحي وتوجيه الرأي العام خلال الأزمة، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون لفنون التحرير الصحفي المختلفة، لرصد أنماط المعالجة الإعلامية في تغطية الجائحة، وتوصلت الدراسة إلى أن صحيفة الغد لعبت دوراً مهماً في تسليط الضوء على الجوانب الصحية والاجتماعية للجائحة، وأسهمت في نقل المعلومات بشكل يتسم بالمصداقية والتوازن، مع التركيز على الجانب التوعوي والتثقيفي للجمهور، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التنسيق بين المؤسسات الصحية والإعلامية، وتطوير إستراتيجيات إعلامية مستقبلية للتعامل مع الأزمات الصحية، من خلال تكثيف المحتوى التثقيفي والابتعاد عن التهويل أو الإثارة.

دراسة (2023)، Safori، بعنوان: New media and crisis management in Jordan:

(COVID-19 perspective. Information Sciences Letters).

هدفت الدراسة تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمية الفعالة وإدارة أزمة كوفيد-19 في الأردن، وتحليل إسهام الإعلام الرقمي في احتواء الأزمة، واعتمدت الدراسة المنهج الكمي باستخدام استبانة إلكترونية وزعت على عينة قصدية مكونة من 50 موظفاً من كوادرات الإعلام والاتصال في المؤسسات الحكومية الأردنية، وأظهرت النتائج أن أكثر التقنيات الرقمية فعالية تمثلت في المؤتمرات الصحفية، كما أظهرت الدراسة أن الإعلام الرقمي أسهم في إدارة الأزمة من خلال تواصل منظم وفعال مع الجهات الصحية والأمنية، وتقديم ردود فورية على

استفسارات الجمهور. وأوصت الدراسة باعتماد المؤتمرات الإعلامية الرقمية كأداة رئيسة لإدارة الأزمات الصحية، نظراً لفاعليتها في إيصال المعلومات وتنسيق الجهود الوطنية.

دراسة (Alhammad, (2023) ، بعنوان: The Jordanian public's reliance on the Jordanian digital journalism as a source of information during the COVID-19 crisis: A field study. Dirasat: Human and Social Sciences).

هدفت الدراسة قياس درجة اعتماد الجمهور الأردني على الصحف الرقمية المحلية مثل الغد، الرأي، والدستور كمصادر رئيسية للمعلومات خلال الجائحة، واستخدمت المنهج المسحي الميداني من خلال استبانة طبقت على عينة مكونة من 400 فرد من الجمهور الأردني، وأظهرت النتائج أن 79% من المشاركين يعتمدون على الصحافة الرقمية الأردنية كمصدر للمعلومات، وذلك لسهولة الوصول إليها في أي وقت، فيما تبين أن 57.9% منهم يقضون أقل من ساعة يومياً في تصفحها، كما كشفت النتائج أن أبرز التأثيرات المعرفية تمثلت في زيادة الوعي بمخاطر الفيروس، لا سيما بين كبار السن، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الدور التوعوي للصحافة الرقمية من خلال إطلاق حملات إعلامية فعالة حول سبل الوقاية والسلامة.

دراسة (Abdulhadi, (2022) ، بعنوان: The representation of the first Covid-19 case in "Jordan in news outlets: A critical discourse analysis study".

دراسة (Abdulhadi, (2022) ، بعنوان: The representation of the first Covid-19 case in "Jordan in news outlets: A critical discourse analysis study".

هدفت هذه الدراسة تحليل تغطية أول حالة إصابة بفيروس كوفيد-19 في الأردن في وسائل الإعلام العربية المحلية وغير المحلية، وذلك للكشف عن الأيديولوجيات الكامنة التي تعكسها

عناوين الأخبار والمقالات، واعتمدت الدراسة منهج تحليل الخطاب النقدي، وتحديدًا نموذج فان ديك (2006) لتحليل محتوى 22 مقالا إخباريا نشر في يومي 2 و3 مارس 2020 حول الحالة الأولى للإصابة بالفيروس في الأردن، وتوصلت النتائج إلى أن الصحف غير المحلية استخدمت في تغطيتها كلمات وعبارات ذات دلالات سلبية من شأنها إثارة القلق أو الذعر، في حين سعت الصحف المحلية إلى تهدئة الجمهور من خلال التركيز على الاستجابة الحكومية السريعة والابتعاد عن ربط الأردن بالدول التي شهدت انتشارا واسعا للفيروس، مثل إيطاليا، وأوصت الدراسة بضرورة التزام وسائل الإعلام بالموضوعية وتجنب التحيز، إلى جانب تعميم تحليل التغطية الإعلامية لحالات الإصابة الأولى بكوفيد-19 في الدول العربية الأخرى، لفهم الفروقات في المعالجة الإعلامية بشكل أوسع.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

سعت هذه الدراسة إلى تحليل إستراتيجيات العلاقات العامة بوصفها أداة اتصال مؤسسي فاعلة في إدارة الأزمات الصحية، وذلك من خلال دراسة حالة أزمة كوفيد-19 في الأردن، وذلك بخلاف الدراسات التي تناولت تغطية الإعلام الرقمي أو ردود فعل الجمهور تجاه الرسائل الإعلامية، وتتبنى هذه الدراسة منظورا أكثر عمقا وشمولا، يتمثل في تقييم طبيعة الخطاب المؤسسي، ومدى اتساقه مع المبادئ الاتصالية المتعارف عليها في أوقات الأزمات، والوقوف على مواطن القوة والقصور في الأداء الاتصالي الرسمي.

الفصل الثاني: فعالية إستراتيجيات العلاقات العامة على إدارة وباء كوفيد-19 في الأردن

في الأردن، تميزت إدارة أزمة كوفيد-19 بتطبيق سياسة استباقية صارمة قادتها الحكومة عبر فريق أزمة متعدد القطاعات، وما إن تم تسجيل أول إصابة في 2 مارس 2020 بادرت الحكومة إلى تفعيل قانون الدفاع (حالة الطوارئ) لمنحها صلاحيات استثنائية، كما أغلقت الحدود وفرضت

حظر تجول شامل، وأوقفت العمل في المدارس ودور العبادة، مع تطبيق الحجر الصحي على القادمين من الخارج، كما جرى تنسيق هذه الجهود عبر المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات بإشراف مباشر من جلالة الملك عبد الله الثاني لضمان درجات الكفاءة في التنفيذ (العقابي، 2021، 319).

ولعبت عدة جهات رسمية، خلال جائحة كوفيد-19، دوراً فاعلاً في إدارة الاتصال والعلاقات العامة، في إطار توجيه الرأي العام وتعزيز الاستجابة الرسمية، وتنسيق الإجراءات الوطنية، ومن أبرز الأطراف الحكومية المسؤولة هي (أبو العسل والنوافعة، 2021)

- **المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات:** اضطلع بتنسيق الجهود بين مختلف المؤسسات الحكومية، وفي مقدمتها وزارة الصحة، وقيادة العمليات الإعلامية الرسمية، ونظم المؤتمرات الصحفية اليومية التي مثلت المصدر المعتمد للمعلومات حول تطورات الجائحة.
- **وزارة الصحة:** تولت الجانب الفني والطبي من الاستجابة للأزمة، من خلال إصدار تحديثات يومية حول أعداد الإصابات والوفيات، وأسهمت في رفع الوعي الصحي عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.
- **وزارة الدولة لشؤون الإعلام:** تولت الإشراف على إدارة الخطاب الإعلامي الرسمي، وضمان اتساق الرسائل الحكومية، وانتشارها المنظم عبر مختلف المنصات الإعلامية.
- **وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة:** أسهمت في تطوير المنصات الرقمية الرسمية، مثل منصة "سلامتك"، التي وفرت معلومات محدثة حول الجائحة، ومكنت المواطنين من الوصول إلى الخدمات الصحية والتعليمية عن بعد.

• **المؤسسات الأمنية والعسكرية:** تولت تنفيذ إجراءات الحظر والإغلاق، وضمان الانضباط العام، ودعمت الجهود الإعلامية الهادفة إلى رفع الوعي المجتمعي.

واعتمدت الجهات الرسمية في الأردن خلال جائحة كوفيد-19 على مجموعة متكاملة من الأدوات والإستراتيجيات الاتصالية المدروسة لضبط سلوك الجمهور والتأثير في الوعي المجتمعي، وشكلت هذه الأدوات بين وسائل الإعلام التقليدية، مثل: التلفزيون والإذاعة والصحف، وبين الوسائط الرقمية الحديثة، مثل: منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية الرسمية، كما تم الاعتماد بدرجة كبيرة على المؤتمرات الصحفية اليومية التي تولى المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات تنظيمها بمشاركة وزارة الصحة، والتي مثلت المصدر الرسمي الأول للمعلومات المتعلقة بالجائحة (WHO, 2021).

وعلى صعيد آخر، استندت الإستراتيجيات الاتصالية المتبعة على الشفافية سرعة تدفق المعلومات، مع التركيز على نشر الرسائل التوعوية بطريقة سهلة ومباشرة لتعظيم مستوى الاستجابة المجتمعية، كذلك جرى استخدام الرسائل النصية القصيرة عبر الهواتف المحمولة لإطلاع المواطنين على آخر القرارات والإجراءات الحكومية المتعلقة بالحظر واللقاحات، بالتوازي مع حملات إعلامية مكثفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هدفت إلى التوعية بأهمية الالتزام بإجراءات الوقاية والتسجيل للحصول على اللقاح (UNICEF Jordan, 2021).

وشهدت الأزمة كذلك توظيف إستراتيجيات المشاركة المجتمعية، إذ أطلقت مبادرات على منصات التواصل هدفت إلى إشراك الأفراد في التوعية وتعزيز رسائل الدعم الإيجابية، مما رفع مستوى التفاعل الجماهيري مع الخطاب الرسمي، وأكدت بعض الدراسات أن استخدام الإعلاميين الجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي أسهم في الوصول إلى شرائح واسعة من السكان بمستويات تعليمية وفئات عمرية مختلفة (Qaqish et al. 2022).

وبالإضافة إلى ما سبق، برزت وسائل الإعلام الأردنية بما في ذلك الصحف اليومية، مثل: الرأي والغد، والقنوات التلفزيونية، مثل: المملكة والتلفزيون الأردني، إلى جانب مواقع إخبارية إلكترونية كمنصتي عمون وجفرا نيوز وغيرهما في نقل المعلومات إلى الجمهور أثناء الأزمة.

إستراتيجيات الاتصال خلال أزمة كوفيد-19 في الأردن

- **تنوع أدوات الاتصال:** استخدمت الحكومة الأردنية مؤتمرات صحفية يومية لبث أحدث المعلومات والتصدي للشائعات، كما أطلقت حملات توعية عبر الإعلام الجماهيري مثل حملة "بحميهم"، ودمجت التثقيف بالترفيه عبر مسلسلات قصيرة لرفع الوعي الصحي (OECD, 2021).
- **المنصات الرقمية والمصادر الرسمية:** أنشأت الحكومة منصات رقمية رسمية مثل موقع "corona.jo" وتطبيق "صحتك"، ونشطت صفحات التواصل الاجتماعي، مع إشراك المؤثرين الشباب لنشر الرسائل الصحية وتعزيز ثقة الجمهور بالمصادر الموثوقة (Yasin & Gomaa, 2021).
- **المشاركة المجتمعية والشراكات:** اتبعت الحكومة نهج الاتصال المجتمعي عبر حملات مثل "إلك وفيد"، واعتمدت على مشاركة المتطوعين، والقادة من رجال الدين، ووجهاء المجتمع لنشر الرسائل الصحية، مما عزز الشعور بالمسؤولية الجماعية في مواجهة الأزمة.
- **رفع الوعي المجتمعي:** أسهمت الحملات والرسائل المتكررة في ترسيخ مفاهيم الوقاية لدى الناس، مثل: أهمية ارتداء الكمامة والتباعد الاجتماعي. أظهرت الدراسات أن اختيار قنوات مناسبة ولغة مبسطة ساعد في تعزيز المعرفة والسلوك الوقائي.

- **تعزيز الامتثال للإجراءات الصحية:** نجحت جهود الاتصال في دفع المواطنين للامتثال، مستندة إلى الدمج بين الاتصال الإقناعي والتشريعات الصارمة، مع إبراز الالتزام كواجب وطني، رغم ظهور تحديات مثل الإجهاد السلوكي والعادات الاجتماعية (Yasin & Gomaa, 2021).
- **تحقيق التفاعل والمشاركة:** أنشأت الحكومة قنوات تواصل مباشرة مع المواطنين، واستثمرت بالمبادرات الإبداعية، مثل: مسابقات المواهب لتعزيز التفاعل، مما جعل الجمهور شريكا فاعلا في جهود التوعية، وليس متلقيًا سلبيًا.
- **الثقة العامة وتأثير الرسائل الرسمية:** ارتفعت الثقة بالحكومة في البداية بفضل الاستجابة السريعة والشفافية.

انسجام التغطية الإعلامية مع الخطاب الرسمي للحكومة

1. التغطية المتوافقة مع الرواية الحكومية

أبدت غالبية وسائل الإعلام الأردنية أثناء الجائحة درجة عالية من الانسجام مع الخطاب الرسمي الصادر عن الحكومة، وأشارت تقارير رصدية إلى أن العديد من الصحفيين الأردنيين رأوا أن التغطية الإعلامية لأزمة كوفيد-19 اتسمت بافتقارها للتنوع، حيث انفردت الرواية الحكومية الرسمية بالمشهد الإعلامي خلال جائحة كورونا كوفيد-19 بشكل شبه كامل (معهد الإعلام الأردني، 2020).

إذ اعتمدت صحيفة الرأي باعتبارها إحدى الصحف واسعة الانتشار، على نشر البيانات الرسمية الصادرة عن وزارة الصحة أو رئاسة الوزراء، دون تقديم روايات بديلة أو تحليلات مستقلة، مما جعل محتواها يعكس بصورة كبيرة وجهة النظر الحكومية، وهو ذات النمط الذي اتبعته صحيفة الدستور الحكومية التي التزمت بخطاب مطابق للرسالة الرسمية للدولة، بينما شاركت صحيفة الغد المستقلة نسبياً في تغطية الإجازات الرسمية اليومية والإحصاءات، مع إتاحة هامش محدود لتناول قضايا الجمهور بشكل مستقل، وبوجه عام، أصبح السرد الحكومي هو الإطار الناظم للتغطية أي غلب الطابع الحكومي على المحتوى الإعلامي، وتم تضيق مساحة السرد البديل أو النقدي، ولعبت الوسائل الإعلامية الرسمية والمرئية دوراً مركزياً في ضبط أجندة النشر بما يتماشى مع السياسات الرسمية (مركز حماية وحرية الصحفيين، 2020).

وركزت قناة المملكة التلفزيونية في بثها اليومي على نقل مؤتمرات التصريح الصحفي المباشر التي يعقدها مسؤولو الحكومة لاطلاع المواطنين على آخر مستجدات الوباء، كما أتاحَت الحكومة للصحافيين والمراسلين وصولاً مستمراً إلى الوزراء والأطباء المختصين لإجراء مقابلات، مما عزز من سيطرة الرسالة الرسمية عبر مختلف المنابر الإعلامية، والتلفزيون الأردني الرسمي بدوره كرس نشراته الإخبارية لتقارير حول إجراءات الحكومة اليومية (مثل الإغلاقات وحملات التعقيم).

ووفقاً لتحليل مركز ويلسون، فإن هذه الإستراتيجية الإعلامية الحكومية (من خلال الإجازات المتلفزة وإتاحة المعلومات) حددت نغمة التغطية الصحفية في الأردن، حيث أصبحت وسائل الإعلام مجرد ناقل للرسائل الحكومية الصحية وتحركات الدولة لمواجهة الفيروس (Tal، 2020).

وبالإضافة إلى الصحف والتلفزيون، لعبت المواقع الإخبارية الإلكترونية الأردنية دوراً مهماً في نقل المعلومات الرسمية، وبادرت مواقع، مثل: عمون وجفرا نيوز وغيرهما إلى إعادة نشر التصريحات الحكومية، سواء كانت قرارات أو أرقام حالات الإصابة، هذه المواقع، التي تمتاز بسرعة التحديث والوصول لجمهور واسع عبر الإنترنت، التزمت هي الأخرى بالخط العام للتغطية الرسمية للحفاظ على مصداقيتها وتجنب الاصطدام مع قوانين الطوارئ، ما يفسر اعتماد الإعلام الإلكتروني على المحتوى الرسمي باعتباره موثقاً ومؤثراً في إدارة الأزمة، وفي المحصلة، أدت الأجواء الرقابية على المحتوى الإعلامي بما يتعلق بالأزمة إلى ارتفاع مستوى الرقابة الذاتية لدى الصحفيين والمنصات الرقمية، وهو ما أكدته مركز حماية وحرية الصحفيين في تقريره لعام 2020 بأن تطبيق قانون الدفاع رافقه تصاعد في الرقابة الذاتية لدى الإعلاميين (شبكة الإعلام الأخلاقية، 2020).

نقاط القوة في التغطية الإعلامية خلال الأزمة

اتسمت التغطية الإعلامية الأردنية لجائحة كورونا بعدة جوانب إيجابية، كان لها دور بارز في تعزيز فعالية إدارة الأزمة، ومن هذه نقاط القوة الآتية:

- **توصيل الرسالة الصحية الرسمية بوضوح وانتظام:** أسهمت وسائل الإعلام المحلية، عبر نقل الإيجازات الصحفية الحكومية اليومية، بتعميم مصدراً موثقاً للمعلومات المتجددة حول تطورات الوباء وإرشادات الوقاية للجمهور، ولقد عملت الصحف والمواقع الإخبارية على إبراز تعليمات مثل "خليك بالبيت" وأخبار حظر التجول، ما ساعد في تعميم السلوكات الصحية المطلوبة، وجراء هذا الانسجام، وصلت الرسائل الحكومية الموحدة بسرعة ووضوح إلى مختلف شرائح المجتمع، كما تشير دراسات إعلامية إلى أن المؤتمرات الصحفية والإحاطات الإعلامية عبر المنصات الرقمية كانت من أكثر أدوات الاتصال فعالية أثناء الأزمة، وهذا يؤكد

بأن الدور التكاملي بين الحكومة والإعلام نجح في إيصال التعليمات الحرجة (مثل إجراءات الإغلاق والتباعد الاجتماعي) وتقليل البلبلة (Human Rights Watch، 2020).

- **تعزيز الثقة بالمصادر الرسمية والإعلام المحلي:** مع تقدم الجائحة، ازدادت ثقة الأردنيين بالإعلام الوطني بفضل شفافية الحكومة في الإعلان عن الحالات عبر الإعلام، مما أعاد للإعلام مصداقيته المتراجعة، وأظهرت استطلاعات الرأي أن المواطنين رأوا الإعلام ناقلاً أميناً للمعلومة، مما أدى لارتفاع نسب متابعة القنوات المحلية والمواقع الإخبارية خلال الإغلاقات، وتحقيق موجة جديدة من الثقة (الخالدي، 2021، 23).
- **تقديم معلومات حيوية ودحض الشائعات:** أسهم الإعلام التقليدي، بالتنسيق مع الجهات الرسمية، في تنفيذ الأخبار الزائفة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمة، مستعيناً بتغطيات علمية وتصريحات رسمية، وأكد مرصد "أكيد" انتشار الشائعات عبر المنصات غير الرسمية، بينما التزمت الصحف والمواقع بمصادر موثوقة، مما ساعد على تهدئة المخاوف الشعبية عبر رسائل طمأنة وحملات توعوية أطلقتها مؤسسات إعلامية بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني (Sabados, 2020).
- **التغطية اللحظية والتفاعل مع الجمهور:** تميز الإعلام الأردني بسرعة الاستجابة لمستجدات الجائحة، عبر بث عاجل وشروح مبسطة للقرارات الحكومية، مما أبقى الجمهور على اطلاع دائم، كما أسهم الإعلام الرقمي بالتواصل المباشر مع المواطنين عبر برامج حوارية وتعليقات إلكترونية، مما عزز دوره كشريك فاعل في إدارة الأزمة بجانب تقديم خدمة توعوية فورية (الخالدي، 2021).

الخاتمة:

اعتمدت الحكومة الأردنية خلال أزمة كوفيد-19 على مزيج من الإجازات الصحفية اليومية، وحملات توعوية شاملة إلى جانب تفعيل منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية الرسمية مثل (corona.jo)، مما ساعد في نشر معلومات دقيقة بشكل متواصل، وأثبتت هذه الإستراتيجيات فاعليتها في رفع مستوى الوعي المجتمعي، حيث أظهرت الدراسات أن غالبية المواطنين أصبحوا أكثر التزاماً بالسلوكات الوقائية الأساسية، مثل: ارتداء الكمامة والتباعد الاجتماعي.

وعززت هذه الجهود أيضاً من الامتثال للإجراءات الصحية، إذ أسهمت قوة الرسائل الموجهة، مع الإجراءات القانونية المصاحبة، في خلق حالة من الالتزام العام خاصة خلال الموجة الأولى من الجائحة، كذلك تميزت الإستراتيجية الأردنية بنهج المشاركة المجتمعية، من خلال تعبئة الشباب والمتطوعين والتعاون مع القادة المحليين والمؤثرين، مما خلق تفاعلاً إيجابياً وشعوراً بالملكية الجماعية لمواجهة الأزمة.

أما على صعيد الثقة العامة، فقد شهد الأردن في البداية ارتفاعاً ملحوظاً في ثقة المواطنين بالحكومة بفضل الشفافية والسرعة في التواصل، غير أن هذه الثقة تراجعت مع طول مدة الأزمة وتزايد الآثار الاقتصادية والاجتماعية، مما أبرز أهمية الاستمرارية في الشفافية وتجديد الخطاب التواصلي بشكل يلبي تطلعات المواطنين ويعالج مخاوفهم الواقعية، ورغم بعض التحديات، فإن التجربة الأردنية أظهرت كيف يمكن لإستراتيجيات الاتصال الفعالة أن تلعب دوراً مركزياً في إدارة الأزمات الصحية وتحقيق استجابة مجتمعية واسعة.

النتائج:

1. العلاقات العامة لها وظيفة اتصال إستراتيجي تهدف لبناء الثقة مع الجمهور، وتلعب أدوارا مهمة في الأزمات الصحية عبر إعداد خطط الاتصال، وصياغة الرسائل التوعوية، التنسيق مع الجهات المعنية، وتعزيز الوعي المجتمعي للحد من تفاقم الأزمات.
2. اعتمدت الجهات الرسمية الأردنية على مؤتمرات صحفية يومية، حملات توعية وطنية، منصات رقمية رسمية، والتواصل عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، مع التركيز على الشفافية، السرعة، وتوسيع الشراكات المجتمعية لدعم الرسائل الصحية.
3. وظفت الجهات الصحية والإعلامية استراتيجيات اتصال متعددة مثل الحملات الإعلامية والرسائل المبسطة، بهدف رفع الوعي الصحي لدى المواطنين، حول خطورة الفيروس وتعزيز الالتزام بالسلوكيات الوقائية.
4. تميزت الرسائل الرسمية بالشفافية، والدقة، والاتساق مع مبادئ الاتصال الفعال، خاصة في بداية الجائحة، لكنها واجهت بعض التحديات لاحقا مع تغير الأوضاع، مما تطلب تجديد الخطاب لتعزيز استمرارية الثقة المجتمعية.
5. واجهت العلاقات العامة تحديات مثل انتشار الشائعات وضعف الامتثال المجتمعي مع طول الأزمة، لكنها فتحت فرصا لتطوير إستراتيجيات المشاركة المجتمعية، وتوسيع استخدام الإعلام الرقمي، وتعزيز ثقافة الشفافية في التواصل مع الجمهور.

التوصيات:

1. ضرورة تعزيز تدريب الكوادر المختصة في العلاقات العامة على إدارة الاتصال خلال الأزمات الصحية، مع تطوير خطط اتصال استباقية تركز على بناء الثقة مع الجمهور.
2. الاستمرار في تنويع قنوات الاتصال الرسمية، مع تحديث أساليب الخطاب الإعلامي بما يلائم تطور أدوات الإعلام الرقمي وزيادة التفاعل مع مختلف شرائح المجتمع.
3. تكثيف حملات التوعية المستندة إلى الترفيه التثقيفي واستخدام الرسائل المبسطة المتكررة، خاصة في الفئات العمرية الأصغر لضمان استدامة التأثير السلوكي الإيجابي
4. الالتزام المستمر بالشفافية والدقة في تقديم المعلومات خلال الأزمات، مع مراجعة الخطاب الاتصالي دوريا لضمان اتساقه مع تطورات الأزمة واحتياجات الجمهور.
5. تطوير آليات فعالة لرصد الشائعات والاستجابة لها بسرعة، مع تعزيز ثقافة المشاركة المجتمعية كجزء أساس من إستراتيجيات الاتصال في أي خطة إدارة أزمات مستقبلية.

المراجع

- أبو العسل، ن. ص. والنوافعة، م. خ. (2021). حملات العلاقات العامة الإلكترونية في المستشفيات الأردنية ودورها في التوعية بمخاطر مرض الإنفلونزا "H1N1" وفيروس كورونا "COVID-19". *المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري*، 3(1)، 109-133.
- أبو عيشة، ع. (2022). *جهوزية القطاع الصحي للاستجابة والحد من مخاطر وباء فيروس كورونا - قطاع غزة - فلسطين: دراسة حالة "جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني"*، (رسالة ماجستير)، الجامعة الإسلامية.
- أحمد، ع. خ. (2022). اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19). *مجلة العلوم الاجتماعية*، 50، 331-367.
- بشير، م. ج. (2023). استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية: دراسة وصفية. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، 16(1)، 41-66.
- بلحسن، ص. (2022). *دور قافلة الإعلام والتحسيس في الحد من انتشار وباء كورونا: دراسة ميدانية بوحدة الحماية المدنية بتوقرت*، (رسالة ماجستير). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة.
- بن سيمية، د. وخمفلوي، ش. (2022). *فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا: دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفيسبوك*. جامعة باجي مختار - عنابة، مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال.

الحماد، خ. ل. (2021). دور المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات في تشكيل وعي الجمهور الأردني نحو أزمة كورونا. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، (22)، 189-216.

الخالدي، ي. ج. (2021). دور مديرية الأمن العام في الحفاظ على الأمن الوطني والاجتماعي والاقتصادي في مواجهة جائحة كورونا، (رسالة ماجستير)، جامعة آل البيت.

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)، 373-352.

السعيدة، س. م. (2021). تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 "كورونا": دراسة مسحية، (رسالة ماجستير)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

سناني، ل. (2022). العلاقات العامة كإحدى الاستراتيجيات الفعالة لإدارة الأزمات. *مجلة سوسيولوجيا للدراسات والبحوث الاجتماعية*، 6 (2)، 58-43.

شبكة الإعلام الأخلاقية. (2020). *(الإعلام الأردني وجائحة كورونا) تقارير صحفية على موقع* <https://ethicaljournalismnetwork.org>

صبيح، أ. (2011). *استراتيجية العلاقات العامة والإعلام بمصلحة الجمارك*، القاهرة: دار النهضة العربية.

العضايلة، ع. ف. (2024). دور وسائل الإعلام التوعوي أثناء الأزمات الصحية: جائحة كوفيد/19 الأردن نموذجًا. *مجلة جرش للبحوث والدراسات*، 24 (5)، 517-494.

عطوات، ن. (2021). *تداعيات فيروس كورونا - كوفيد-19 - وانعكاسها على تنمية القيم الوطنية*:

دراسة ميدانية بمدينة ورقلة، (رسالة ماجستير)، جامعة قاصدي مرباح.

العقابي، ج. ط. (2021). استراتيجيات حملات العلاقات العامة الإلكترونية لوزارة الصحة في

العراق والأردن لمكافحة وباء كورونا: دراسة مقارنة. *مجلة آداب الفراهيدي*، 13 (47)،

319-290.

العليمات، ف ر. (2023). دور الحملات الاتصالية للعلاقات العامة في مديرية الأمن العام

الأردني في التوعية بخطر المخدرات. *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، 14 (2)، 56-38.

العمر، م. س. (2022). *آثار انتشار وباء مجتمعي على أحكام عقد العمل الفردي في القانون*

الأردني: جائحة كورونا نموذجاً، (أطروحة دكتوراه)، جامعة مؤتة.

القضاة، ع. م. (2021). تغطية الصحافة الأردنية اليومية لوباء كورونا: دراسة تحليلية. *المجلة*

العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية، 22، 51-44.

مركز حماية وحرية الصحفيين. (2020). *حالة حرية الإعلام في الأردن في ظل جائحة كورونا*

2020. عمان <https://freedomhouse.org>

معهد الإعلام الأردني. (2020). *صحافة ما بعد كورونا: الحريات والتحديات (ندوة عبر الإنترنت)*،

<https://areacore.org>

نزال، ب. م. (2023). *استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية المستخدمة خلال أزمة إضراب*

المعلمين في وزارة التربية والتعليم الفلسطينية، (أطروحة دكتوراه) ، جامعة النجاح

الوطنية.

الوائلي، ر. ع. (2021). استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية: دراسة تحليلية

لخطابات خلية أزمة كورونا في واسط. *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم*

الاجتماعية، 41(2)، 923-944.

References

- Abdulhadi, H. (2022). *The representation of the first Covid-19 case in Jordan in news outlets: A critical discourse analysis study*, (Master's thesis), Middle East University, Faculty of Arts and Sciences. Amman, Jordan.
- Al Hammad, K. (2023). The Jordanian public's reliance on the Jordanian digital journalism as a source of information during the COVID-19 crisis: A field study. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(4), 121–140.
<https://doi.org/10.35516/hum.v50i4.5641>
- Freedom House. (2020). *Jordan: Freedom on the Net 2020 – Country report*. Washington, D.C.: Freedom House. <https://freedomhouse.org>
- Human Rights Watch. (2020). *Jordan: Free speech threats under COVID-19 response*. HRW News. <https://areacore.org>
- Sabados, L. (2020). *In Jordan, migrants suffer the most but are largely invisible during COVID-19. Ethical Journalism Network*. <https://ethicaljournalismnetwork.org>
- Safari, A (2023). New media and crisis management in Jordan: COVID-19 perspective. *Information Sciences Letters*, 12(7).

- Safori, A., Youssef, E., Attar, R. W., Tahat, O., Al Adwan, M. N., & Habes, M. (2023). New media and crisis management in Jordan: COVID-19 perspective. *Information Sciences Letters*, 12(7), 3149–3157. <https://naturalspublishing.com>
- Tal, B. (2020). *In crisis: Jordan battles COVID-19 and misinformation*. Wilson Center Middle East Program. <https://wilsoncenter.org>
- UNICEF Jordan. (2021). *COVID-19 response: Jordan country office annual report*. Retrieved from <https://www.unicef.org/jordan/>
- World Health Organization. (2021). *COVID-19 strategic preparedness and response plan: Jordan update*. Retrieved from <https://www.who.int/publications>

أ. حازم جميل الرحاحلة - جامعة الشرق الأوسط - hazemrahahleh@yahoo.com