

عدد خاص

مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal of PR research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٢ م = ٠,٥٨٣٣

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد الرابع والأربعون - ١٠ أبريل ٢٠٢٣ م

إدارة الأزمات الدولية

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

▪ الحرب الروسية الأوكرانية: دراسة تحليلية وفقاً لمربع فان دايك الأيديولوجي

أ.د. دينا أحمد عرابي (جامعة الجلالة)

د. إيمان محمد سليمان (جامعة القاهرة) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

▪ دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا: مملكة البحرين نموذجاً

د. مها سامي الراشد (جامعة البحرين) ... ص ١٣

▪ أطر التغطية الصحفية للأزمة الروسية الأوكرانية وتداعياتها في المواقع الإخبارية الدولية: دراسة تحليلية

د. نداء صابر محمود إبراهيم (جامعة الأزهر) ... ص ٤٥

▪ اتصالات الصراع الصيني الروسي - الأمريكي في المجال الجيوبوليتيكي

اللواء. محمد أحمد علاء الدين مهابة (جامعة القاهرة) ... ص ٨٣

ملخصات رسائل علمية:

▪ دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل اتجاهات الجمهور الخارجي نحو المؤسسات الخدمية:

دراسة ميدانية على شركات الاتصال في الجمهورية اليمنية

جهاد علي محمد وادي باحداد (جامعة عدن) ... ص ١٢٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٣ APRA @

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

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/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

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 بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

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 طابع (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 سابقاً - 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 سابقاً - 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

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، كلياً أو جزئياً، 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: ٣٠١٩/٢٤٢٨٠

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: jprrr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.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 أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيماها 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 دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- 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 وفقاً 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 أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً 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 جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (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 وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- 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 معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) 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 قِبل 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 ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- 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 jpr@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 ثلاثة وأربعون عددًا بانتظام، 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 مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٢م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثاني على التوالي، بمعامل تأثير = ٠.٥٨٣٣، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢ بقيمة = ١.٥٦٩.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية 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 - العيبكان - معرفة).

وفي هذا العدد الخاص - الرابع والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين أبحاثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "الحرب الروسية الأوكرانية: دراسة تحليلية وفقًا لمربع فان دايك الأيديولوجي"، وهو مقدم من: أ.د. دينا أحمد عرابي، من مصر، من جامعة الجلالة، ود. إيمان محمد سليمان، من مصر، من جامعة القاهرة. أما د. مها سامي الراشد، من البحرين، من جامعة البحرين، فقدّمت دراسة بعنوان: "دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا: مملكة البحرين نموذجًا".

ومن جامعة الأزهر، قدّمت: د. نداء صابر إبراهيم محمود، من مصر، بحثًا بعنوان: "أطر التغطية الصحفية للأزمة الروسية الأوكرانية وتداعياتها في المواقع الإخبارية الدولية: دراسة تحليلية".

ومن جامعة القاهرة قدّم اللواء. محمد أحمد علاء الدين مهابة، من مصر، دراسة نظرية بعنوان: "اتصالات الصراع الصيني الروسي - الأمريكي في المجال الجيوبوليتيكي".

وأخيرًا من جامعة عدن، قدّم د. جهاد علي محمد وادي باحدّاد، من اليمن، ملخصًا لرسالة دكتوراه بعنوان: "دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل اتجاهات الجمهور الخارجي نحو المؤسسات الخدمية: دراسة ميدانية على شركات الاتصال في الجمهورية اليمنية".

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 المجالات 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

دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا: مملكة البحرين نموذجاً^(*)

إعداد

د. مها سامي الراشد^(**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢١ يناير ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ٣٠ مارس ٢٠٢٣م .
(**) أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد والرئيس السابق لقسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب - جامعة البحرين.

دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا: مملكة البحرين نموذجًا

د. مها سامي الراشد

malrashid@uob.edu.bh

جامعة البحرين

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩)، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، اعتمدت الباحثة على عينة عمدية للحصول على المعلومات من مجتمع الدراسة وهي المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) في الفترة من ٢٦ فبراير إلى ٣٠ ديسمبر ٢٠٢٠م، اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لعينة عمدية مكونة من ٣٠ مؤتمرًا صحفيًا على موقع وزارة الصحة البحرينية، كما اعتمدت الباحثة على نظرية تحليل الأطر الإعلامية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١. أن أهم أسباب انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين عام ٢٠٢٠م هو (عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية) بنسبة (٦٠.٧٪).
٢. جاءت الرسائل الاتصالية الخاصة بـ (الإحصائيات اليومية) و(الطاقة الاستيعابية) في المرتبة الأولى بنسبة متساوية بلغت (٣١.٣٪).
٣. جاء (الإنفوجرافيك) في المرتبة الأولى بنسبة (٥١٪) من وسائل الإبراز المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.
٤. أغلب المتحدثين في المؤتمرات الصحفية يمثلون (وزارة الصحة) بنسبة (٦٦.٧٪)، يليه في المرتبة الثانية (وزارة الصناعة والتجارة والسياحة) بنسبة (١٣.٣٪).

الكلمات المفتاحية: اتصال الأزمات- كوفيد-١٩، الاتصال الحكومي، المتحدث الرسمي، الإعلام الطبي.

مقدمة:

تقوم العلاقات العامة بدور حيوي في الأزمات، وعبر مراحلها المختلفة، من القيام بالأنشطة الاتصالية المختلفة أثناء الأزمة، لتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والدقيقة، لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها تحذيره، توجيهه، تعليمه كيفية التعامل مع الأزمة، من خلال الاعتماد على ثلاث ركائز أساسية لإدارة الأزمة، وهي فريق الأزمة، خطة عمل إدارية إعلامية، والناطق الإعلامي (أبوعقوب، ٢٠٢٠م) أو ما يسمى في بعض الدراسات بالمتحدث الرسمي (القصاص والعجمي، ٢٠٢١م). كما أن الوعي

الصحي في أي مجتمع، وارتفاع الحصيلة المعرفية لدى أفرادها، يعتمد على المصادر التي يستقون منها المعلومات الخاصة بالصحة، مما يبرز دور ما يسمى بالإعلام الطبي وإعلام الأزمات (القضاة، ٢٠٢١م). ولما للإعلام الطبي من دور توعوي مهم أبرزته جائحة كورونا التي اجتاحت العالم بإحصائيات مخيفة من إصابات ووفيات، أصبح لا بد من الاهتمام بصياغة استراتيجية متكاملة لعمل وسائل الإعلام الرسمية أثناء الأزمات، من خلال تحديد متحدث رسمي (كشك، ٢٠٢٠م ب)، وإعداد قوة عمل متخصصة لغرض الاستجابة السريعة للأزمات، وهو ما قامت به مملكة البحرين في المرحلة الأولى من الأزمة - الوقاية والاستعداد- (آل خليفة، ٢٠٢٠م) بتشكيل الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا المستجد، والذي يختص بالعديد من المهام التي تركز على متابعة تطور انتشار الفيروس عالمياً وإقليمياً، وتأسيس مركز قيادة واتصال يعمل على مدار الساعة، وتعيين متحدث رسمي للتعامل مع المؤسسات الإعلامية وإخطار الجمهور بالمستجدات الطبية (المجلس الأعلى للصحة، الموقع الإلكتروني: ٢٠٢٢م).

في حين أكدت الدراسات أن أسباب ارتفاع حالات الإصابة بفيروس كورونا وانتشاره واستمراره ترجع إلى السلوك البشري الخاطئ من أفراد المجتمع، والتهاون في الالتزام بالتدابير الاحترازية، كالتباعد الاجتماعي (عثمان علي، ٢٠٢١م). مما استوجب الاهتمام بتكثيف الأنشطة الاتصالية المختلفة خلال الأزمة، لنشر المعلومات الصحيحة، ورفع الوعي بين أفراد المجتمع، ومنها المؤتمرات الصحفية (القاص والعجمي، ٢٠٢١م). لذا تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة الفيروس في مملكة البحرين.

مشكلة الدراسة:

واجهت دول العالم العديد من التحديات الكبيرة، منذ الإعلان عن ظهور فيروس كورونا المستجد وانتشاره المخيف بين الأفراد، مما دفعها نحو اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات الاحترازية، مثل إقرار الحجر الصحي، إلزامية الكمام والتباعد الاجتماعي، التعليم والعمل عن بعد، والحاجة الملحة إلى تكثيف الأنشطة الاتصالية التي تستهدف جميع أفراد المجتمع لنشر المعلومات الصحيحة والدقيقة، التي من شأنها الحد من سلوكيات تسهم في الحد من انتشار الفيروس، من خلال تعيين متحدث رسمي ليكون مصدر المعلومات الرسمية والرئيسية للجمهور عبر وسائل الإعلام (كشك، ٢٠٢٠م ب)، (القاص والعجمي، ٢٠٢١م). الأمر الذي دفع مملكة البحرين إلى تشكيل الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا المستجد، يناط به العديد من المهام ومنها تعيين المتحدث الرسمي، للتعامل مع المؤسسات الإعلامية، وإرسال الرسائل الاتصالية اللازمة لإخطار الجمهور بالمستجدات الطبية، والسلوكيات الواجب مراعاتها لتخطي الأزمة، والإعلان عن القرارات الحكومية ذات الصلة بالجائحة، عبر مؤتمرات صحفية دورية ومكثفة بدأت في فبراير ٢٠٢٠م.

لذا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين؟

أهمية الدراسة:

قدمت مملكة البحرين نموذجًا مثاليًا في إدارة الأزمات ومنها أزمة كورونا (آل خليفة، ٢٠٢٠م) وهو ما يجعل الموضوع يستحق الدراسة والبحث؛ ويمكن إيجاز أهمية الدراسة في الآتي:

- منذ بداية الأزمة، اتبعت مملكة البحرين آليات واستراتيجيات عديدة، لاحتواء أزمة كورونا على المستويات الصحية، التعليمية، الاقتصادية، وعلى صعيد العمل، وتأمين عودة المواطنين من الخارج، وعلى مستوى الشراكات المجتمعية، والتنقل والمواصلات، وحقوق المرأة والطفل، والحق في الوصول لمصادر المعلومات من خلال تدشين منصة تضم كل ما يتعلق بمستجدات مكافحة الفيروس في المملكة، على النحو الذي يشمل الملخص اليومي للحالات، والتي تعرضها أيضًا قناة تلفزيون البحرين، وتفاصيل محدثة لآثار المخالطين، وتوفير خدمة نتائج فحص كورونا، وإطلاق تطبيق مجتمع وإع، والمؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (COVID-19) والتي بلغت ٥٠ مؤتمرًا صحفيًا على مدى ٣ سنوات (٢٠٢٠-٢٠٢٢م)، تم بثها مباشرة على تلفزيون البحرين الرسمي، وتوفيرها على قناة اليوتيوب (وزارة الصحة، الموقع الإلكتروني: ٢٠٢٣م).

- معرفة دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي، تستخدمها العلاقات العامة في توعية المجتمع في الأزمات، (أبوعرقوب، ٢٠٢٠م) مما يستدعي ضرورة الوقوف على طريقة معالجتها، وإدارتها للأزمة وتداعياتها، وهو ما يسهم في دعم البحث العلمي في مجال العلاقات العامة وإدارة الأزمات.

- على حد علم الباحثة، تظهر هذه الدراسة في كونها الأولى من نوعها في مملكة البحرين التي تربط المؤتمرات الصحفية، بوصفها نشاطًا اتصاليًا ضمن ممارسات العلاقات العامة لإدارة أزمة كورونا.

منهجية الدراسة:

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور المؤتمرات الصحفية، كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين، ويتحقق ذلك عبر التالي:

١. تحليل محتوى المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا على الموقع الرسمي لوزارة الصحة في مملكة البحرين.

٢. التعرف على الرسائل الاتصالية، التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) لإدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين.
٣. الكشف عن أطر معالجة المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) خلال الأزمة في مملكة البحرين.

تساؤلات الدراسة:

- التساؤلات التي من شأنها أن تحقق أهداف الدراسة، هي:
١. ما هو محتوى المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا، على الموقع الرسمي لوزارة الصحة في مملكة البحرين؟
 ٢. ما هي الرسائل الاتصالية، التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) لإدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين؟
 ٣. ما هي أطر معالجة المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) خلال الأزمة في مملكة البحرين؟

الدراسات السابقة:

اطلعت الباحثة على العديد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع والمتغيرات، وذلك بهدف الاقتراب أكثر من موضوع الدراسة، والتعرف على الجوانب المهمة والنقاط الأساسية التي يجب التركيز عليها ومقارنتها. وتم ترتيب استعراضها حسب اللغة أولاً (اللغة العربية ثم الأجنبية)، وحسب حداثة النشر ثانياً، على النحو التالي:

❖ الدراسات العربية:

(١) دراسة القحص والعجمي (٢٠٢١م) والتي هدفت إلى معرفة أهم الأسباب التي تدفع الجمهور إلى متابعة المؤتمر الصحفي لوزارة الصحة الكويتية خلال جائحة كورونا، واتجاهاتهم نحو أداء المتحدث الرسمي. ولجمع البيانات، اعتمد الباحثان على استمارة إلكترونية تضمنت أربعة بنود رئيسية، وهي البيانات الشخصية، حجم المتابعة، أسباب المتابعة، وبنود أداء المتحدث الرسمي من حيث طبيعة اللغة المستخدمة، السمات الشخصية، العرض المعلوماتي، ورضا الجمهور. كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات الشخصية للمبحوثين في مدى متابعة المؤتمرات الصحفية لوزارة الصحة، ومقياس أسباب متابعة المؤتمرات الصحفية، والمقاييس الأربعة لقياس أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات متقاطعة، ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة.

٢) **تقرير كشك (٢٠٢٠م)**، تناول التقرير الطرق الحديثة لتشكيل فرق لإدارة الأزمة، والأسلوب الذي اتبعته دول الخليج في مواجهة فيروس كورونا، وأشارت النتائج إلى اعتماد شعوب دول الخليج، على وكالات الأنباء الرسمية في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا، بالإضافة إلى بروز أهمية وسائل الإعلام التقليدية وخاصة التلفزيون، وبينت النتائج أن كافة مسئولى دول الخليج على اختلاف درجاتهم قد قاموا بدور المتحدث الرسمي، بدءاً بالكلمات المختصرة للنخب الحاكمة لبث الطمأنينة في نفوس الأفراد، ومروراً بمسئولى وزارة الصحة، الذين قاموا بعقد مؤتمرات صحفية يومية، لإيضاح آخر المستجدات، وانتهاء بفرق إدارة الأزمات والتصريحات الجماعية، التي قامت وسائل الإعلام بتغطيتها بشكل مستمر.

٣) **دراسة دسوقي (٢٠٢٠م)** تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الجمهور المصري لجائحة فيروس كورونا عبر الفضائيات المصرية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى اعتمادهم على هذه الوسائل. أجريت الدراسة على عينة عشوائية بلغت ٣١٠ مجوئات، باستخدام المنهج المسحي من خلال استبيان للجمهور، وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة تعرض المبحوثون، للأخبار المتعلقة بجائحة كورونا عبر الفضائيات المصرية، بنسبة بلغت (٨٥.٤٪)، بينما احتلت مواقع التواصل الاجتماعي نسبة (٣٦.١٪). وبينت أن نسبة اعتماد المبحوثين على الفضائيات المصرية، للحصول على الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا، بلغت (٦٤.٥٪)، بينما احتلت مواقع التواصل الاجتماعي (٣٥.٥٪).

٤) **دراسة السالم (٢٠٢٠م)** هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي، لاكتساب المعلومات عن فيروس كورونا، وتقييم مستوى الرضا العام عن أداء الإعلام الرسمي الكويتي في ظل انتشار فيروس كورونا. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان، والتي تم تطبيقه على عينة بلغت قوامها ٦٧٦ فرداً، باستخدام العينة بطريقة احتمالية من خلال العينة الشبكية.

وأظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي، تعتبر مصدراً رئيسياً لتلقي الأخبار بين أفراد المجتمع الكويتي، يليه التلفزيون الرسمي، وأظهرت أن من أسباب رضا الجمهور على أداء مصادر الإعلام الرسمية وقت أزمة كورونا، هو تميز أداء الإعلام الرسمي في الكويت، من خلال تخصيص برامج لنقل آخر الأخبار والتطورات.

٥) **دراسة بسيوني (٢٠٢٠م)** هدفت الدراسة لقياس مستوى كثافة تعرض الشباب المصري لبرامج الرأي التلفزيونية بالقنوات الفضائية المصرية، للحصول على معلومات حول أداء الدولة المصرية، في مواجهة فيروس كورونا، والكشف عن مستوى الثقة في برامج الرأي التلفزيونية، والاتجاه نحو أداء الدولة المصرية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، باستخدام المنهج المسحي.

٦) **دراسة زيدان (٢٠٢٠)** التي هدفت إلى الوقوف على مدى اعتماد النخب (الإعلامية، الأكاديمية والطبية) على وسائل الإعلام الرسمي، والمواقع الرسمية للحكومة، في متابعة تطورات الوضع المصري خلال الأزمة، ورصد الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة، في متابعة تطورات الأزمة عبر الإعلام الرسمي، والمواقع الرسمية للحكومة. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتم تطبيق الدراسة باستخدام أسلوب العينة العمدية على عينة قوامها (١٢٠) مبحوثاً.

وأظهرت النتائج أن التلفزيون الرسمي للدولة جاء في مقدمة وسائل الإعلام الرسمي، يليه الصحف الرسمية، وجاءت قرارات الحكومة لمكافحة الوباء في المرتبة الأولى بنسبة (٨٠٪) وأن من أهم المضامين التي حرصت النخبة على متابعتها تمت عبر قنوات الإعلام الرسمي، تلاها الإحصائيات بنسبة الإصابة بالفيروس بنسبة (٦٠٪).

٧) **دراسة الحداد (٢٠٢٠م)** أبرزت الدراسة دور الإعلام الإماراتي في أزمة كورونا، بتقديم المعلومات أولاً بأول وبكل شفافية، لإظهار الحقائق للمجتمع الإماراتي والدولي، والقيام بدوره التوعوي لأفراد المجتمع وتصديه للحملات المغرضة والشائعات. وأوصت الدراسة بتفعيل دور الإعلام في إدارة الأزمات، بتشكيل خلية أزمة إعلامية، لا تقتصر عضويتها فقط على الإعلاميين، وإنما أيضاً تضم الخبراء والمتخصصين في مجال الأزمة، من أجل صياغة الرسائل الإعلامية بشكل دقيق وواضح ومفهوم، وتعيين متحدث إعلامي رسمي خاص بالأزمة، تكون مهمته التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة، الوطنية والدولية، وإطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على آخر تطورات الأزمة بشكل تفصيلي.

٨) **تقرير مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية والدولية والطاقة (٢٠٢٠م)** حيث بينت النتائج أن ٩٠٪ من عينة الدراسة، يرون أن الحملة الوطنية للتصدي لفيروس كورونا، تميزت بالشفافية والوضوح، وسرعة الاستجابة، والتعامل مع الأحداث، وفاعلية الأداء والنتائج. وأن ٥٧٪ يستقون معلوماتهم حول فيروس كورونا من الحسابات الرسمية لوزارة الصحة على وسائل التواصل الاجتماعي. وأن ٧٨٪ لديهم الإلمام الكافي بالأعراض وطرق انتقال الفيروس. وأشاد ٩٥٪ بفعالية التوجيهات السامية لجلالة الملك في بث الطمأنينة والهدوء في المجتمع. وتأييد قرار تعليق الدراسة في جميع المؤسسات التعليمية ٩٧٪، وتأجيل السفر إلا للضرورة القصوى ٩٩٪، والحجر الصحي للقادمين من البلدان، المنتشر فيها الوباء ٩٩٪، وقرار الحجر المنزلي لمدة ١٤ يوماً لجميع القادمين من السفر خلال هذه الفترة ٩٦٪. وأفاد ٨٧٪ بامتياز أداء فريق البحرين للتصدي لفيروس كورونا المستجد، واعتبر ٩٥٪ أنفسهم جزءاً من فريق البحرين.

١٢) **دراسة خليفة (٢٠٢٠م)** التي ناقشت التغطية الإعلامية لجائحة كورونا، ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني، نحو أداء المؤسسات الصحية في مواجهة آثار الجائحة والحد من خطورتها. استخدم الباحث استمارة الاستقصاء لجمع البيانات، من عينة قوامها ٥٨٨ مبحوثاً من

المجتمع البحريني. وأشارت النتائج إلى أن غالبية الرأي العام البحريني، يثق في التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، حيث جاء الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة، يليه حسابات وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، فالتلفزيون كأكثر وسائل الإعلام مصداقية، تلتها المواقع الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومجموعات الواتس آب، كأقل وسائل الإعلام مصداقية. (١٣) **دراسة مصطفى (٢٠٢٠م)** التي استهدفت التعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، ورصد تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة. استخدم الباحث المنهج المسحي، وذلك بتطبيق أداة الاستبيان على عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة من المجتمع السعودي، من متابعي الأزمة على وسائل الإعلام خلال شهر مايو ٢٠٢٠. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن المواقع الإخبارية السعودية تتميز بالمهنية الإعلامية، كما أنها قامت بدورها في معالجة الأزمة، من خلال التوعية بخطورة الوباء، وكيفية الوقاية منه، وبث روح المسؤولية الاجتماعية لمكافحته. أما بالنسبة لترتيب المواقع الإخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون، فقد توصلت نتائج الدراسة، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي، هي أكثر الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون، لمتابعة أخبار كورونا بالمملكة العربية السعودية، ثم المواقع الإخبارية السعودية، تلتها في المرتبة الثالثة الصحف الإلكترونية.

(١٤) **دراسة أبو عرقوب (٢٠٢٠م)** وهدفت إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات خلال مراحلها المختلفة. استخدم الباحث المنهج النوعي التحليلي، الذي اعتمد على جمع المعلومات عن ظاهرة الأزمة، وتحليلها بشكل عميق، واستخلاص النتائج منها باستخدام نموذج "الازويل" للاتصال. وتوصلت إلى نتائج عديدة منها أن أدوار العلاقات العامة، تختلف حسب كل مرحلة، كما أنها ترسل رسائل اتصالية إلى جمهورها في كل مرحلة، بحيث تستهدف البحث عن المشكلة وعلاقتها بالجمهور قبل الأزمة، والإعلان عن وقع الأزمة أثناء حدوثها، وتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والدقيقة؛ بغرض تحذيره وتوجيهه وتعليمه كيفية التعامل مع الأزمة. أما مرحلة ما بعد الأزمة، فنقوم العلاقات العامة بتوجيه رسائل اتصالية لإعادة ثقة جماهيرها في المؤسسة.

(١٥) **دراسة مجبر وبلوصيف (٢٠٢٠م)** هدفت الدراسة إلى معرفة دور الخطاب الاتصالي لجهاز العلاقات العامة في تشكيل الوعي الصحي والوقائي خلال جائحة كورونا، وفاعليته في تغيير وتبني سلوكيات وقائية تسهم في الحد من انتشار الفيروس، وذلك بالإجابة على سؤال رئيسي، متمثل في كيف يمكن للخطاب الاتصالي لجهاز العلاقات العامة بمستشفى محمد بوضياف - المدينة - أن يساهم في نشر التوعية الصحية من خطر انتشار وباء كورونا COVID-19؟. اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، للوصول إلى أهداف الدراسة، وتم جمع المعلومات بتطبيق أداة الاستبيان وتوزيعها على قاطني ولاية المدينة، باستخدام العينة العشوائية البسيطة، وأداة المقابلة مع مسؤولي الإعلام والاتصال بمستشفى محمد بوضياف في المدينة. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها التأكيد

على دور القائم بالعلاقات العامة، في صياغة الرسائل الاتصالية، والتنوع في الاستمالات العقلية والعاطفية الموجهة إلى الجمهور المستهدف منها، وأهمية الخطاب الاتصالي في تغيير السلوكيات، التي تسهم في التقليل من انتشار فيروس كورونا، من خلال الحث على اتخاذ التدابير الوقائية، كإلزامية لبس الكمام، والتباعد الاجتماعي.

❖ الدراسات الأجنبية:

(١) دراسة (Aissani, 2021) وتهدف إلى التعرف على محتويات اتصال الأزمات، التي استخدمتها حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، لزيادة الوعي من مخاطر فيروس كورونا (كوفيد-١٩)، والحد من انتشاره، اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى لثلاث عناصر من مكونات الاتصال بالأزمة والمخاطر.

ومن أبرز نتائج الدراسة، مسارعة حكومة الإمارات، إلى وضع خطة وطنية للتعامل مع الأزمة منذ بدايتها، واعتمدت في هذه المرحلة وسائل متعددة للتوعية بفيروس كورونا، والحد من انتشاره، تضمنت عقد المؤتمرات الصحفية، المبادرات المجتمعية، الحملات التوعوية والمنشورات الإلكترونية الرسمية في الموقعين الرسميين لكل من الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، ووزارة الصحة ووقاية المجتمع.

(٢) مقال (Skopeliti and John, 2020) وهي مقالة متابعة مستمرة من مركز (First Draft) لكيفية عمل أكبر منصات التواصل الاجتماعي لمعالجة المعلومات الخاطئة، في ظل انتشار الشائعات حول أزمة فيروس كورونا؛ إذ تعرضت منصات وسائل التواصل الاجتماعي لضغوط متزايدة لتنظيم المعلومات غير الصحيحة على مواقعها، ويبدو أن جائحة فيروس كورونا، حفزت هذه الإجراءات التي طالما دعا إليها النقاد، وفي الجانب المتعلق بدراستنا، ركزنا على نتائج عمل منصة الإنستغرام، فبشكل مشابه لـ Facebook، يقوم Instagram بحظر وتقييد علامات التصنيف لفيروس كورونا، عن طريق إعادة توجيه المستخدمين إلى مؤسسات الصحة العامة، كما يُظهر البحث عن #coronavirus نافذة منبثقة تعيد توجيه المستخدمين إلى موقع مراكز السيطرة على الأمراض والوقاية منها، كما حظر Instagram على المستخدمين، البحث عن أي مرشحات بسمى COVID-19، ما لم يتم إجراؤها بالشاركة مع المنظمات الصحية المعترف بها، وأضافت المنصة مصادر تعليمية في بحث Instagram، بالإضافة إلى ملصقات تروج للمعلومات الدقيقة، وقام الموقع المملوك لـ Facebook، بإزالة أي محتوى حول فيروس كورونا، والعلاجات الوهمية، أو طرق الوقاية من الفيروس، وكذلك الحسابات غير التابعة للمنظمات الصحية المعترف بها من التوصيات أو المقترحات، كما قام Instagram بإنشاء حملة مشتركة تحت شعار "ابق في المنزل" لتشجيع أولئك الذين يمارسون التباعد الاجتماعي للتواصل افتراضياً.

التعليق على الدراسات:

من خلال قراءة الدراسات السابقة، تم الاستفادة من تحديد الإطار النظري المناسب (المنهج)، والتركيز على عناصر الدراسة الحالية التي لم تتواجد فيما سبق مجتمعه في دراسة واحدة، والمتمثلة في أداة الدراسة (تحليل المضمون)، عينة ومجتمع الدراسة (المؤتمرات الصحفية)، مما يساهم في سد الفجوة العلمية في الدراسات السابقة، بالإضافة إلى الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في إجراء المقارنة بينهما وبين نتائج هذه الدراسة.

أولاً: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام المستخدمة لإدارة أزمة كورونا:

ركزت موضوعات هذه الدراسات، على أنواع وسائل الإعلام المستخدمة لإدارة أزمة كورونا، مثل: وسائل الإعلام التقليدية (دسوقي، ٢٠٢٠م)، (بسيوني، ٢٠٢٠م)، (دراسة زيدان، ٢٠٢٠م)، (الحداد، ٢٠٢٠م)، ودراسة تناولت مواقع التواصل الاجتماعي (Skopeliti and John, 2020)، ودراسة جمعت بين وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي (السالم، ٢٠٢٠م)، بالإضافة إلى مجموعة من الدراسات التي أجريت حول الجائحة، إما بتحليل مضامين الصحف (القضاة، ٢٠٢١م)، وإما بالمواقع الإلكترونية (العنزي، ٢٠٢٠م).

ثانياً: الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي ودوره في تشكيل الاتجاهات الرأي العام تجاه الأزمة:

اهتمت هذه الدراسات، بالتعرف على آراء واتجاهات الجماهير نحو الخطاب الإعلامي أثناء جائحة فيروس كورونا، مثل: (القحص والعجمي، ٢٠٢١م)، و(مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية والدولية والطاقة، ٢٠٢٠م) و(خليفة، ٢٠٢٠م).

ثالثاً: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة:

وهي الدراسات التي ركزت على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات خلال مراحلها المختلفة (أبوعرقوب، ٢٠٢٠م)، ومعرفة الخطاب الاتصالي لإدارة العلاقات العامة (مجبر وبلوصيف، ٢٠٢٠م)، أما دراسة (Aissani, 2021)، فتناولت جهود دولة الامارات العربية المتحدة في التوعية بكوفيد ١٩ بالتطبيق على نموذج اتصال الأزمات والمخاطر، أما على مستوى العلاقات العامة للدول، فتناول (كشك، ٢٠٢٠م) الطرق الحديثة لتشكيل فرق لإدارة الأزمة لدول مجلس التعاون الخليجي.

الإطار النظري للدراسة:

العلاقات العامة وإدارة الأزمات:

العلاقات العامة، هي علم اتصال بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، ووسائل الإعلام، خلال المراحل المختلفة للأزمة، بغرض تزويدهم بالمستجدات المرتبطة بالأزمة، وإرشادهم وتوعيتهم في كيفية التعامل معها حتى مرحلة التعافي منها (أبوعرقوب، ٢٠٢٠م)، كما تؤدي دوراً مهماً يتمثل في دعم الاستجابة المتبادلة بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ومواجهة الأزمات (أبو عبا، ٢٠٢٠م)، وترتبط العلاقات العامة بمجالات عدّة مثل الاتصال الحكومي (Jefkins, 2019)، كما تسهم في التعامل الفعال مع الأزمات من خلال تقديم المعلومات اللازمة للجمهور (Duhe, 2007)، وإدارة الأزمة وصنع القرار الخاص باستراتيجية اتصالات الأزمة وأساليب تنفيذها (اللقماني، ٢٠١٨م).

المؤتمرات الصحفية:

إن أهمية العلاقات العامة تتعدى المساهمة في إدارة الأزمة عند حدوثها، بل تمتد إلى المراحل المختلفة من الأزمة، من خلال وضع الاستراتيجيات الاتصالية اللازمة، وتحديد الأنشطة الاتصالية الضرورية (اللقماني، ٢٠١٨م)، وبعد تفشي فيروس كورونا في دول العالم، زادت الحاجة إلى العلاقات العامة، كحلقة وصل بين المؤسسة الصحية وجمهورها، من خلال عدد من الأنشطة الاتصالية (العنزى، ٢٠٢٠م) ومنها المؤتمرات الصحفية (Aissani, 2021)، التي أكدت الدراسات الحديثة على ضرورة الاهتمام بها كنشاط اتصالي في وقت الأزمات خاصة (القحص والعجمي، ٢٠٢١م). في مملكة البحرين تنوعت مصادر المعلومات عن فيروس كورونا، ما بين وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل الإعلام الحديثة، بالإضافة إلى البيانات الصادرة من وزارة الصحة، وجهات حكومية أخرى، من خلال المؤتمرات الصحفية (كشك، ٢٠٢٠م ب).

المتحدث الرسمي:

كشفت أزمة كورونا، أهمية وجود متحدث إعلامي، لاطلاع المجتمع على أبرز المستجدات، وإيضاح خطط الحكومة، مما ساعد على توعية المجتمعات بمخاطر هذا الوباء (كشك، ٢٠٢٠م أ)، وتعددت التعريفات الخاصة بالمتحدث الرسمي، فالبعض يرى أنه هو المسئول عن إذاعة المكلف، بإرسال الأخبار والمعلومات، التي تتعلق بالمؤسسة التي يمثلها، إزاء القضايا المختلفة التي تهم الحكومة، أو وسائل الإعلام، أو الرأي العام (البقي، ٢٠١٥م)، وهو الشخص المخول للحديث باسم المنظمة في وقت الأزمات (أبوعرقوب، ٢٠٢٠م).

الإعلام الطبي:

يهتم الإعلام الطبي بالأخبار والبيانات، والمعلومات والإحصائيات الصحية، بالإضافة إلى إحاطة الجماهير بانتشار الفيروسات للتوعية منها، ولا يرتبط وجود الإعلام الطبي بوقت محدد، إلا أن دوره يصبح واضحاً في وقت الأزمات (القضاة، ٢٠٢١م)، ويعتبر مجالاً حديثاً، يتعين الاهتمام به في السنوات المقبلة، خصوصاً بعد ما أحدثته أزمة كورونا (كشك، ٢٠٢٠م أ).

آليات واستراتيجيات مملكة البحرين لاحتواء أزمة كورونا: المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا:

منذ نهاية عام ٢٠١٩م، أصبحت أزمة كورونا الموضوع الرئيسي لوسائل الإعلام في كافة دول العالم، وتحدياً غير مسبوق؛ لأنها اعتادت على الأزمات السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، ولم يكن في الحسبان وقوع أزمة صحية، تتطلب تسخير إمكانات عديدة، فاقت إمكانات العديد من الدول ومنها الدول المتقدمة (كشك، ٢٠٢٠م أ).

في مملكة البحرين، تم إطلاق مجموعة من القرارات، والإجراءات الاحترازية، والتدابير الوقائية، أهمها قرار تشكيل اللجنة التنسيقية لمكافحة فيروس كورونا، برئاسة صاحب السمو الملكي ولي العهد رئيس مجلس الوزراء الأمير سلمان بن حمد آل خليفة، ثم قرار تشكيل الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (COVID-19)، والذي يختص بالمهام التالية (المجلس الأعلى للصحة، الموقع الإلكتروني: ٢٠٢٢م):

- مراجعة وتطبيق النظم والإجراءات الطبية لمنع وصول العدوى إلى مملكة البحرين.
- وضع البروتوكولات الطبية، وتوفير الإمكانيات للتعامل مع أي حالة مشتبه بإصابتها بالعدوى والتعامل معها، حسب تطورها عالمياً وإقليمياً ومحلياً.
- وضع الخطة الطبية للتعامل مع من كان على اتصال مع المريض، لاكتشاف أي عدوى جديدة والحد من انتشار المرض.
- متابعة تطور انتشار المرض عالمياً وإقليمياً، عن طريق التواصل مع المنظمات العالمية.
- تأسيس مركز قيادة واتصال، يعمل على مدار الساعة حال اكتشاف أية حالة عدوى في البلاد.
- تعيين متحدث رسمي للتعامل مع المؤسسات الإعلامية، وإخطار الجمهور بالمستجدات الطبية.

نظرية الأطر الإعلامية:

اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية الأطر الإعلامية، التي تستند على فرضية أساسية، وهي أن الطريقة التي تنظم وتصنف وتقدم وسائل الإعلام الأحداث من خلالها، تؤثر في أفكار وردود أفعال

الجمهور، وتتيح النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات، حيال القضايا المطروحة والبارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا. وتتمثل العناصر التي يتكون منها الإطار الإعلامي، أساساً جيداً لتحليل المضامين الإعلامية، من خلال تقسيمها إلى ثلاث مكونات أساسية (مكاوي وحسين، ٢٠٠٢م):

١. المكون الوصفي: ويرتبط هذا المكون بمقدمة التقرير، التي تقدم وصفاً تمهيدياً للحلقة التي يتناولها من حلقات تطور الحديث أو أبعاده، أو الأطراف الفاعلة فيه أو المتأثرة به.
٢. المكون المعلوماتي: ويرتبط بالمعلومات الصريحة، التي يقدمها للتقرير، للتعريف بأبعاد وتطورات الحدث، والأطراف الفاعلة في تحريكه، وسبل التعامل معه، والتنبؤ بتطوراته، ويبرز هذا المكان في الأساس داخل تفاصيل أو جسم التقرير.
٣. المكون التقييمي: ويتعلق هذا المكون في الأغلب بخاتمة التقرير، والتي تقدم تقييماً للحدث ومحاولةً للتنبؤ بمسارات تطوره.

توظيف النظرية في الدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية، التي تعتبر من النظريات المناسبة لمشكلة الدراسة، حيث تساعد على تحليل المحتوى الإعلامي وتحديد الأطر المستخدمة لمعالجة دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين، بالإضافة إلى معرفة مدى تركيز هذه المؤتمرات، على إبراز الرسائل الاتصالية التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) لإدارة الأزمة.

تم توظيف النظرية في هذه الدراسة من خلال رصد الأطر الإعلامية المقدمة في المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) وذلك بتحليل عينة الدراسة في العام الأول من الأزمة، في الفترة من فبراير إلى ديسمبر ٢٠٢٠م، وبالاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية، يتحقق جميع أهداف الدراسة.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، على اعتباره أكثر المناهج استخداماً في العلوم الإنسانية والاجتماعية (العساف والوادي، ٢٠١١م)، والذي يخدم أسئلة وأهداف الدراسة، التي تركز على رصد دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، في إدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين.

أداة الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة تحليل المضمون، التي تعتبر إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية، خصوصًا في بحوث الإعلام (القضاة، ٢٠٢١م) و(Aissani, 2021) و(عثمان علي، ٢٠٢١م) للتعرف على أهداف المؤتمرات الصحفية كأداة اتصال للعلاقات العامة، والكشف عن الرسائل الاتصالية، التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩)، ثم القيام بالوصف الكمي للنتائج، ومحاولة الربط بين المتغيرات، ومقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة، وإيجاد تفسيرات منطقية وعلمية أكاديمية لها، بناء على النتائج الكمية.

متغيرات الدراسة:

يعد دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، هو المتغير المستقل، وإدارة أزمة كورونا هو المتغير التابع.

فئات التحليل:

انقسمت فئات التحليل في هذه الدراسة إلى فئتين رئيسيتين، الأولى: (كيف قيل)، ويقصد بها الشكل الذي قدم به الفريق الوطني الطبي الموضوعات الخاصة بالمؤتمرات الصحفية لإدارة أزمة كورونا؛ المدة الزمنية، وسائل الإبراز، عدد المتحدثين، المتحدثين.

الفئة الثانية: هي فئة (ماذا قيل)، والتي تعنى بموضوعات المؤتمرات الصحفية المتعلقة بأزمة كورونا، والتي توزعت في ٥ موضوعات رئيسية؛ القطاع المستهدف للمؤتمر الصحفي، موضوعات المؤتمر الصحفي، أطر الأسباب، أطر الطول، أطر النتائج. وقد بلغت (٣٠) مؤتمرًا صحفيًا خاصًا بإدارة أزمة كورونا في مملكة البحرين.

وحدات التحليل:

يتطلب تطبيق أداة تحليل المضمون، تحديدًا واضحًا للفئات والوحدات، وتعريفها بشكل مرتبط بمشكلة البحث، حتى يتسنى للباحث حسابها، والوصول إلى نتائج تساعد لإثبات نسبة حضور الفكرة أو الكلمة أو المحتوى، من خلال تقسيم المضمون إلى وحدات وفئات أو عناصر معينة.

اعتمدت الدراسة على مجموعة من وحدات تحليل المحتوى القابلة للتحليل فيما يتعلق بإدارة أزمة كورونا خلال فترة الدراسة؛ المدة الزمنية وتشمل المدة الزمنية للمؤتمر الصحفي، المدة الزمنية لاستعراض الفريق الوطني، المدة الزمنية للإجابة على أسئلة الصحفيين، ويمكن تعريف هذه الوحدات كالتالي:

المدة الزمنية:

هي الفترة الزمنية المستغرقة لبث المؤتمرات الصحفية على وسائل الإعلام الرسمية، وانقسمت هذه الوحدة إلى الوحدات الفرعية التالية:

- (أ) المدة الزمنية للمؤتمر الصحفي: وهي المدة الزمنية الكلية للمؤتمر الصحفي، وتم تقسيمها إلى ٣ مدد زمنية: أقل من ٤٠ دقيقة، ٤٠ - ٦٠ دقيقة، أكثر من ٦٠ دقيقة.
- (ب) المدة الزمنية لاستعراض الفريق الوطني: وهي المدة الزمنية الخاصة باستعراض الفريق الوطني لتفاصيل المستجدات المتعلقة بأزمة كورونا، دون المداخلات من قبل الصحفيين، وتم تقسيمها إلى نفس المدد الزمنية الخاصة بالمدة الزمنية للمؤتمر الصحفي.
- (ج) المدة الزمنية للإجابة على أسئلة الصحفيين: وهي المدة الزمنية المتاحة لأسئلة الصحفيين، والإجابة عليها من قبل الفريق الوطني، وتم تقسيمها إلى نفس المدد الزمنية الخاصة بالمدة الزمنية للمؤتمر الصحفي، والمدد الزمنية لاستعراض الفريق الوطني.

وسائل الإبراز:

- هي الوسائل التي اعتمد عليها الفريق الوطني الطبي لإبراز المحتوى، الذي يتم استعراضه بشكل مباشر من قبل المتحدثين، وتعرف كالتالي:
- (أ) الصور: الصور التي اعتمد عليها الفريق الوطني الطبي، لاستعراض الموضوعات التي تم تناولها في المؤتمر الصحفي.
- (ب) انفوجرافيك: هي مجموعة من الرسوم، التي تدمج بين النصوص القصيرة، والأرقام والإحصائيات، التي اعتمد عليها الفريق الوطني الطبي، لاستعراض بعض مواضيع المؤتمرات الصحفية، بغرض تسهيل الرسائل الاتصالية المتخصصة في مجال الطب والمتعلقة بالأزمة.
- (ج) لغة الإشارة: هي لغة ذات قواعد خاصة، تستخدم بطريقة مرئية، أو بحركة يديوية لتوصيل المعنى، وتم استخدامها أثناء المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني، لاستهداف فئات الصم وضعاف السمع في مملكة البحرين.
- عدد المتحدثين:** وهي تعبر عن عدد المتحدثين، في كل مؤتمر صحفي عقد خلال الفترة الزمنية للدراسة، وانقسم إلى (٢-٣) متحدثين، (٤-٥) متحدثين و(أكثر من ٥) متحدثين.
- المتحدثون:** وتشمل هذه الوحدة، الجهات التي يمثلها المتحدثون في المؤتمرات الصحفية، وانقسمت إلى (وزارة الصحة)، (وزارة الإعلام)، (وزارة الصناعة والتجارة والسياحة)، (وزارة الداخلية) و(أخرى).
- القطاع المستهدف للمؤتمر الصحفي:** وتشمل القطاعات المستهدفة من محتوى المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي، والمعنية بالإجراءات الاحترازية، وتطبيق القرارات الصادرة من الفريق، وهي كالتالي:

- التعليم: تتضمن الموضوعات التي تتعلق بالطلبة، الهيئة التعليمية والإدارية، التعليم عن بُعد.
- الاقتصاد: الموضوعات التي تتعلق بالأنشطة التجارية، واقتصاد مملكة البحرين.

- المنافذ: تعني بالموضوعات التي تتعلق بتعديل ومنع وإعادة فتح المنافذ البرية، الجوية والبحرية لمملكة البحرين للقادمين والمسافرين.
- السياحة: تتضمن الموضوعات الخاصة بالسياحة في مملكة البحرين.
- الحياة الاجتماعية: تعني بالموضوعات التي تتعلق بالحياة الاجتماعية، مثل التجمعات العائلية، وتتبع المخالطين للفرد.
- موضوعات المؤتمر الصحفي:** هي الموضوعات التي استعرضها الفريق الوطني الطبي أثناء المؤتمرات الصحفية المنعقدة خلال فترة الدراسة وتشمل الوحدات الفرعية التالية:
 - (أ) القرارات: هي القرارات التي أعلن عنها خلال المؤتمرات الصحفية والتي تستهدف أفرادًا ومؤسسات مملكة البحرين، وهي كالتالي:
 - منع وإغلاق: ويعني القرارات التي تتضمن منعاً من ممارسة نشاط معين، مثل منع التجمع لأكثر من ٥ أشخاص، والقرارات التي تتضمن إغلاق الأنشطة والمحلات، ضمن الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها مملكة البحرين، بالإضافة إلى قرار منع دخول المسافرين من عدة دول.
 - إعادة فتح: ويعني القرارات التي تتضمن إعادة فتح الأنشطة التي تم إغلاقها، والسماح بمزاولةها بعد منعها، وفتح المنافذ.
 - التعليم والعمل عن بُعد: ويعني القرارات التي تتعلق بالتعليم والعمل عن بُعد.
 - (ب) الإحصائيات: وتشمل الإحصائيات المعلن عنها خلال المؤتمرات الصحفية وهي كالتالي:
 - الحالات: تشمل عدد الإصابات اليومية، المخالطون (الحجر والعزل)، الوفيات.
 - عدد الفحوصات: تشمل عدد الفحوصات اليومية.
 - الطاقة الاستيعابية: تعني حجم الطاقة الاستيعابية للمستشفيات، المراكز الصحية، والأماكن التي خصصتها وزارة الصحة لعلاج المرضى.
 - التطعيم واللقاحات: وتشمل المعلومات الخاصة بالتجارب السريرية، وأنواع التطعيم.
 - (ج) الإجراءات الإدارية للفريق الوطني: تشمل استعانة الفريق الوطني الطبي بالخبرات المحلية والدولية، المتطوعين، مراكز الفحص، الحملات التفتيشية، المخالفات.
 - (د) الإعلان عن شعار جديد.
 - (هـ) الخطط المستقبلية: وهي الخطط التي يعلنها الفريق لتنفيذها في المراحل اللاحقة بحسب الإحصائيات، معلومات عن اللقاحات المختلفة.
 - (و) الدعم الحكومي: إعلان الفريق لأي قرار حكومي لتقديم الدعم للأفراد والمؤسسات مثل الحزم المالية.
 - (ز) إرشادات توعوية: الإرشادات الخاصة بالتدابير والإجراءات الاحترازية

(ح) الرد على الشائعات: وهي الرد من قبل الفريق الوطني الطبي لأي شائعات أثناء أزمة كورونا في مملكة البحرين.

(ط) أخرى: هي جميع المواضيع الأخرى التي لم تذكر في الوحدات السابقة.

أطر الأسباب: هي جميع الأسباب الذي ذكرها الفريق الوطني الطبي، أثناء المؤتمرات الصحفية خلال فترة الدراسة، والمتعلقة بالأسباب التي أدت إلى ظهور فيروس كورونا، وانتشاره في مملكة البحرين، وهي: الحالات القادمة من الخارج، المخالطة، عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية، ظهور متحور جديد، وأخرى.

أطر الحلول: هي جميع الحلول التي قدمها الفريق الوطني الطبي، خلال المؤتمرات الصحفية لإدارة أزمة كورونا في مملكة البحرين، وتشمل: بروتوكول العلاج، التعاون مع جهات دولية مثل المراكز البحثية، ومنظمة الصحة العالمية، تنفيذ إجراءات قانونية: وتعني الإعلان عن القوانين والعقوبات التي ستنفذ بحق المخالفين، والتحول الرقمي، ويعني جميع القرارات التي تتخذ لمنع وتقادي الاختلاط، ومتابعة المصابين والمخالطين مثل: تطبيق مجتمع واعٍ، وتحول أغلب الخدمات التي تقدمها الوزارات والجهات إلى خدمات رقمية، والتعليم عن بُعد، والعمل عن بُعد، والإجراءات الاحترازية، والتطعيمات، وإجراءات الدخول إلى مملكة البحرين، بالإضافة إلى الحث على سلوكيات معينة، وأخرى وتشمل الموضوعات التي لم يتم ذكرها فيما سبق.

أطر النتائج: وتشمل هذه الوحدة الموضوعات الخاصة بنتائج الحلول المقدمة من قبل الفريق الوطني الطبي للمؤتمرات الصحفية، والتي تم الإعلان عنها في المؤتمرات الصحفية خلال فترة الدراسة وهي انخفاض عدد الحالات، أو ازدياد عدد الحالات.

إجراءات الدراسة:

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) في مملكة البحرين والذي بلغ عددها (٥٠) مؤتمراً صحفياً، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية، قوامها (٣٠) مؤتمراً خلال عام ٢٠٢٠م في الفترة من ٢٦ فبراير ٢٠٢٠م إلى ٣٠ ديسمبر ٢٠٢٠م وذلك للأسباب التالية:

١. تعتبر السنة الأولى لظهور وانتشار الفيروس، هي المرحلة الأولى من الأزمة التي تتطلب إدارة إعلامية واضحة، اتخذت فيها إجراءات احترازية عديدة، ليس فقط على مستوى البحرين، وإنما على مستوى دول العالم، حيث بلغ عدد المؤتمرات للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-

١٩) خلال العام الأول (٣٠) مؤتمراً صحفياً مقارنة بالعام الثاني (٢٠٢١م) والذي بلغ عدد المؤتمرات الصحفية فيه (١٨) مؤتمراً، ومؤتمرين صحفيين في العام الثالث (٢٠٢٢م).

٢. في المرحلة الأولى من الأزمات، عادة يكون هناك كم هائل من المعلومات والرسائل الاتصالية، التي يتطلب إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من المجتمع، وتوضيحها بشكل مباشر؛ لأنها مرتبطة بمشاعر الخوف والقلق لديهم وبسلوكياتهم، وتساهم في التقليل من تداعيات الأزمة، ومعالجتها تدريجياً باتباع الإرشادات والاحترازمات، التي تعتبر جديدة على المجتمع في التعامل مع الفيروس (فهيم، ٢٠٢٠م).

٣. نشر الإشاعات والرسائل الاتصالية غير الصحيحة في بدايات الأزمة، خصوصاً مع وجود شبكات التواصل الاجتماعي، وارتباط موضوع الأزمة بصحة الانسان، مما يتطلب الحصول على الرسائل الاتصالية الصحيحة من مصادرها الرسمية (خيرة، ٢٠٢٠م)، ومن هنا جاء اختيار الباحثة لدراسة وتحليل المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) خلال السنة الأولى من الأزمة.

اختبار الصدق:

يقصد بصدق التحليل، قدرة أداة البحث على جمع المعلومات اللازمة للوفاء بمشكلة البحث، والإجابة عن التساؤلات (اللبان والمقصود، ٢٠٠٩م: ٩٩)، ولتحقيقه قامت الباحثة بالإجراءات الآتية:

- ١- تحديد أداة تحليل المضمون بناء على دراسة مسحية.
- ٢- تعريف فئات تحليل المضمون بشكل دقيق، بما يمنع التداخل بين الفئات عند تطبيقها على عينة الدراسة.
- ٣- عرض استمارة الدراسة على عدد من المحكمين المختصين في مجال الإعلام، وتم التأكد من قدرتها على تحليل المضمون، وفي ضوء الملاحظات الواردة تم تعديل الاستمارة بحيث تتفق مع مشكلة وأهداف وتساؤلات الدراسة.

اختبار الثبات:

يقصد باختبار الصدق والثبات في استمارة تحليل المضمون، بأنه تحقيق درجة مرتفعة من الاتفاق والدقة في مواد التحليل، والفئات الرئيسية والفرعية لها، (اللبان، والمقصود، ٢٠٠٩م: ١٠٠)، من أجل تحقيق هذه الدرجة من ثبات التحليل، تم الاستعانة بمحلل خارجي، عن طريق تحليل عينة عشوائية ومقارنة النتائج، وطبقت الباحثة معادلة (هولستي Holsti) لحساب معامل الثبات، وهي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 * \text{مجموع عدد الوحدات المتفق عليها}}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

مجموع وحدات الترميز

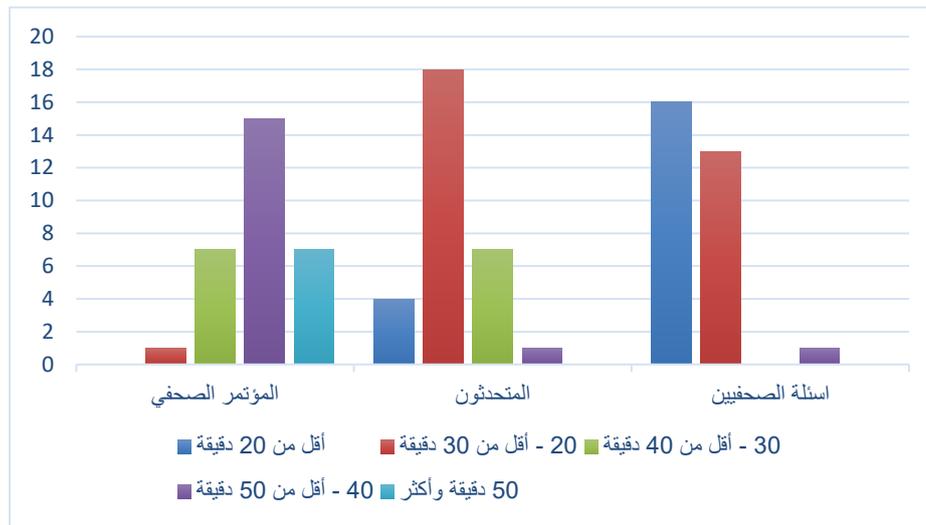
بلغت نسبة اختبار الثبات بنسبة ٩٠٪، والذي يدل على ثبات الأداة.

نتائج الدراسة:

وتنقسم إلى:

أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: ما هو محتوى المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا على الموقع الرسمي لوزارة الصحة في مملكة البحرين؟



الرسم البياني (١)
يوضح المدة الزمنية للمؤتمرات الصحفية

١- المدة الزمنية للمؤتمرات الصحفية للفريق الوطني للتصدي لفيروس كورونا:

يوضح الرسم البياني (١) أن المدة الزمنية المخصصة للمؤتمرات الصحفية، بما يتضمن استعراض الفريق الوطني، والإجابة على أسئلة الصحفيين كانت متفاوتة، حيث جاءت نصف المؤتمرات الصحفية في المرتبة الأولى بمدة زمنية تراوحت بين (٤٠ - أقل من ٥٠ دقيقة) بتكرار بلغ (١٥) مؤتمراً بنسبة (٥٠٪)، يليها بنسبة متساوية كل من المدة الزمنية (٣٠ - أقل من ٤٠ دقيقة) و(٥٠ دقيقة وأكثر) بتكرار بلغ (٧) ونسبة (٢٣.٣٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة المؤتمرات الصحفية التي بلغت مدتها (٢٠ - أقل من ٣٠ دقيقة) بتكرار (١) ونسبة (٣.٣٪).

وجاءت النتائج متوافقة مع نتائج دراسة (أبو حصيرة، ٢٠٢١م) التي توصلت إلى أن معدل الساعات اليومية لمتابعة أفراد المجتمع الأردني لأخبار أزمة فيروس كورونا عبر القنوات التلفزيونية الأردنية بلغت (أقل من ساعة) بنسبة (٤٢.٩٪)، يليها المدة الزمنية (ساعة إلى أقل من ساعتين) بنسبة (٣٠.٤٪)، واتفقت النتائج أيضاً مع كل من دراسة (زيدان، ٢٠٢٢) التي بينت أن اعتماد النخبة المصرية على التلفزيون الرسمي للدولة، جاء في المرتبة الأولى لمتابعة تطورات الوضع المصري أثناء جائحة أزمة

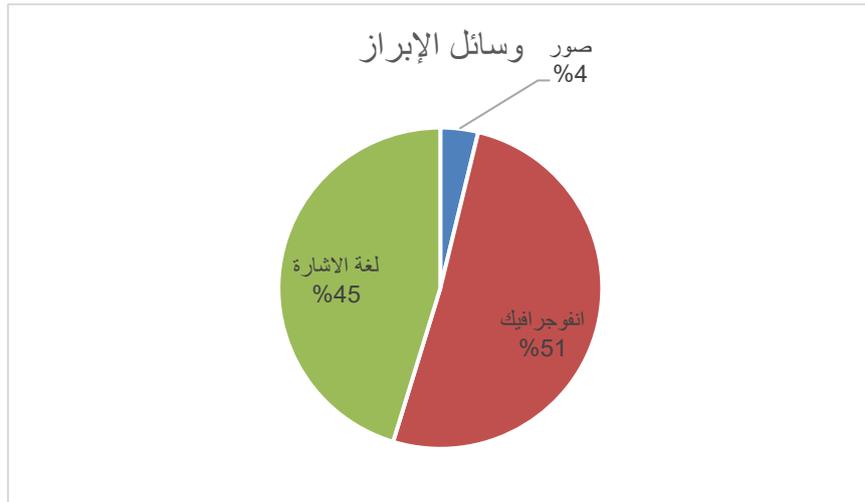
كورونا، ودراسة (الزيادي، ٢٠٢١م) التي كشفت عن ارتفاع نسبة تعرض الجمهور السعودي إلى وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، للحصول على معلومات جائحة كورونا بنسبة بلغت (٨١.٤٪).
بينما اختلفت النتائج مع نتائج دراسة (السالم، ٢٠٢٠م) التي توصلت إلى أن اعتماد أفراد المجتمع الكويتي للحصول على أخبار أزمة كورونا كانت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٧.٣٪)، يليها الإعلام الرسمي بنسبة (٣٠.٢٪).

كما يبين الرسم البياني (١) ان المدة الزمنية (٢٠ - أقل من ٣٠ دقيقة) والمخصصة للمتحدثين لاستعراض آخر التحديثات عن الأزمة وإيصال الرسائل الاتصالية للجمهور من توعية، إحصائيات، قرارات جاءت في المرتبة الأولى، بتكرار (١٨) مؤتمراً صحفياً من إجمالي ٣٠ مؤتمراً بنسبة (٦٠٪)، يليها المدة الزمنية (٣٠ - أقل من ٤٠ دقيقة) في المرتبة الثانية بتكرار (٧) بنسبة (٢٣.٣٪)، ثم (أقل من ٢٠ دقيقة) في المرتبة الثالثة بتكرار (٤) بنسبة (١٣.٣٪)، بينما جاءت المدة الزمنية (٤٠ - أقل من ٥٠ دقيقة) في المرتبة الأخيرة وبتكرار (١) وبنسبة (٣.٣٪).

وهذا يمكن إرجاعه إلى أهمية تخصيص فترة زمنية أطول للتأكيد على الرسائل الاتصالية الخاصة بتوعية أفراد المجتمع البحريني، والتشديد على المعلومات والإحصائيات الهامة التي تتطلب منهم سلوكيات محددة، تساهم في السيطرة على انتشار الفيروس، وتساعد الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا في إدارة الأزمة.

وتشير كذلك نتائج الرسم البياني أعلاه إلى أن المدة الزمنية المخصصة لأسئلة الصحفيين جاءت (أقل من ٢٠ دقيقة) في المرتبة الأولى بتكرار (١٦) وبنسبة (٥٣.٣٪)، ثم المدة الزمنية (٢٠ - أقل من ٣٠ دقيقة) بتكرار (١٣) ونسبة (٤٣.٣٪)، وجاءت المدة الزمنية (٤٠ - أقل من ٥٠ دقيقة) في المرتبة الثالثة بتكرار (١) ونسبة (٣.٣٪). وتأتي هذه النتائج متوافقة مع نتائج عدة الدراسات (زيدان، ٢٠٢٢م)، (الزيادي، ٢٠٢١م) و(السالم، ٢٠٢٠م) التي أكدت ارتفاع نسبة تعرض أفراد المجتمع للإعلام الرسمي للحصول على المعلومات الخاصة بأزمة كورونا، بما يشدد على أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام الرسمي في نشر الحقائق باعتباره شريكاً أساسياً في إدارة الأزمة، وتخصيص فترة زمنية للإجابة على أسئلة الصحفيين، بما يمكنهم من صياغة الرسائل الاتصالية الواضحة، لنشرها عبر وسائل الإعلام التقليدية الرسمية وحساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي.

٢- وسائل الإبراز المستخدمة في المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني للتصدي لفيروس كورونا:



الرسم البياني (٢)

يبين وسائل الإبراز المستخدمة في المؤتمرات الصحفية

يوضح الرسم البياني رقم (٢) وسائل الإبراز المستخدمة في المؤتمرات الصحفية ان (الإنفوجرافيك) جاء في المرتبة الأولى من وسائل الإبراز بنسبة (٥١%)، يليه (لغة الإشارة) بنسبة (٤٥%)، بينما جاءت فئة (الصور) في المرتبة الأخيرة بنسبة (٤%).

ويمكن تفسير ذلك أن الإنفوجرافيك كوسيلة إبراز، بإمكانها تحقيق عدة مميزات للرسالة الاتصالية، من حيث تبسيط وتوضيح البيانات والأرقام، بما يحقق الهدف منها خلال فترة إدارة الأزمة، وذلك من خلال نشر الأرقام والإحصائيات بصورة يومية، تبين حالات الإصابات اليومية، المتعافين، عدد الحالات في العناية المركز، الوفيات، الطاقة الاستيعابية بصورة مبسطة واضحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الوزارة، والتطبيق الإلكتروني (مجتمع واع).

كما يمكن إرجاع سبب انخفاض نشر الصور في وسائل الإبراز، إلى طبيعة موضوعات الجائحة المرتبطة بشكل رئيسي بإبراز الحقائق عبر الإحصائيات والأرقام، سواء الخاصة بمستجدات الجائحة في مملكة البحرين أو في دول العالم.

٣- أعداد المتحدثين الرسميين والجهات الحكومية في المؤتمرات الصحفية:

الجدول (١)

يوضح أعداد المتحدثين الرسميين والجهات الحكومية الممثلين عنها

| النسبة | التكرار | الفئات | |
|--------|---------|---------------------------------|--------------------------------------|
| ٥٦.٧% | ١٧ | ٣-٢ | أعداد المتحدثين الرسميين |
| ٤٣.٣% | ١٣ | ٥-٤ | |
| ١٠٠% | ٣٠ | المجموع | |
| ٦٦.٧% | ٣٠ | وزارة الصحة | الجهة الحكومية للمتحدثين الرسميين |
| ١٣.٣% | ٦ | وزارة الصناعة والتجارة والسياحة | |
| ٦.٧% | ٣ | وزارة الداخلية | |
| ١٣.٣% | ٦ | أخرى | |
| ١٠٠% | ٤٥ | المجموع | |

يبين الجدول رقم (١) أن عدد المتحدثين في أكثر من نصف المؤتمرات الصحفية كان من (٣-٢) متحدث بتكرار بلغ (١٧) مؤتمراً وبنسبة (٥٦.٧%)، بينما جاء عدد المتحدثين من (٥-٤) في المرتبة الثانية بتكرار بلغ (١٣) مؤتمراً وبنسبة (٤٣.٣%).

تشير النتائج في الجدول أعلاه، أن أغلب المتحدثين يمثلون (وزارة الصحة) بنسبة (٦٦.٧%)، يليهم في المرتبة الثانية وبنسب متساوية المتحدثون من (وزارة الصناعة والتجارة والسياحة) وفئة (أخرى) بنسبة بلغت (١٣.٣%)، ثم جاءت (وزارة الداخلية) في المرتبة الثالثة بنسبة (٦.٧%).

ويتضح من العرض السابق أن أزمة كورونا، هي أزمة صحية، مما يفسر تواجد ممثلي وزارة الصحة في كافة المؤتمرات الصحفية في المرتبة الأولى، لتوضيح وبيان تداعيات الأزمة على صحة المواطن والمقيم في مملكة البحرين، ثم وزارة الصناعة والتجارة والسياحة، لما لها من أهمية متمثلة في التدابير الخاصة بالقطاع التجاري والسياحي، منها إغلاق المحلات والمجمعات، والتحول الرقمي لإجراء المعاملات التجارية والشرائية، بما يحقق السلوكيات الصحيحة من أفراد المجتمع البحريني لإنجاح هذه التدابير.

(١) تم تغيير مسمى (وزارة الصناعة والتجارة والسياحة) إلى (وزارة الصناعة والتجارة) بعد إنشاء وزارة منفصلة للسياحة بمرسوم ملكي رقم (٦٨) لسنة ٢٠٢٢م.

التساؤل الثاني: ما هي الرسائل الاتصالية التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) لإدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين؟

١- الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية:

الجدول (٢)
يبين الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية

| النسبة | التكرار | الرسائل الاتصالية للمؤتمر الصحفي | |
|--------|---------|----------------------------------|------------|
| ٢٩.٤% | ١٠ | منع وإغلاق | القرارات |
| ٢٩.٤% | ١٠ | إعادة فتح | |
| ١٤.٧% | ٥ | عن بعد | |
| ٢٦.٥% | ٩ | أخرى | |
| ١٠٠% | ٣٤ | المجموع | |
| ٣١.٣% | ٣٠ | الإحصائيات اليومية | الإحصائيات |
| ٣٠.٢% | ٢٩ | عدد الفحوصات PCR | |
| ٣١.٣% | ٣٠ | الطاقة الاستيعابية | |
| ٧.٣% | ٧ | التطعيم واللقاح | |
| ١٠٠% | ٩٦ | المجموع | |
| ٢١.٧% | ٣١ | الإجراءات الإدارية للفريق الوطني | الموضوعات |
| ٤.٩% | ٧ | الإعلان عن شعار جديد | |
| ١٧.٥% | ٢٥ | الخطط المستقبلية | |
| ١٦.٨% | ٢٤ | الدعم الحكومي | |
| ١٩.٦% | ٢٨ | إرشادات توعية | |
| ٩.٨% | ١٤ | الرد على الشائعات | |
| ٩.٨% | ١٤ | أخرى | |
| ١٠٠% | ١٤٣ | المجموع | |

أما عن أبرز الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية المتعلقة بفئة القرارات، فبينت نتائج الجدول رقم (٢) أن فئتي (منع وإغلاق) و(إعادة فتح) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢٩.٤%)، يليها فئة (أخرى) بنسبة (٢٦.٥%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة القرارات المرتبطة بالتعليم والعمل (عن بعد) بتكرار (١٤.٧%). واتفقت نتائج الدراسة مع دراسة (زيدان، ٢٠٢٢م) التي أكدت أن أهم المضامين التي حرصت

النخبة على متابعتها عبر قنوات الإعلام الرسمي خلال الأزمة، كانت عبارة عن الرسائل الاتصالية الخاصة بقرارات الحكومة لمكافحة الجائحة.

وتبين النتائج الخاصة بفئة الإحصائيات أن (الإحصائيات اليومية) و(الطاقة الاستيعابية) جاءتا في المرتبة الأولى بنسبة (٣١.٣٪)، ثم (عدد الفحوصات PCR) بنسبة (٣٠.٢٪)، بينما جاء (التطعيم واللقاح) بنسبة (٧.٣٪). كما أظهرت نتائج فئة الموضوعات أن (الإجراءات الإدارية للفريق الوطني الطبي) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢١.٧٪)، يليها (الإرشادات التوعوية) بنسبة (١٩.٦٪)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (خليفة، ٢٠٢٠م) التي بينت أن وسائل الإعلام لمملكة البحرين، ساهمت بنسبة كبيرة في التعامل مع جائحة كورونا والمصابين سواء أكانوا مواطنين أو مقيمين، وتشجيع أفراد المجتمع البحريني على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية حفاظاً على المصلحة العامة.

كما توصلت نتائج فئة الموضوعات أن (الخطط المستقبلية) حصلت على نسبة (١٧.٥٪)، و(الدعم الحكومي) على نسبة (١٦.٨٪) من إجمالي نسب الموضوعات المطروحة في المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) في مملكة البحرين، أما (الرد على الشائعات) و(أخرى) فقد جاءت بنسب متساوية بلغت (٩.٨٪)، وجاء في المرتبة الأخيرة (الإعلان عن شعار جديد) بنسبة (٤.٩٪). وتأتي هذه النسب لتبين حرص مملكة البحرين على التعامل مع الأزمة وإدارتها بحرفية من خلال تغطية كافة الموضوعات المهمة عبر رسائل اتصالية، تراعي مختلف وسائل الإعلام بما فيها الرسائل الاتصالية المغلوطة، التي قد تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهي نتائج متوافقة مع بعض الدراسات في هذا المجال، فعلى سبيل المثال بينت نتائج دراسة (إبراهيم، ٢٠٢١م) التي توصلت إلى أن أبرز أسباب الشائعات عن أزمة كورونا، جاءت في المرتبة الأولى، وبينت اتساع نطاق الانتشار وسرعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٦.٦٪)، يليه ضعف الثقافة الصحية لدى كثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٤٣.٧٪)، ويليه عدم وعي معظم المتلقين بالحقيقة بنسبة (٤٢٪).

٢- المجالات المستهدفة من الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية:

الجدول (٣)

يبين المجالات المستهدفة من الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية

| النسبة | التكرار | المجالات المستهدفة |
|--------|---------|--------------------|
| ١٤.٩٪ | ١٠ | التعليم |
| ١٣.٤٪ | ٩ | الاقتصاد والتجارة |
| ١٧.٩٪ | ١٢ | المنافذ |
| ٤.٥٪ | ٣ | السياحة |
| ٣٥.٨٪ | ٢٤ | الحياة الاجتماعية |
| ١٣.٤٪ | ٩ | أخرى |
| ١٠٠٪ | ٦٧ | المجموع |

يبين الجدول رقم (٣) أن أكثر المجالات المستهدفة في المؤتمرات الصحفية هو مجال (الحياة الاجتماعية) حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٣٥.٨٪)، وجاء في المرتبة الثانية (المنافذ) بنسبة (١٧.٩٪)، كما جاء مجال (التعليم) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٩٪)، بينما جاء كل من مجالات (الاقتصاد والتجارة) و(أخرى) بنسب متساوية بلغت (١٣.٤٪)، أما في المرتبة السادسة حصل مجال (السياحة) على نسبة (٤.٥٪).

ويمكن إرجاع سبب كثرة الرسائل الاتصالية الخاصة بمجال (الحياة الاجتماعية)، في المؤتمرات الصحفية عينة الدراسة، إلى طبيعة المجتمع البحريني، والمناسبات الاجتماعية، واللقاءات العائلية الأسبوعية، التي اعتاد عليها مما يشكل سبباً رئيسياً في انتشار الفيروس، مما يتطلب التركيز على الإجراءات الاحترازية اللازمة لتوعية الأفراد، بضرورة التباعد الاجتماعي، وترك المسافة فيما بينهم، سواء على مستوى الأفراد داخل المنزل الواحد، أو في المجتمع ككل.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (القضاة، ٢٠٢١م)، التي أظهرت اهتمام الصحف الأردنية اليومية المتعلقة بأزمة كورونا، ركزت على المجال الاقتصادي، من خلال تغطية الأضرار الاقتصادية على الأسواق المالية والتجارية والصناعة والسياحة، ثم تحديات العمل والحياة العامة والاجتماعية.

التساؤل الثالث: ما هي أطر معالجة المؤتمرات الصحفية لفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) خلال الأزمة في مملكة البحرين؟
١- أطر أسباب انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين:

الجدول (٤)

يبين أطر أسباب انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين

| النسبة | التكرار | أطر الأسباب |
|--------|---------|------------------------------------|
| ١٣.٢٪ | ٩ | الحالات القادمة من الخارج |
| ٤١.٢٪ | ٢٨ | المخالطة والتجمعات |
| ٦٠.٧٪ | ١٧ | عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية |
| ١١.٨٪ | ٨ | ظهور متحور جديد |
| ٨.٢٪ | ٦ | أخرى |
| ١٠٠٪ | ٦٨ | المجموع |

توضح بيانات الجدول رقم (٤) أن أهم أسباب انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين كانت (عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية) بنسبة (٦٠.٧٪) و(المخالطة والتجمعات) بنسبة (٤١.٢٪)، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (زيدان، ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أن (ثقافة اللامبالاة الموجودة لدى الرأي العام) كانت

من أهم أسباب تطور الأزمة الصحية في المجتمع المصري بنسبة (٦٠٪) ثم (سلوكيات المواطنين) بنسبة (٤٢.٥٪).

كما يوضح الجدول أعلاه أن الأسباب الأخرى لانتشار الفيروس تعددت ما بين (الحالات القادمة من الخارج) بنسبة (١٣.٢٪)، (ظهور متحور جديد) بنسبة (١١.٨٪)، وحصلت (أخرى) على نسبة (٨.٢٪).

٢- أطر الحلول لمكافحة انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين:

(الجدول ٥)

يبين أطر الحلول لمكافحة انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين

| النسبة | التكرار | أطر الحلول |
|--------|---------|----------------------------------|
| ١٤.٩٪ | ٢٦ | بروتوكول العلاج |
| ١٢٪ | ٢١ | التعاون مع دول وجهات دولية |
| ٣.٤٪ | ٦ | تنفيذ إجراءات قانون |
| ٨٪ | ١٤ | التحول الرقمي |
| ٣.٤٪ | ٦ | التعلم عن بعد |
| ٢.٩٪ | ٥ | العمل عن بعد |
| ١٧.١٪ | ٣٠ | الإجراءات الاحترازية |
| ٧.٤٪ | ١٣ | التطعيم واللقاح |
| ٧.٤٪ | ١٣ | إجراءات الدخول إلى مملكة البحرين |
| ١٦.٦٪ | ٢٩ | الحث على سلوكيات معينة |
| ٦.٩٪ | ١٢ | أخرى |
| ١٠٠٪ | ١٧٥ | المجموع |

تبين نتائج الجدول السابق رقم (٥) أن أهم الحلول التي قدمها الفريق الوطني الطبي خلال المؤتمرات الصحفية عينة الدراسة لمكافحة انتشار فيروس كورونا كانت التركيز على (الإجراءات الاحترازية) في المرتبة الأولى بنسبة (١٧.١٪)، يليها (الحث على سلوكيات معينة) بنسبة (١٦.٦٪)، ثم جاء (بروتوكول العلاج) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٩٪). وتتفق هذه النتائج مع دراسة (خليفة، ٢٠٢٠م) التي ركزت على آراء المبحوثين في المجتمع البحريني حول المؤسسات الصحية في التعامل مع كورونا، أن المؤسسات الصحية قدمت الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا المستجد.

كما توافقت النتائج أيضًا مع نتائج دراسة (عثمان علي، ٢٠٢١م) التي أظهرت أن أكثر المضامين المنشورة على صفحة الـ Facebook الخاصة بوزارة الصحة في جمهورية السودان، ركزت على الوضع الوبائي والنشاط التوعوي الخاص بالجائحة، وطرق انتقالها وكيفية الوقاية منها.

كما يوضح الجدول أعلاه أن هناك حلولاً أخرى تم تغطيتها في المؤتمرات الصحفية عينة الدراسة وتفاوتت نسبة التركيز عليها؛ (التعاون مع دول وجهات دولية) بنسبة (١٢٪)، (التحويل الرقمي) بنسبة بلغت (٨٪)، يليها بنسب متساوية كل من (التطعيم واللقاح) و(إجراءات الدخول إلى مملكة البحرين) بنسبة (٧.٤٪)، بينما جاءت (أخرى) في المرتبة السادسة وبنسبة (٦.٩٪).

٣- أطر النتائج لمكافحة انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين:

الجدول (٦)

يبين أطر النتائج لمكافحة انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين

| النسبة | التكرار | أطر النتائج |
|--------|---------|---------------------|
| ٣٢.١٪ | ٩ | انخفاض عدد المصابين |
| ٦٧.٩٪ | ١٩ | ازدياد عدد المصابين |
| ١٠٠٪ | ٢٨ | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه ازدياد عدد المصابين بنسبة بلغت (٦٧.٩٪) في أطر النتائج التي تناولتها المؤتمرات الصحفية، بينما جاء انخفاض عدد الحالات بنسبة (٣٢.١٪) خلال العام الأول من ظهور الفيروس وانتشاره. ويمكن تبرير هذه النتيجة بالتأكيد على ارتفاع عدد الحالات في بداية الأزمة كان في ازدياد ليس فقط على مستوى مملكة البحرين وإنما على مستوى العالم، حيث بلغ عدد الإصابات على مستوى العالم (١١٠ ملايين) حالة منذ بداية الأزمة حتى يونيو ٢٠٢٢م، (World Health Organization: 2022).

وتتناسب النتائج أعلاه مع نتائج الجدول رقم (٤) الذي يوضح أن أهم أسباب ارتفاع عدد الحالات في مملكة البحرين يعود إلى (عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية) بنسبة (٦٠.٧٪)، ثم (المخالطة والتجمعات) بنسبة (٤١.٢٪).

النتائج العامة للدراسة:

تعد المؤتمرات الصحفية، إحدى الأدوات الهامة للعلاقات العامة، لما لها من دور رئيسي في إدارة الأزمات إعلامياً، وتأثير مباشر على المتلقي عبر الرسائل الاتصالية، التي يركز عليها القائم بالاتصال، وقد حاولت هذه الدراسة التعرف على دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، في إدارة

الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أولاً: محتوى المؤتمرات الصحفية للفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا في مملكة البحرين:

١. المدة الزمنية المخصصة للمؤتمرات الصحفية، بما يتضمن استعراض الفريق الوطني والإجابة على أسئلة الصحفيين كانت متفاوتة، حيث جاءت نصف المؤتمرات الصحفية في المرتبة الأولى بمدة زمنية تراوحت بين (٤٠ - أقل من ٥٠ دقيقة) بتكرار بلغ (١٥) مؤتمراً بنسبة (٥٠٪).
٢. (الإنفوجرافيك) جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٥١٪) من وسائل الإبراز المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.
٣. عدد المتحدثين في أكثر من نصف المؤتمرات الصحفية كان من (٢-٣) متحدثين بنسبة (٥٦.٧٪)، بينما جاء عدد المتحدثين من (٤-٥) في المرتبة الثانية بنسبة (٤٣.٣٪).
٤. أغلب المتحدثين في المؤتمرات الصحفية يمثلون (وزارة الصحة) بنسبة (٦٦.٧٪)، يليه في المرتبة الثانية (وزارة الصناعة والتجارة والسياحة) بنسبة (١٣.٣٪).

ثانياً: الرسائل الاتصالية التي بثها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) لإدارة الحملة الوطنية لمكافحة فيروس كورونا في مملكة البحرين:

١. أن أبرز الرسائل الاتصالية للمؤتمرات الصحفية المتعلقة بفئة القرارات كانت فئتي (منع وإغلاق) و(إعادة فتح) في المرتبة الأولى بنسبة (٢٩.٤٪).
٢. فئتا (الإحصائيات اليومية) و(الطاقة الاستيعابية) احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٣١.٣٪) في النتائج الخاصة بفئة الإحصائيات، وجاء في المرتبة الثانية (عدد الفحوصات PCR) بنسبة (٣٠.٢٪)، بينما جاءت (التطعيم واللقاح) بنسبة (٧.٣٪).
٣. أظهرت نتائج فئة الموضوعات أن (الإجراءات الإدارية للفريق الوطني الطبي) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢١.٧٪)، يليها (الإرشادات التوعوية) بنسبة (١٩.٦٪).
٤. أكثر القطاعات المستهدفة في المؤتمرات الصحفية هو الحياة الاجتماعية؛ حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٣٥.٨٪)، وجاء في المرتبة الثانية المنافذ بنسبة (١٧.٩٪)، كما جاء قطاع التعليم في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٩٪).

كورونا (كوفيد-١٩) خلال الأزمة في مملكة البحرين:

١. أن أهم أسباب انتشار فيروس كورونا في مملكة البحرين كان (عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية) بنسبة (٦٠.٧٪)، ثم (المخالطة والتجمعات) بنسبة (٤١.٢٪)، يليه (الحالات القادمة من الخارج) بنسبة (١٣.٢٪).
٢. أهم الحلول التي قدمها الفريق الوطني الطبي خلال المؤتمرات الصحفية، عينة الدراسة لمكافحة انتشار فيروس كورونا، كان (الإجراءات الاحترازية) في المرتبة الأولى بنسبة (١٧.١)، يليها (الحث على سلوكيات معينة) بنسبة (١٦.٦٪)، ثم (برتوكول العلاج) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٩٪).
٣. ازدياد عدد الحالات جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٦٧.٩٪) في أطر النتائج التي تناولتها المؤتمرات الصحفية، بينما انخفض عدد الحالات جاء بنسبة (٣٢.١٪) خلال العام الأول من ظهور الفيروس وانتشاره.

توصيات الدراسة:

١. استكمال الدراسة من قبل الباحثين لتشمل الفترة من عام ٢٠٢١م حتى انتهاء الأزمة، لتشمل الجوانب الخاصة بالإجراءات التي اتخذها الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا (كوفيد-١٩) تجاه المستجندات الخاصة بالفيروس وتسطيح منحني الإصابات اليومية.
٢. تعاون مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية والدولية والطاقة (دراسات) مع جامعة البحرين، لدراسة أزمة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) من جميع الجوانب، وإنتاج الأبحاث العلمية في التخصصات ذات العلاقة التي تعود بالفائدة على مملكة البحرين.
٣. تعاون مركز ولي العهد للتدريب والبحوث الطبية، مع كلية العلوم الصحية بمملكة البحرين، لتهيئة الكوادر الطبية المستقبلية، وتدريبهم وتعليمهم وإعدادهم، بما يتناسب مع الأهداف الاستراتيجية لمملكة البحرين.
٤. إدماج الإعلام الطبي في الخطة الدراسية لبرنامج بكالوريوس الإعلام بجامعة البحرين، على نحو يمكّن من إعداد الطلبة لفهم المجال علمياً والإبداع فيه عملياً.
٥. توصي الدراسة بإعداد متحدثين رسميين في كل وزارة من وزارات المملكة، لأهمية دور المؤتمرات الصحفية كنشاط اتصالي للعلاقات العامة، للتواصل مع الجماهير العامة للوزارات على اختلاف طبيعتها عملها.

مراجع الدراسة ومصادرها:

١. إبراهيم، سالي سعد. (٢٠٢١م). مواقع التواصل الاجتماعي وشائعات كوفيد ١٩. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل للعلوم الإنسانية والإدارية. ٢٢ (عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا") ص ٢٧ - ٣٤.

٢. البقمي، شارع مزيد. (٢٠١٥م). اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين في مدينة جدة. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد (١٣)، ص ١١ - ٥٤.
٣. أبو عباة، أرام إبراهيم (٢٠٢٠م). دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد ١٩) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد ٦٠، ١٨٠-١٦٠.
٤. أبو عرقوب، إبراهيم أحمد (٢٠٢٠م)، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٧، العدد ٢، ٥٧٠-٥٦٠.
٥. حسن عماد مكاي وليلي حسين السيد، (٢٠٠٢م). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٦. آل خليفة، عبدالله أحمد (٢٠٢٠م)، مملكة البحرين.. استجابة فعالة لجائحة عالمية، صحيفة الأيام / مقال بتاريخ ٢١ يونيو ٢٠٢٠، العدد ١١٣٩٧.
٧. خيرة، محمدي (٢٠٢٠م)، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد-١٩ في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، جامعة الجزائر/ مجلد ٢/ العدد ٣/ ص ٣٤-٥٦.
٨. الدهشي، فلاح، المكنيزي، عادل، الأحمد، عبد الله (٢٠١٩م). نظريات الاتصال الجماهيري، مكتبة المتنبي، المملكة العربية السعودية.
٩. الزيايدي، لطفي (٢٠٢١م). الرأي العام السعودي حول التعاطي الإعلامي مع جائحة كوفيد ١٩. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية. ٢٢، (عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا"). ص ١٠ - ١٨.
١٠. عثمان علي، نصر الدين عبد القادر (٢٠٢١م)، إدارات العلاقات العامة وتوظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل في العلوم الإنسانية والإدارية، مجلد ٢٢، ص ٥٣ - ٦٠.
١١. فهمي، بسنت (٢٠٢٠م)، تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس "كورونا" عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ١٩، عدد ٣، ص ١٦٧-٢٣٥.
١٢. العساف والوادي (٢٠١١م)، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الصفاء للنشر، ط١، الأردن.
١٣. القحص، خالد الحميدي والعجمي، فواز محمد (٢٠٢١م)، اتجاهات الجمهور نحو المتحدث الرسمي لوزارات الصحة في أثناء جائحة كورونا: دراسة حالة الكويت، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل في العلوم الإنسانية والإدارية، مجلد ٢٢، ٤٣-٣٥.
١٤. القضاة، علي (٢٠٢١م)، تغطية الصحافة الأردنية اليومية لوباء كورونا: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل في العلوم الإنسانية والإدارية، مجلد ٢٢، (عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا")، ٥١-٤٤.
١٥. كشك، أشرف محمد (٢٠٢٠م أ)، أزمة كورونا: التداعيات والآليات التي انتهجتها الدول لإدارة الأزمة، مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية والدولية والطاقة، صحيفة أخبار الخليج، تقرير بتاريخ ٣٠ أبريل ٢٠٢٠، على الرابط: <http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1206828>
١٦. كشك، أشرف محمد (٢٠٢٠م ب) نحو استراتيجية إعلامية نحو الأزمات، صحيفة أخبار الخليج، مقال بتاريخ ٩ نوفمبر ٢٠٢٠، على الرابط: <http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1226959>
١٧. اللبان، شريف درويش وعبد المقصود، هشام عطية. (٢٠٠٨م). مقدمة في مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: الدارة العربية للنشر والتوزيع.
١٨. اللقمانى، شيماء (٢٠١٨م)، أساليب استخدام العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية وقت الأزمات: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، عدد ١٦، ٦١٧-٥٨٩.
١٩. الموقع الإلكتروني للمجلس الأعلى للصحة (٢٠٢٢م). قرار رقم (١٠) لسنة ٢٠٢٠ بإنشاء وتشكيل الفريق الوطني الطبي للتصدي لفيروس كورونا المستجد، استرجعت في تاريخ ١ مايو ٢٠٢٢ من: <https://www.moh.gov.bh/COVID19/>
٢٠. وزارة الصحة. (٢٠٢٢م). مستجدات مكافحة فيروس كورونا (Covid-19). استرجعت في تاريخ ١٨ مايو ٢٠٢٢ من: <https://www.moh.gov.bh/COVID19/>
٢١. وزارة الصحة. (٢٠٢٣م). مستجدات مكافحة فيروس كورونا (Covid-19). استرجعت في تاريخ ٣ مارس ٢٠٢٣ من: <https://healthalert.gov.bh/category/videos?page=1&pageSize=9>

22. Duhé, S.C. (2007). New Media and Public Relations. New York: Peter Lang.

<https://www.sch.org.bh/regulation/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1->

<https://www.sch.org.bh/regulation/%D9%82%D9%85-10-%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A9-2020>

23. Jefkins, F. (2019). Public Relations for Management Success. United Kingdom: Routledge.

24. World Health Organization:

https://data.humdata.org/visualization/covid19-humanitarian-operations/?ga1&gclid=CjwKCAjwqauVBhBGEiwAXOepkWiOi38TG2v6nY-CSYmQ_t2hCV7nG2VH_omOSMZYZXmvi_QqaA1ZxoC8ukQAvD_BwE

The Role of Press Conferences as a Communication Activity for Public Relations in Managing Corona Crisis: The Kingdom of Bahrain as a Model

Dr. Maha Sami Alrashed

malrashid@uob.edu.bh

Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
Mass Communication, Tourism & Fine Arts Department,
Faculty of Arts,
University of Bahrain

Abstract

This study aims to identify the role played by press conferences as a communication activity for public relations in managing the national campaign to combat the Coronavirus (Covid-19). This study is a descriptive-analytical study, the researcher relied on the purposive sample to obtain information from the study community, which is the press conferences of the National Medical Team to Address Corona Virus (Covid-19) from February 26 to December 30, 2020. The researcher relied on a content analysis tool for a deliberate sample of 30 press conferences on the Bahraini Ministry of Health website, and the researcher also relied on the theory of media frameworks analysis.

The study reached a set of results:

1. The most important reasons for the spread of the Coronavirus in the Kingdom of Bahrain in the year 2020 was non-compliance with the precautionary procedures, at a percentage of (60.7%).
2. The communication messages related to (daily statistics) and (absorptive capacity) came in the first place with an equal percentage of (31.3%).
3. The (infographic) came first (51%) among the highlighting methods used in press conferences.
4. Most of the speakers at press conferences represent (Ministry of Health) with (66.7%), followed by (Ministry of Industry, Trade and Tourism) with (13.3%).

Keywords: Crisis Communication, Covid-19-Government Communication, Official Spokesperson, Health Media.

- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

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

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Ali Badr

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of
P R esearch

Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eleventh Year - Forty-Fourth Issue - 10 April 2023

IF of the Supreme Council of Universities 2022 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2022 = 0.5833

International Crisis Management

English Researches:

- *Prof. Dr. Dina Ahmed Orabi* - Galala University
Dr. Eman M. Soliman Amin - Cairo University

Russia-Ukraine War: An Analytical Study on Van Dijk Ideological Square 7

Abstracts of Arabic Researches:

- *Dr. Maha Sami Alrashed* - University of Bahrain

The Role of Press Conferences as a Communication Activity for Public Relations in
Managing Corona Crisis: The Kingdom of Bahrain as a Model 33

- *Dr. Nedaa Saber Mahmoud Ibrahim* - Al-Azhar University

The Frameworks of Press Coverage of the Russian-Ukrainian Crisis and its
Repercussions on the International News Websites: An Analytical Study 34

- *Major General. Mohamed Alaa El-Deen* - Cairo University

Communications of the Chinese Russian-American Conflict
in the Geopolitical Field 35

(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 2023@APRA 
www.jprr.epra.org.eg