

## تعرض الجمهور لحمولات العلاقات العامة بالقطاع الصحي للتوعية بأزمة كورونا: دراسة ميدانية

سارة رأفت محمد طه (\*)

### مقدمة

يعتبر النشاط الاتصالي جوهر عمل العلاقات العامة، حيث توجه كافة الجهود التي تبذلها إدارة العلاقات العامة إلى تصميم البرنامج الاتصالي الفعال، الذي يحقق أهداف المؤسسة بأقصى قدر من الفعالية والتأثير. ويمثل الاتصال أهمية كبرى بالنسبة لجهاز العلاقات العامة، يستطيع إذ توفرت لديه القدرة على الاستخدام الفعال لعناصره ووسائله، أن يحدث التفاعل المطلوب بين المؤسسة وجمهورها المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية. ويجب على أخصائي العلاقات العامة أن يراعي تحديد الوسيلة الإعلامية المناسبة لكل جمهور، ومن ثم تحديد أسلوب الاتصال بالجمهور المستهدف. وتأتي أهمية العلاقات العامة في القطاع الصحي، لأنها تتعامل مع المرضى وذويهم ومع الأطباء والممرضات والممرضين وشركات التأمين وفي بعض البلدان التي أصبحت فيها الخدمات الصحية مجالاً تجارياً، يستهدف استقطاب المرضى في تنافس المستشفيات. فأن للعلاقات العامة دوراً في استقطاب الزبائن من المرضى، واقناع الناس بأهمية الخدمات التي تقدمها.

### الإطار المنهجي

#### أولاً الدراسات السابقة

واستهدفت دراسة (Wu&shen, 2021) استكشاف تأثير استخدام وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات الصحية أثناء جائحة كورونا (COVID-19) في الصين. واعتمدت الدراسة على العينة الحصصية، حيث تكونت العينة من (٣٠٠٠) مفردة من البالغين الصينيين، وقام المبحوثون بملء الاستبيان عبر الإنترنت، خلال الفترة من ٢ مارس : ٢٣ مارس ٢٠٢٠م، بعد شهرين من أغلق مدينة ووهان الصينية.

وأظهرت النتائج، أن استخدام وسائل الإعلام الحكومية واستخدام تطبيق (WeChat) على مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطان بشكل إيجابي باتباع السلوكيات الصحية. وأن تطبيق (WeChat) أكثر الوسائط استخداماً عبر مواقع

(\*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [دور العلاقات العامة بالقطاع الصحي في إدارة أزمة كورونا دراسة للقائم بالاتصال والجمهور]، وتحت إشراف: أ.د. محمد نمر علي أحمد - كلية التجارة - جامعة سوهاج & د. مرزوق عبد الحكم العادلي - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة في الصين، يليه تطبيق (Weibo) أثناء فترة الدراسة للحصول على المعلومات عن جائحة كورونا ومعرفة السلوكيات الصحية السليمة. كما أوضحت النتائج ثقة عينة الدراسة في ووسائل الإعلام الحكومية في الصين، وكان تأثير وسائل الإعلام على السلوكيات الصحية لعينة الدراسة من خلال الاستجابة لعدم الخروج من المنزل إلا للضرورة أو العمل، وأيضاً اتباع الإجراءات الوقائية الموصى بها من خلال وسائل الإعلام الصينية.

وبحثت دراسة (Garg&Others,2020) في التعرف على دور وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور أثناء جائحة فيروس كورونا في شمال الهند. وتم إجراء الدراسة على السكان الذين تزيد أعمارهم عن ١٠ سنوات، من خلال استطلاع عبر الإنترنت. وتم توزيع الاستبيان في ولايات شمال الهند للرد عليها. وبدأ جمع البيانات في الفترة من ٢٣ يونيو : ٣ يوليو ٢٠٢٠م.

وكشفت نتائج هذه الدراسة، أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كان الأعلى، يليها الأخبار التلفزيونية قبل وأثناء فترة الحظر. وازداد استخدام الإنترنت والأخبار التلفزيونية خلال فترة الحظر وانخفض استخدام الصحف والراديو والمجلات بشكل كبير. وعبر المبحوثون عن قلقهم الناجم عن الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا، من خلال وسائل الإعلام بأعلى مستوى ٢٧.٣٪ في الفئة العمرية ٤٠-٤٩ عاماً، والأدنى ١٤.٤٩٪ في الفئة العمرية ٢٠-٢٩ عاماً. حوالي ٤٣.١٨٪ من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٠ و ٣٩ عاماً أصيبوا بالخوف، وشعر ٢٨٪ من الفئة العمرية ٥٠-٥٩ بالذعر بسبب الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا في وسائل الإعلام. كما وجد أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو الأعلى في الفئة العمرية ٢٠-٢٩ عاماً تليها الفئة العمرية ١٠-١٩ عاماً. كما تبين أن نشر وسائل الإعلام لشائعات خلق شعوراً بالذعر بين عامة الناس.

وجاءت دراسة (Qazi& Others,2020) لتحليل وتقييم تأثير مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية في باكستان على الوعي الظرفي للجمهور للاعتماد على السلوكيات الوقائية الصحية مثل التباعد الاجتماعي أثناء فيروس كورونا COVID 19. وتم الاعتماد على نظرية السلوك المخطط TPB , وتم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها ٨٢ مفردة من الجمهور الباكستاني.

وأشارت نتائج الدراسة، إلى أن وقت أزمة فيروس كورونا تؤدي مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية دوراً مهماً في زيادة وعي الجماهير والتأثير المعرفي على تبني ممارسات التباعد الاجتماعي. كما أن زيادة الوعي في أوقات أزمة الصحة العامة باستخدام مصادر المعلومات الرسمية، يمكن أن تزيد بشكل كبير من تبني السلوك الصحي الوقائي.

وبحثت دراسة (عقل, ٢٠٢٠) في التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمدى إدراك المخاطر لدي المرأة المصرية، تحديد اتجاه التأثير بين سلوك التماس المعلومات الصحية خلال الأوبئة، ومستوي إدراك

المخاطر في المجتمع المصري، واختبار المتغيرات التي قد تؤثر في العلاقة بين هذين المتغيرين. واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الميداني، متمثلاً في المجتمع النسوي المصري، تم تطبيق الاستبيان الإلكتروني على عينة قدرها ٤٥٠ مفردة من النساء البالغات في المجتمع المصري.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة (٧٩%) من النساء عينة الدراسة تهتم بمتابعة كافة التفاصيل عن فيروس كورونا، وأن من أبرز المعلومات التي سعت النساء عينة الدراسة لمعرفة هي طرق الوقاية من الفيروس، ويتضح أن مستويات النوايا السلوكية التي تتخذها عينة الدراسة لمواجهة الفيروس قوية بنسبة (٦٣%). كما أوضحت عينة الدراسة شعورها بالخوف والذعر من الفيروس بنسبة (٥٩%). وهناك أثر ذي دلالة إحصائية لالتماس المعلومات لدي عينة الدراسة على إدراكهن للمخاطر من انتشار الفيروس. وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي الاهتمام بمتابعة أخبار فيروس كورونا ومستوي إدراك الخطر الجمعي. وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي الاهتمام بمتابعة أخبار فيروس كورونا وبين مستويات النوايا السلوكية التي تتخذها عينة الدراسة. وأخيراً، هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي مصداقية المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة وبين ومعدلات ثقة عينة الدراسة في أطراف الأزمة.

وجاءت دراسة (Moreno, Fuentes & Navarro, 2020) لتقييم كيفية تأثير أشكال المعلومات ومصادرها على سلوكيات البحث عن المعلومات لدى الجمهور، وفهم استراتيجيات الحكومة للاستجابة للأزمات أثناء الجائحة. تم إجراء استطلاع عبر الإنترنت، خلال الفترة من ١٤ مارس إلى ١٤ أبريل ٢٠٢٠م، أول أربعة أسابيع بعد إعلان حالة الطوارئ في إسبانيا. على الإنترنت، وتضمنت الأسئلة أسئلة تتعلق بسلوك البحث عن المعلومات، والثقة في مصادر المعلومات مختلفة، إدارة الاتصالات الحكومية، واعتمدت على عينة كرة الثلج تتكون من ٥٤٦ مفردة من المواطنين في إسبانيا.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الأفراد الذين يعتمدون بشكل أكبر على وسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية للحصول على معلومات حول أزمة كورونا COVID 19 لديهم اتجاهات إيجابية حول استراتيجية الاتصال الحكومية وإدارة الأزمة. أما الأفراد الأقل قدرة على تحديد مصدر المعلومات الحكومية هم الأكثر انتقاداً للاستجابة للأزمات، كما أظهرت أن انخفاض الثقة في السلطات مع تطور الأزمة.

وبحثت دراسة (المساوي، ٢٠٢٠) في رصد وتوصيف اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم تجاه فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، رصد المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعتهم لأخبار مستجدات انتشار وباء كورونا ومدى اعتمادهم عليها، والتعرف على درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا

المستجد، ودرجة ثقتهم فيها. وقامت الدراسة بتوظيف منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ممثلة للجمهور السعودي بلغ عددها ٤٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى تنوع المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار ومستجدات انتشار وباء كورونا، يتصدرها "تويتر"، ثم المواقع والصفحات الرسمية للدولة، يلي ذلك المواقع الإخبارية العربية، وفي الصحف الإلكترونية، ثم القنوات التلفزيونية على الإنترنت. وأخيراً، الفيس بوك، يختلف تقييم المبحوثين لنجاح حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل في المملكة العربية السعودية فذكر أغلبيتهم بنسبة ٦٩.٣% أن الحملات ممتازة، وأن أهم جوانب اهتمام المبحوثون بحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا هي الاهتمام بالجانب الإرشادي واتباع سلوكيات معينة لمواجهة الفيروس بنسبة ٧٤.٣%، كما كانت اتجاهات المبحوثون نحو تغطية وسائل الإعلام الجديدة لفيروس كورونا بنسبة ٩٢.٣% تساعدهم في معرفة كل جديد عن الفيروس وتوفر لهم المعلومات عن تطورات انتشار الفيروس. كما أشارت إلى أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي اهتمام المبحوثين بحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا وقوة دوافعهم لمتابعة هذه الحملات التوعوية. كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد ومدي ثقة المبحوثين في الوسائل الإعلامية التي تقدم هذه الحملات التوعوية.

**التعقيب على الدراسات السابقة:**

١- اهتمت الدراسات الأجنبية بقياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور أثناء أزمة فيروس كورونا (COVID-19) مثل دراسة (Wu & Shen, 2021)، ودراسة (Garg & Others, 2020). واقتصرَت الدراسات العربية على دراسة مدي اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الأزمات ودورها في تغيير سلوكهم واتجاهاتهم، ودراسة (عقل، ٢٠٢٠).

٢- اعتمدت الدراسات الميدانية السابقة على أداة الاستبيان الإلكتروني الذي وزع على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الدراسات التي طبقت خلال فترة أزمة كورونا.

٣- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- أ- وضع تصور عام للدراسة، من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المشكلة البحثية.
- ب- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة مشكلة البحثية محل الدراسة، وصياغتها وتحديد متغيراتها.

ج- أوضحت الدراسات السابقة للباحثة الأسلوب العلمي فى عرض الإجراءات المنهجية.

### ثانياً: المشكلة البحثية محل الدراسة وتساؤلاتها

فى ضوء الأهمية العالمية التى حظيت بها أزمة انتشار وباء فيروس كورونا المستجد (COVID-19) الذى اجتاح العالم بأكمله، وأثار أزمة عالمية على جميع الدول، وبالتالي أثر على جميع مؤسسات الدولة، وبصفة خاصة القطاع الصحى. تلعب إدارة العلاقات العامة فى الأزمات الصحى دور أساسى ومهم، وبدورها تؤدى لحدوث سيطرة على سلوك الأزمة، إذا تسهم فى مراقبة البيئة الخارجىة والداخلية للمؤسسة، الأمر الذى استوجب وجود حلقة وصل بين المؤسسة الصحىة وجمهورها، مما ألقى على عاتق العلاقات العامة إدارة الأزمة عبر سلسلة من الإجراءات للتواصل مع الجمهور.

وفى ضوء ما سبق تم تحديد مشكلة الدراسة فى ما مدي تعرض الجمهور بمحافظة سوهاج لحمالات العلاقات العامة بالقطاع الصحى للتوعية بأزمة كورونا، وبتعبير آخر، فإن مشكلة الدراسة تتمثل فى إيجاد إجابة على التساؤلات التالية:

١- التساؤلات الخاصة بالجمهور عينة الدراسة:

أ- ما مدي تعرض الجمهور عينة الدراسة لمضامين التوعية بفيروس كورونا التى قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحى بمحافظة سوهاج؟  
ب- ما أكثر الوسائل التى تعرض لها الجمهور عينة الدراسة لحمالات التوعية خلال أزمة كورونا؟

ج- ما مدي وعى الجمهور عينة الدراسة بفيروس كورونا (COVID-19)؟  
د- ما تقييم الجمهور عينة الدراسة لجهود العلاقات العامة فى إدارة أزمة كورونا المستجد؟

### ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق هدف رئيسى، وهو التعرف على مدي تعرض الجمهور بمحافظة سوهاج لحمالات العلاقات العامة بالقطاع الصحى للتوعية بأزمة كورونا. وينبثق من الهدف الرئيسى عدة أهداف فرعية وهى:

١. التعرف على أكثر الوسائل التى تعرض لها الجمهور بمحافظة سوهاج محل الدراسة لحمالات توعية خلال أزمة كورونا.
٢. التعرف على مدي وعى الجمهور بمحافظة سوهاج بفيروس كورونا (COVID-19)
٣. التعرف على تقييم الجمهور بمحافظة سوهاج لجهود العلاقات العامة بالقطاع الصحى محل الدراسة فى إدارة أزمة كورونا المستجد.

## رابعاً: أهمية الدراسة

### ١- الأهمية النظرية (العلمية) للدراسة:

أ- الوصول إلى دلالات علمية في مجال الدراسة تفيد الباحثين في القيام بامتدادات بحثية لهذا الموضوع.

ب- إثراء المكتبة العربية في مجال الإعلام بصفة عامة، والعلاقات العامة وإدارة الأزمات على وجه الخصوص، برؤية نظرية حول أهمية حملات التوعية التي تقوم بها العلاقات العامة في القطاع الصحي في مواجهة أزمة كورونا المستجد (COVID-19)، وهو الأمر الذي يعد إثراءً للمكتبة العربية وإضافة جديدة في هذا المجال، ويفتح آفاق مستقبلية للباحثين في هذا المجال.

### ٢- الأهمية التطبيقية (العملية):

أ- تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع، حيث أنه وباء اجتاح العالم بأكمله، وبالتالي كان له أثر على جميع مؤسسات الدولة بصفة عامة، وبصفة خاصة على إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي.

ب- رصد آراء واتجاهات الجمهور حول إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي لأزمة كورونا، الأمر الذي سيمكن من تطويرها لتحسين تلك الاتجاهات.

## خامساً: أهم المصطلحات العلمية المستخدمة في الدراسة:

### ١- الجمهور:

المفهوم الاصطلاحي للجمهور: يقصد به فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة، وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة (الشامي، ٢٠٠٠، ص ١٠٣). المفهوم الإجرائي للجمهور: المواطنين بمحافظة سوهاج من سن ١٨ سنة إلى أكثر من ٦٠ سنة.

### ٢- العلاقات العامة

المفهوم الاصطلاحي للعلاقات العامة: تُعرف العلاقات العامة في هذه الدراسة بأنها "وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلال المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها، من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها". (جودت، ٢٠٠٨، ص ١٧٥).

المفهوم الإجرائي للعلاقات العامة: هي وظيفة إدارية، يقوم بها مجموعة من ممارس العلاقات العامة المؤهلين والتي تسعى إلى تأسيس وإبقاء خطوط الاتصال بين المؤسسات القطاع الصحي بمحافظة سوهاج والجمهور فيساندوها في أزماتها

ويشجعونها في أهدافها. ويتلخص دور العلاقات العامة في إدارة أزمة كورونا في تقييم الضرر الناتج عن الأزمة بسرعة، وتجميع كل الحقائق والمعلومات المساعدة، وعرض هذه المعلومات على وسائل الإعلام المختلفة، من خلال الإجابة المستمرة على تساؤلاتهم وتحسين صورة القطاع الصحي بمحافظة سوهاج محل الدراسة.

**التوعية الصحية:** يقصد بها مجموعة الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقوم المؤسسات الصحية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع، بهدف رفع المستوي الصحي للمجتمع، والحد من انتشار الأمراض والأوبئة (حبوب، ٢٠١٥، ص ١٠٠)

### ٣- أزمة كورونا :

**المفهوم الاصطلاحي للأزمة Crisis :** الأزمة حدث يمثل تهديداً رئيسياً لا يمكن التنبؤ به، ويمكن أن يكون له تأثير سلبي على المؤسسة، إذا تم التعامل معه بشكل غير صحيح. (Wiley,2011,p.5)

**فيروس كورونا (كوفيد-١٩):** فيروسات كورونا (COVID-19)، هي مجموعة كبيرة من الفيروسات التي يمكن أن تصيب الحيوانات والبشر على حد سواء، حيث تسبب أمراض الجهاز التنفسي. ومرض (كوفيد-١٩) هو مرض معد، تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٩. وقد تحوّل كوفيد-١٩ الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم. (Who,int,2020)

**٥- القطاع الصحي The Health Sector:** يعرف بأنه المؤسسات العلاجية (حكومية، أو خاصة) المسؤولة عن تقديم الرعاية الصحية للمرضى، من خلال طاقم متخصص طبي ومختلف الإدارات بداخل المؤسسة الواحدة (يوسف، وآخرون، ٢٠٠٥، ص ٥٥، ٦٤)

### سادساً: نوع الدراسة ومنهجها

١- **نوع الدراسة:** تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة. (عبد الحميد، ٢٠٠٠، ص ١٣)

٢- **منهج الدراسة:** المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى حقيقة في العلم، أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة (الشيخ، ٢٠٠٣، ص ٣٢). وقامت الباحثة في هذه الدراسة باستخدام منهج المسح الوصفي، والذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات وتحليلها، وذلك بالتطبيق على الجمهور بمحافظة سوهاج . ويقوم منهج المسح الوصفي لوصف الأوضاع وشرح ما هو قائم. (عبد الحميد، ٢٠١٥، ص ٤٥)

## سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها

- **مجتمع الدراسة:** يقصد بمجتمع الدراسة Population هو المجتمع الأكبر أو المجتمع العام أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحثة دراستها لتحقيق نتائج الدراسة (الكامل، ٢٠٠١، ص١٢٣). وقامت الباحثة بتحديد مجتمع الجمهور بمحافظة سوهاج: المواطنين بمحافظة سوهاج، وقد بلغ عدد سكان المحافظة في يناير ٢٠٢٢م (٥٥٥٠١٥٥) نسمة<sup>(\*)</sup>. - بلغ عدد سكان الحضر (١٢١٧٧٣٦) نسمة، أي نسبة ٢٢%.
- بلغ عدد سكان الريف (٤٣٣٢٤١٧) نسمة، أي بنسبة ٧٨%.
- وبلغ عدد المواطنين من سن ١٨ سنة إلى أكثر من ٦٠ سنة (٣٢٧٨٦٥٠) ولقد لجأت الباحثة لمتغير السن، لتحديد من خلاله العينة حيث أن هذا المتغير يسمح بتمثيل كل الفئات التي لديها وعي بدور العلاقات العامة بالقطاع الصحي بمحافظة سوهاج، وذلك من سن ١٨ سنة : ٦٠ سنة فأكبر. واستمدت الباحثة البيانات الخاصة بمتغير السن لعينة الدراسة في الحضر والريف بمحافظة سوهاج، وذلك من الأرقام الخاصة بالتعداد السكاني لمحافظة سوهاج.
- وباستخدام المعادلة الرياضية لمعرفة نسبة سكان الحضر، وسكان الريف من عدد المواطنين من سن ١٨ إلى أكبر من ٦٠ سنة. نستخدم المعادلة التالي:
- $$\frac{\text{المجموع الكلي}}{100} \times \text{النسبة المئوية المطلوبة}$$
- أي أن سكان الحضر تبلغ نسبتهم من المواطنين من سن ١٨ إلى أكثر من ٦٠ سنة
- $$721303 = 22 \times 100 / 3278650$$
- وسكان الريف تبلغ نسبتهم
- $$2507347 = 78 \times 100 / 3278650$$
- واعتمدت الباحثة على سحب عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة تبلغ ٤٠٠ مفردة. فقد قامت بسحب ٢٢% من عينتها من سكان الحضر، و٧٨% من سكان الريف، وقد بلغ عدد العينات في الدراسة ما يلي:
- سكان الحضر:**  $88 = 22 \times 100 / 400$
- سكان الريف:**  $312 = 78 \times 100 / 400$

## ثامناً: أدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، لأن الاستبيان يعد من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح القائم عليه الدراسة الحالية، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد، يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد (عبد الحميد، ٢٠١٥، ص٣٥٣).

(\*) المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء - مديرية الصحة، يناير ٢٠٢٢م.



## تاسعاً: إجراءات الثبات والصدق لأدوات الدراسة:

١- إجراءات الثبات: يقصد بثبات Reliability أداة الدراسة، مدي الاتساق بين البيانات التي تجمع عن طريق إعادة تطبيق نفس المقياس على نفس الأفراد والظواهر وتحت نفس الظروف أو تحت ظروف متشابهة بدرجة مناسبة (حمزة، ٢٠٠٦، ص ٢٠). وللتأكد من ثبات استمارة الاستبيان، وللتأكد من ثبات مقاييس الاستبيان، تم الاعتماد على معامل ثبات ألفا كرونباخ، وفق نموذج ليكارت الثلاثي. يتضح أن معامل الثبات العام لاستبيان الجمهور مرتفع حيث بلغ (٠.٧٤٠).

٢- إجراءات الصدق: يقصد بصدق Validity أدوات القياس، قدرة الأدوات المستخدمة على قياس المقصود من قياسه (عبد الحميد، ٢٠٠٠، ص ٤٣٤)، وللتأكد من مصداقية أدوات القياس المستخدمة، تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في مجال العلاقات العامة والإعلام، والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم<sup>(\*)</sup>، وذلك بهدف التأكد من صلاحية الاستمارة لجمع البيانات، وبناءً على التعليمات التي قُدمت من الأساتذة المحكمين، قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي. وكذلك للتأكد الباحثة من صدق الاستبيان قامت بوضع سؤال يناقض الآخر.

## عاشراً: المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة الميدانية

تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام حزمة البرامج الإحصائية الجاهزة للعلوم الإنسانية والمعروفة اختصاراً باسم (Spss, V.20)، ولعرض النتائج تم اللجوء للجدول البسيطة والمركبة وجدول العلاقات الارتباطية، وإجراء التحليل والمعاملات الإحصائية المطلوبة والتي لها دلالة إحصائية مرتبطة بأهداف الدراسة وتساؤلاتها.

## الإطار النظري

العلاقات العامة كمنشآت واتصالات يمكن أن تكون خارجية أو داخلية. فالعلاقات العامة الخارجية تستهدف الجمهور الخارجي بالبيئة الخارجية، أما العلاقات العامة الداخلية فتستهدف العاملين داخل المؤسسة. وتعمل العلاقات العامة على ضرورة كسب ود الجمهور الذي تتعامل معه، والحصول على تأييده لسياساتها واستراتيجياتها، وذلك كله بإعلامه الإعلام الصادق الحقيقي (الجبالي، ٢٠١٦، ص ٤).

(\*) قائمة محكمي استمارة استبيان الجمهور: أ.د. حسنين طه: أستاذ إدارة الأعمال، والعميد السابق لكلية التجارة جامعة مدينة السادات. أ.م.د السيد السعيد: أستاذ العلاقات العامة المساعد، ووكيل كلية الإعلام جامعة المنوفية. أ.م.د رشاد حجازي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام جامعة الشروق. أ.م.د السيد لطفى: أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام بالجامعة العربية المفتوحة.

## ١- العلاقات العامة والجمهور الخارجي للمؤسسة

الجمهور الخارجي للمؤسسة External Public: يشمل كل من سيتلقي الرسالة الاتصالية التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي (خضر، ٢٠١٣، ص ٥٥). وهو الجمهور المستفيد من خدمات أو منتجات المؤسسة، وهم جوهر عمل المؤسسة (عليان، سلامة، ٢٠٢٠، ص ٣٠٧). وهذا يعني أننا سنجد نوعين من الجمهور الخارجي، هما: (خضر، ٢٠١٣، ص ٥٥)

- **الجمهور الخارجي المباشر:** وهو المُستهدف من الرسالة التي يقوم أخصائي العلاقات العامة بتوجيهها إليه، وهو الزبون الذي سيتلقي الخدمة أو الذي سيستهلك المنتج.

- **الجمهور الخارجي غير المباشر:** يشمل هذا الجمهور المؤسسات الحكومية والخاصة، والمستفيدين المتوقعين مستقبلاً، والمجتمع بشكل عام. لذا يجب التعامل معه على النحو التالي: إقامة علاقة متبادلة بينهم وبين المؤسسة، والموازنة بين مصالحهم ومصالح المؤسسة، وكسب رأيهم العام عن طريق تقديم خدمات أو منتجات متميزة، حسن التعامل، وكسب ثقتهم من خلال ترجمة السياسات إلى أعمال، ومعرفة آرائهم نحو خدمات ومنتجات المؤسسة. (عليان، سلامة، ٢٠٢٠، ص ٣٠٧)

وهناك اعتبارات رئيسية لإدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات الصحية في المؤسسات منها: مراعاة الدقة والمعلومات الصحيحة في مراحل الأزمة، وأهمية وجود متحدث رسمي باسم المؤسسة للتعامل مع المؤسسة، ومراعاة عنصر الوقت في التعامل الإعلامي مع الأزمة لتوفير المعلومات في التوقيت المناسب في مراحل الأزمة، واستخدام تكنولوجيا الاتصال المختلفة، سواء من خلال موقع المؤسسة أو البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي. (عيد، ٢٠١٧، ص ٧٧)

وتسعي العلاقات العامة عن طريق تقديم الحملات والبرامج الصحية والطبية، إلى نشر السلوك الصحي الصحيح وتعزيز الوعي الصحي بين أفراد المجتمع، عن طريق: إلمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوي الصحي في مجتمعهم، وفهم واستيعاب أفراد المجتمع عن طريق حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم، عن طريق اتباعهم الإرشادات الصحية والعادات الصحية السليمة، وتعريف أفراد المجتمع بالخدمات الصحية الأساسية في مجتمعهم وكيفية الانتفاع منها. (حسين، ٢٠٢١، ص ٦٦١)

وأن أهداف العلاقات العامة وأنشطتها موزعة على كافة الخدمات والاتصالات للمستشفى الداخلية والخارجية، وهي تمثل علاقة اعتمادية تبادلية بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي للمستشفى في المجتمع المحيط به، الأمر الذي استخدمه أحد المفكرين، في الاستدلال على أهمية أهداف خدمات العلاقات العامة "إنها ضمير المؤسسة"، فهي كالجهاز الحساس الذي يقدم خدمات ذات درجة

حساسية عالية، يتشعر احتياجات الرأي العام نحو كل قرار تصدره المستشفى. وكذلك تكون العلاقات العامة على علاقة اتصال مباشر بالجمهور الداخلي من العاملين في المستشفى. حيث يتم شرح السياسات العمالية والإنتاجية لهم، بهدف اطلاعهم واقناعهم وكسب تأييدهم للمستشفى، وبالتالي تحفيزهم على العمل. (شعيب، ٢٠١٤، ص ٢٠١). وأيضاً للعلاقات العامة بالقطاع الصحي دور في التوعية الصحية، وخاصة في حالة انتشار الأوبئة.

وتري الباحثة، أن الحاجة إلى العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، زادت في أوقات الأزمات خاصة، بعد تفشي فيروس كورونا في دول العالم وقد صُنفت بالجائحة، بسبب سرعة انتشاره في دول العالم، مما اضطر دول العالم لاتخاذ إجراءات وقائية وعلاجية صارمة للحد من انتشاره، الأمر الذي استوجب وجود حلقة وصل بين المؤسسة الصحية وجمهورها، مما ألقى على عاتق العلاقات العامة إدارة الجائحة، عبر سلسلة من الإجراءات الاستثنائية للتواصل مع الجمهور.

**نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية ومناقشتها وتفسيرها:**

أولاً: توصيف خصائص عينة الدراسة من الجمهور  
١- توصيف خصائص عينة الدراسة من حيث النوع:

جدول (١)

توصيف عينة الدراسة من الجمهور من حيث النوع

النسبة المئوية	التكرار	نوع عينة الدراسة
29.5	118	ذكر
70.5	282	أنثي
١٠٠	٤٠٠	المجموع

ومن خلال بيانات الجدول السابق، فيما يتعلق بتوصيف عينة الدراسة من حيث النوع يتضح أن نسبة الإناث في عينة الدراسة جاءت بنسبة (٧٠.٥%)، بينما جاءت نسبة تمثيل الذكور (٢٩.٥%). وتعزو الباحثة ارتفاع نسبة تمثيل الإناث في عينة الدراسة إلى أن هذه هي النسبة الطبيعية لفئات المجتمع من حيث النوع.

## ٢-توصيف خصائص عينة الدراسة من حيث السن جدول (٢)

### توصيف عينة الدراسة من الجمهور من حيث السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
46.0	184	من ١٨ إلى أقل من ٣٥ سنة
19.0	76	من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة
35.0	140	من ٥٠ سنة فأكثر
١٠٠	٤٠٠	المجموع

من خلال بيانات الجدول السابق، فيما يتعلق بتوصيف عينة الدراسة من حيث السن يتضح أن نسبة (٤٦%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة تقع أعمارهم في الفئة من ١٨ : أقل من ٣٥ سنة وذلك في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية نسبة الأفراد الذين تقع أعمارهم في الفئة من ٥٠ فأكثر بنسبة (٣٥%)، وفي المرتبة الثالثة تأتي نسبة الأفراد الذين تقع أعمارهم في الفئة من ٣٥ : أقل من ٥٠ سنة وذلك بنسبة (١٩%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة.

### ٣-توصيف خصائص عينة الدراسة من حيث محل الإقامة

#### جدول (٣)

### توصيف عينة الدراسة من الجمهور من حيث محل الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	محل الإقامة
78	312	ريف
22.0	88	حضر
١٠٠	٤٠٠	المجموع

وتشير بيانات الجدول السابق، المتعلقة بوصف عينة الدراسة من حيث محل الإقامة إلى أن نسبة (٧٨%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة يسكنون في الريف، وذلك في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية نسبة الأفراد الذين يسكنون في الحضر وذلك بنسبة (٢٢%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة. ويرجع ذلك إلى أن النسبة الأكبر من سكان محافظة سوهاج في الريف.

ثانياً: النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة الميدانية للجمهور

١- مدى تعرض الجمهور عينة الدراسة لمضامين التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي بمحافظة سوهاج

جدول (٤)

تعرض الجمهور عينة الدراسة لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي بمحافظة سوهاج

الدالة	مستوى المعنوية	كا	النسبة المئوية	التكرار	مدى تعرض الجمهور لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي
دالة	.٠٠٠	٤٩.٠٠	٦٠.٢٥	٢٤١	نعم
			٢٩.٧٥	١١٩	أحياناً
			١٠.٠٠	٤٠	لا
			%١٠٠	٤٠٠	المجموع

يتبين من بيانات الجدول السابق، والمتعلقة بمدى تعرض أفراد العينة لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة حيث جاءت (نعم) بنسبة (٦٠.٢٥%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة يتعرضون بصفة مستمرة لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة، وذلك في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية نسبة الأفراد الذين يتعرضون (أحياناً) وذلك بنسبة (٢٩.٧٥%). وفي المرتبة الثالثة والأخيرة تأتي نسبة الأفراد الذين (لا) يتعرضون لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة بسوهاج وذلك بنسبة (١٠%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة. وتري الباحثة أن هذا يدل على ارتفاع نسبة تعرض عينة الدراسة لحمات التوعية التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي بمحافظة سوهاج. كما تبين أن قيمة كا<sup>٢</sup> (٤٩.٠٠) عند مستوي معنوية (.٠٠٠) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية. حيث يدل على ارتفاع نسبة تعرض الجمهور عينة الدراسة لحمات التوعية بفيروس كورونا التي قامت بها إدارة العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة، وذلك لخطورة الأزمة وزيادة عدد الإصابات والوفيات.

٢- أكثر الوسائل التي تعرض من خلالها الجمهور لحملات التوعية من قبل المؤسسات الصحية خلال أزمة كورونا

جدول (٥)

أكثر الوسائل التي تعرض من خلالها الجمهور لحملات التوعية من قبل المؤسسات الصحية خلال أزمة كورونا محل الدراسة

الدالة	مستوى المعنوية	كا <sup>٢</sup>	النسبة المئوية	التكرار	أكثر وسائل التي تعرضت من خلالها حملات التوعية من قبل المؤسسات الصحية خلال أزمة كورونا
دالة	.٠٠٠	٨٣.٠٥	٦٧.٧٧	٢٤٤	الصفحات الخاصة بالمؤسسات الصحية "المستشفيات" عبر وسائل التواصل الاجتماعي
			٤٠	١٤٤	القوافل الميدانية في الأسواق والأماكن العامة
			٢٣.٣٣	٨٤	الملصقات والإرشادات داخل المستشفى
			%١٠٠	٣٦٠	المجموع

من خلال بيانات الجدول السابق، والمتعلقة بأكثر الوسائل التي تعرضت من خلالها عينة الدراسة لحملات التوعية من قبل المؤسسات الصحية خلال أزمة كورونا محل الدراسة إلى أن الصفحات الخاصة بالمؤسسات الصحية "المستشفيات" عبر وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧.٧٧%) من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة، يليها في المرتبة الثانية نسبة الأفراد الذين يتعرضون للقوافل الميدانية في الأسواق والأماكن العامة وذلك بنسبة (٤٠%)، ثم في المرتبة الثالثة نسبة الأفراد الذين يتعرضون للملصقات والإرشادات داخل المستشفى وذلك بنسبة (٢٣.٣٣%)، من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة. كما تبين أن قيمة كا<sup>٢</sup> (٨٣.٠٥) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية.

وترجع الباحثة هذا لدور وسائل التواصل الاجتماعي "فيس بوك" وأهميته في مجال العلاقات العامة لتواصل الجمهور مع المؤسسات الصحية. واتفقت مع نتيجة دراسة (Garg&Others,2020) التي جاءت للتعرف على دور وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور أثناء جائحة فيروس كورونا في شمال الهند، وأظهرت نتائجها أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كان الأعلى قبل وأثناء فترة الحظر.

### ٣- مدي وعي الجمهور عينة الدراسة بفيروس كورونا (COVID-19) أ- مدي توافر معلومات لدي الجمهور عينة الدراسة حول فيروس كورونا

جدول(٦)  
مدي توافر معلومات لدي الجمهور عينة الدراسة حول فيروس كورونا

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرارات والنسب المئوية	العبارات
٣	موافق	82.5	0.6012	2.475	360	191	149	20	%	استخدام الكحول والمطهرات يقضي على فيروس كورونا
					%100	%53.1	%41.4	%5.6	%	
٨	محايد	67.9	0.7436	2.036	360	106	161	93	%	لدي نقص في المعلومات حول فيروس كورونا ومستجداته أثناء الأزمة يعد فيروس كورونا أخطر مرض مر على مصر والعالم
					%100	%29.4	%44.7	%25.8	%	
٩	محايد	66.9	0.8672	2.006	360	136	90	134	%	انتشار كثير من الشائعات حول فيروس كورونا من بداية الأزمة وحتى الآن أعتقد أن نسبة الإصابة به أكثر مما أعلن عنه
					%100	%37.8	%25.0	%37.2	%	
١	موافق	84.8	0.6047	2.544	360	217	122	21	%	نسبة إصابة الناس به بسيطة
					%100	%60.3	%33.9	%5.8	%	
٢	موافق	84.3	0.6458	2.528	360	220	110	30	%	التباعد الاجتماعي لن يحمي من الإصابة بالفيروس
					%100	%61.1	%30.6	%8.3	%	
١٠	غير موافق	51.5	0.7562	1.544	360	58	80	222	%	التطعيم ضد الفيروس يحمي من الإصابة منه
					%100	%16.1	%22.2	%61.7	%	
٦	محايد	70.1	0.7778	2.103	360	129	139	92	%	الخدمات الصحية في سوهاج لن تتحمل مواجهة الفيروس
					%100	%35.8	%38.6	%25.6	%	
٥	محايد	73.7	0.7574	2.211	360	149	138	73	%	فيروس كورونا ليس له علاج حتى الآن
					%100	%41.4	%38.3	%20.3	%	
٤	محايد	77.0	0.7706	2.311	360	180	112	68	%	وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.١٨٢، بانحراف معياري بلغ ٠.٧٣٤٩، وبوزن نسبي ٧٢.٧٦، والاتجاه العام للمقياس محايد
					%100	%50.0	%31.1	%18.9	%	
٧	محايد	68.9	0.8251	2.067	360	135	114	111	%	وقد بلغت قيمة ٢١ المحسوبة ١٢.٤٦ عند مستوى دلالة ١.٨٨. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.
					%100	%37.5	%31.7	%30.8	%	

من خلال بيانات الجدول السابق، والمتعلقة بمدي توافر معلومات لدي أفراد العينة حول فيروس كورونا (COVID-19)، وأن المتوسط الحسابي للمقياس ككل (٢.١٨٢)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧٣٤٩)، وبوزن نسبي ٧٢.٧٦، والاتجاه العام للمقياس محايد. كما تبين أن قيمة ٢١ المحسوبة ١٢.٤٦ عند مستوى دلالة ١.٨٨. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وتري الباحثة أن هذا يعد مؤشراً على اعتماد الجمهور عينة الدراسة على الصفحات الخاصة بالقطاع الصحي محل الدراسة بهدف تخفيف حدة الغموض والقلق، وهذا يدل على رغبة الجمهور في فهم ما يدور عن فيروس كورونا، وجاء انتشار كثير من الشائعات حول فيروس كورونا من بداية الأزمة وحتى الآن جاءت في المرتبة الأولى ويرجع هذا لكثرة الشائعات حول عدد الإصابات وعدد الوفيات واهتمام الجمهور ببيان وزارة الصحة بصفة عامة، وما تنشره المؤسسات الصحية عن الوضع الصحي بسوهاج بصفة خاصة. واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Qazi&Others,2020) أن وقت أزمة فيروس كورونا تؤدي مصادر المعلومات الرسمية دوراً مهماً في زيادة وعي الجماهير والتأثير المعرفي على.

وأيضاً اتفقت مع نتيجة دراسة (عقل، ٢٠٢٠) التي أوضحت أن نسبة (٧٩%) من النساء عينة الدراسة تهتم بمتابعة كافة التفاصيل عن فيروس كورونا.  
ب- أهم الطرق السلوكية التي اتبعتها الجمهور عينة الدراسة للوقاية من فيروس كورونا

جدول (٧)

أهم الطرق السلوكية التي اتبعتها الجمهور عينة الدراسة للوقاية من فيروس كورونا

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرارات والنسب المئوية	العبارات
١	موافق	92.7	0.4277	2.781	360	283	75	2	التكرار	ارتداء الكمامات
					%100.0	%78.6	%20.8	%0.6	النسبة المئوية	
٢	موافق	91.8	0.4691	2.753	360	277	77	6	التكرار	غسل اليدين جيداً، واستعمال الكحول
					%100.0	%76.9	%21.4	%1.7	النسبة المئوية	
٤	موافق	84.9	0.5615	2.547	360	209	139	12	التكرار	الالتزام بالعزل المنزلي قدر الإمكان
					%100.0	%58.1	%38.6	%3.3	النسبة المئوية	
٣	موافق	88.6	0.4978	2.658	360	241	115	4	التكرار	التباعد الاجتماعي أثناء التواجد في الأماكن العامة
					%100.0	%66.9	%31.9	%1.1	النسبة المئوية	
٦	محايد	61.7	0.8574	1.85	360	109	88	163	التكرار	لا احتاج لأي طرق وقاية، الموضوع بسيط
					%100.0	%30.3	%24.4	%45.3	النسبة المئوية	
٥	موافق	84.4	0.6914	2.533	360	233	86	41	التكرار	الاهتمام بأخذ التطعيم
					%100.0	%64.7	%23.9	%11.4	النسبة المئوية	
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٥٢٠، بانحراف معياري بلغ ٠.٥٨٤١، وبوزن نسبي ٠.٨٤٠١، والاتجاه العام للمقياس موافق										
وقد بلغت قيمة ٢١٤ المحسوبة ٧.٧٨٠ عند مستوى دلالة ٠.١٦٩. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.										

من خلال بيانات الجدول السابق، أن المتوسط الحسابي للمقياس ككل (٢.٥٢٠)، بانحراف معياري بلغ (٠.٥٨٤١)، وبوزن نسبي ٠.٨٤٠١، والاتجاه العام للمقياس موافق. واتضح أن قيمة ٢١٤ المحسوبة ٧.٧٨٠ عند مستوى دلالة ٠.١٦٩. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وتري الباحثة أن ذلك يعطي مؤشراً على أهمية دور العلاقات العامة في توعية الجمهور بالسلوكيات الصحيحة للتعامل مع فيروس كورونا، ويرجع هذا إلى حالة خوف وذعر الجمهور من الإصابة بالفيروس، مما جعله يبحث عن السلوكيات التي يجب اتباعها للحماية منه، لذلك جاء في المرتبة الأولى "ارتداء الكمامات"، يليها في المرتبة الثانية غسل اليدين جيداً واستعمال الكحول، يليها في المرتبة الثالثة التباعد الاجتماعي أثناء التواجد في الأماكن العامة، بينما جاء في المرتبة الخامسة الاهتمام بأخذ التطعيم، وترجع الباحثة ذلك إلى عدم ووعي الجمهور عينة الدراسة بأهمية التطعيم ضد فيروس كورونا.



اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Wu&shen, 2021) حيث توصلت نتائجها إلى اعتمد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن جائحة كورونا ومعرفة السلوكيات الصحية السليمة.  
ج- مدى طمأنة الجمهور عينة الدراسة خلال أزمة كورونا

جدول (٨)

مدى طمأنة الجمهور عينة الدراسة خلال أزمة كورونا

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرارات والنسب المئوية	العبارات
١	موافق	82.8	0.6798	2.483	360	212	110	38	التكرار	اشعر أن أزمة كورونا فترة وستمر
					%100.0	%58.9	%30.6	%10.6	النسبة المئوية	
٥	محايد	73.4	0.7579	2.203	360	147	139	74	التكرار	اشعر بطمأنة خلال متابعة الوضع الصحي بسوهاج خلال الأزمة
					%100.0	%40.8	%38.6	%20.6	النسبة المئوية	
٤	محايد	74.2	0.7771	2.225	360	158	125	77	التكرار	اعتقد أن التطعيم ضد فيروس كورونا سيقضي عليه
					%100.0	%43.9	%34.7	%21.4	النسبة المئوية	
٣	موافق	79.8	0.6676	2.394	360	179	144	37	التكرار	اعتقد أن هناك شائعات وأخبار كاذبة لإثارة الذعر
					%100.0	%49.7	%40.0	%10.3	النسبة المئوية	
٢	موافق	82.7	0.6419	2.413	360	203	128	29	التكرار	اشعر بالذعر من تزايد أعداد الإصابة بفيروس كورونا
					%100.0	%56.4	%35.6	%8.1	النسبة المئوية	
٦	محايد	60.6	0.8002	1.817	360	88	118	154	التكرار	سيصيب فيروس كورونا كل الناس
					%100.0	%24.4	%32.8	%42.8	النسبة المئوية	
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٢٥٥، بانحراف معياري بلغ ٠.٧٢٠٧، وبوزن نسبي ٧٥.٥٨، والاتجاه العام للمقياس محايد وقد بلغت قيمة كا المحسوبة ٤.٦٤ عند مستوى دلالة ٤.٦١. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.										

وتشير البيانات المعروضة بالجدول السابق، والاتجاه العام حول العبارة محايد، وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل (٢.٢٥٥)، بانحراف معياري بلغ (٠.٧٢٠٧)، وبوزن نسبي (٧٥.٥٨%)، والاتجاه العام للمقياس محايد. وتبين أن قيمة كا المحسوبة ٤.٦٤ عند مستوى دلالة ٤.٦١. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الأحداث وخطورتها وهو أمر طبيعي نظراً لضخامة الأزمة وقلق الباحثين والذعر من سرعة انتشار الفيروس وكثرة عدد الإصابات والوفيات.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عقل، ٢٠٢٠) التي بحثت في التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمدي ادراك المخاطر لدي المرأة المصرية، وأوضحت عينة الدراسة، شعورهم بالخوف والذعر من الفيروس بنسبة (٥٩%)، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة (Garg&Others,2020) التي عبر فيها الباحثون عن قلقهم الناجم عن الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا من خلال وسائل الإعلام، حوالي (٤٣.١٨%) من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين (٣٠ : ٣٩) عاماً أصيبوا بالخوف، وشعر (٢٨%) من الفئة العمرية (٥٠ : ٥٩) بالذعر بسبب الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا في وسائل الإعلام.

## ٤- تقييم الجمهور لجهود العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة في إدارة أزمة كورونا

جدول (٩)

تقييم الجمهور لجهود العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة في إدارة أزمة كورونا

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرارات والنسب المئوية	العبارات
٥	موافق	87.0	0.619	2.611	360	246	88	26	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج التوعية اللازمة عن فيروس كورونا وطرق انتقاله، وأعراضه
					%100	%68.3	%24.4	%7.2	%	
٨	موافق	84.7	0.5957	2.542	360	214	127	19	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بنشر أرقام خاصة بها للتواصل مع الحالات المصابة بالفيروس
					%100	%59.4	%35.3	%5.3	%	
٣	موافق	88.0	0.5759	2.639	360	248	94	18	التكرار	نشرت المؤسسات الصحية الأماكن الخاصة بالعزل الصحي
					%100	%68.9	%26.1	%5.0	%	
٦	موافق	86.4	0.6177	2.592	360	238	97	25	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بنشر بروتوكول العلاج الخاص بفيروس كورونا
					%100	%66.1	%26.9	%6.9	%	
٧	موافق	86.0	0.6282	2.581	360	236	97	27	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بالتوعية بأهمية العزل المنزلي للحالات المصابة
					%100	%65.6	%26.9	%7.5	%	
٢	موافق	88.3	0.5875	2.65	360	255	84	21	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بالتوعية بالإجراءات الاحترازية اللازمة للوقاية من فيروس كورونا
					%100	%70.8	%23.3	%5.8	%	
٤	موافق	87.7	0.5968	2.631	360	249	89	22	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بالتوعية بأهمية التطعيم ضد فيروس كورونا
					%100	%69.2	%24.7	%6.1	%	
١	موافق	90.5	0.5624	2.714	360	277	63	20	التكرار	قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بنشر أماكن التطعيم ضد فيروس كورونا
					%100	%76.9	%17.5	%5.6	%	
<p>وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٦٠٢، بالانحراف المعياري بلغ ٠.٦٠٤٠، وبوزن نسبي ٨٦.٧٣، والاتجاه العام للمقياس موافق وقد بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٢٧٣. عند مستوى دلالة ٠.٩٢٤، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥.</p>										

يتضح من خلال البيانات المعروضة بالجدول السابق، والمتعلقة بتقييم أفراد العينة لجهود العلاقات العامة بالقطاع الصحي محل الدراسة في إدارة أزمة كورونا، أن المتوسط الحسابي للمقياس ككل (٢.٦٠٢)، بالانحراف المعياري بلغ (٠.٦٠٤٠)، وبوزن نسبي (٨٦.٧٣%)، والاتجاه العام للمقياس موافق. وتبين أن قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٢٧٣. عند مستوى دلالة ٠.٩٢٤. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وتري الباحثة أن ذلك يدل على اهتمام الجمهور بجهود التوعية من المؤسسات الصحية خاصة وقت الأزمات الصحية، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة قامت المؤسسات الصحية بمحافظة سوهاج بنشر أماكن التطعيم ضد فيروس كورونا، يليها عبارة قامت المؤسسات الصحية محل الدراسة بالتوعية بالإجراءات الاحترازية اللازمة للوقاية من فيروس كورونا.

### توصيات الدراسة

١. التأكيد على دور العلاقات العامة بالقطاع الصحي في جميع المستشفيات الحكومية والخاصة، وذلك بإنشاء إدارة العلاقات العامة بكل مستشفى، ويمتد دوره بالمشاركة في اتخاذ القرارات.
٢. تخصيص ميزانية تكفي لتنفيذ حملات التوعية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في القطاع الصحي، خاصة وقت الأزمات.

٣. ضرورة الاستفادة من تقنيات الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة الازمات الصحية التي تواجهها، وذلك عن طريق التطوير المستمر لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمستشفى، وكذلك تحديد خط ساخن خاص بالمستشفى للتواصل مع الجمهور، والاستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية.
٤. توصي الباحثة وزارة الصحة والسكان أن تسهل على الباحثين الوصول إلى المعلومات والبيانات اللازمة لدراساتهم، وبناءً عليه يستطيع الباحث الوصول إلى الحقيقة كاملة.

### المراجع:

### المراجع باللغة العربية:

١. الجبالي، حمزة (٢٠١٦). مهارات وفن إدارة العلاقات العامة وخدمة الزبائن. القاهرة: دار عالم الثقافة للنشر.
٢. الشامي، لبنان (٢٠٠٠). العلاقات العامة، المبادئ والأسس العلمية. الأردن: دار اليازورني العلمية للنشر والتوزيع.
٣. الشيخ، صلاح الدين (٢٠٠٣). منهجية العلوم الاجتماعية. الجزائر: دار العلوم.
٤. الكامل، فرج (٢٠٠١). بحوث الإعلام و الرأي العام، تصميمها وإجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات.
٥. المساوي، محمد طلال (٢٠٢٠). اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد ف نشر الوعي الصحي لديهم، دراسة ميدانية بالتطبيق على الأزمة الصحية لفيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩). المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العدد العشرون. ص ١٤١: ١٩٧.
٦. جودت، ناصر محمد (٢٠٠٨). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة. الأردن، ط ١، دار جدولاي للنشر والتوزيع.
٧. حمزة، كريم محمد (٢٠٠٦). تحليل مضمون الخطاب الاتصالي، سوسيولوجيا فهم الآخر. بغداد: كلية الإعلام جامعة بغداد.
٨. حسين، على كريم (٢٠٢١). حملات التوعية الصحية في العلاقات العامة. مجلة الدراسات المستدامة، السنة الثالثة، المجلد الثالث، العدد الثالث، ملحق ٣.
٩. خضر، إبراهيم خليل (٢٠١٣). مهارات الاتصال، ط ١. فلسطين: دار الجندي للنشر والتوزيع.
١٠. شعيب، محمد عبد المنعم (٢٠١٤). إدارة المستشفيات: منظور تطبيقي، إدارة الخدمات الإدارية الطبية، هيئة الإمداد والتموين بالقوات المسلحة، الجزء الخامس.
١١. عبد الحميد، محمد (٢٠١٥). مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
١٢. \_\_\_\_\_ (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
١٣. عبيدات، محمد، وآخرون (١٩٩٩). منهجية البحث العلمي. عمان، ط ٢، دار وائل للطباعة والنشر.

١٤. عقل، نشوة سليمان (٢٠٢٠). التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمدي ادراك المخاطر لدي المرأة المصرية. *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*. العدد الرابع والخامسون. الجزء الرابع. ذو القعدة ١٤٤١هـ، يوليو ٢٠٢٠م. ص ٢٠٣٧ : ٢٠٩٢.
١٥. عليان، ربحي مصطفى، سلامة، عبالحافظ (٢٠٢٠). إدارة مراكز مصادر التعلم. الأردن: دار اليازورني العلمية للنشر والتوزيع.
١٦. عيد، مني محمد (٢٠١٧). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دراسة ميدانية على أزمة المرور في المنصورة. رسالة ماجستير. قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
١٧. يوسف، إسماعيل، وآخرون (٢٠٠٥). الحالة الصحية والخدمات الصحية في مصر، دراسة تحليلية للوضع الراهن ورؤي مستقبلية. القاهرة: برنامج السياسات والنظم الصحية، جمعية التنمية الصحية والبيئية.

#### المراجع باللغة الإنجليزية:

1. Garg, Himani, Chauhan, Anjali& Bhatia, Manisha (2020). Role of mass media and it's impact on general public during coronavirus disease 2019 pandemic in North India: An online assessment. **Indian Journal of Medical Sciences**. Vol.73(1):Pp.21-5.
2. Moreno ,Ángeles, Fuentes, Cristina, & Navarro, Cristina (2020). Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation. **El Profesional de la Información**. Vol.29(4), P.p 1: 16.
3. Qazi, Atika, Qazi, Javaria& Naseer, Khulla (2020). Analyzing situational awareness through public opinion to predict adoption of social distancing amid pandemic COVID-19. **Journal of Medical Virology**. Pp.849: 855.
4. Wu, Yi &shen, Fei (2021). Exploring the impacts of media use and media trust on health behaviors during the COVID-19 pandemic in China. **Journal Of Health Psychology**. First Published March 1, 2021.
5. Wiley, John (2011). **Risk and Crisis Communications: Methods and Messages**, First Edition. Pamela (Ferrante) Walaski.