

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

د. ساره فايز عبد المسيح طوس (*)

The Communication Strategies of World Health Organization for the Covid-19 Crisis Management Analytical study on The Press Conference

Abstract

The study aimed to determine the communication strategies used in the communication management of Covid-19 crisis through press conference that organized by the World Health Communication, and evaluate the role of WHO at The Covid-19 crisis management through press conferences.

The study depended on the survey methodology with analytical method, and the study was applied at a sample of 105 press conferences, it also was conducted within the framework of the situational crisis communication theory (SCCT).

The results of the study reveal that:

- 1- The WHO relied on the strategy of building image and protecting the reputation through the three stages of the Covid-19 crisis.
- 2- The chairman of WHO was keen to preside on press conferences and presentation all information about Covid-19 crisis development.
- 3- The organization hasn't concerned with some people groups as elderly people, chronic diseases, children and women.
- 4- The WHO used interactive tools at the Covid-19 crisis management, especially on rising stage.

(*) مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة.

مقدمة

يواجه العالم جائحة الكوفيد ١٩ منذ إعلان منظمة الصحة العالمية في ٣٠ يناير ٢٠٢٠ بأن فيروس الكورونا المستجد يشكل جائحة صحية تسبب قلقاً دولياً، وعلى جميع دول العالم إتخاذ التدابير الصحية والحذر لتتبع فيروس الكورونا المستجد، وترجع بداية ظهور فيروس الكورونا المستجد في نهاية العام ٢٠١٩ بمدينة ووهان الصينية.

ويتسم فيروس الكورونا المستجد بطبيعة جينية مختلفة عن سلالة فيروسات الكورونا الأخرى حيث يتسم بسرعة الانتشار وانتقال العدوى بين البشر عن طريق الاتصال المباشر، وتتشابه أعراض الإصابة بالكوفيد ١٩ مع أعراض نزلات البرد العادية ولكن قد تتطور الإصابة إلى حدوث إلتهاب حاد في الرئتين وفشل في التنفس مما يؤدي إلى الوفاة في أحيان كثيرة.

ونتيجة لطبيعة الفيروس الغامضة وغير المعروفة لدى منظمة الصحة العالمية تزايدت حالات الإصابة والوفيات بالكوفيد ١٩ حول العالم مما تسبب في ارتباك العديد من الدول الغنية والفقيرة والمتوسطة على حد سواء وإنهاك الأنظمة الصحية أمام جائحة الكوفيد ١٩، واتخذت دول العالم العديد من القرارات تشمل فرض الحجر الصحي، ووقف حركة النقل الجوي والبري والبحري، وتسريح نسبة كبيرة من العمالة في المصانع والشركات، وتعطيل الدراسة والأنشطة الاجتماعية والدينية تجنباً لانتشار العدوى والحد من ارتفاع نسب الإصابات والوفيات حول العالم وأيضاً لإيجاد الوقت الكافي للوصول إلى دواء فعال لعلاج الكوفيد ١٩.

ولأن أزمة الكوفيد تسببت في العديد من المصائب والوفيات حول العالم فإن عملية اتصال منظمة الصحة العالمية بجمهور المنظمة وأصحاب المصلحة ووسائل الإعلام في وقت الأزمة له تأثير كبير في توفير المعلومات الخاصة بطبيعة الأزمة والحفاظ على مصداقيتها وصورتها الذهنية ومواجهة المعلومات الخاطئة وتصحيحها.

وتأتي الاستجابة للأزمة من الناحية الاتصالية كأحد الجوانب الأساسية في إدارة الأزمة، ويتوقف نجاح المنظمة في إدارة الأزمة على استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة لطبيعة الأزمة، وتوظيفها في مراحل الأزمة الثلاث (مرحلة التأهب، ومرحلة التصاعد، ومرحلة الانحسار المؤقت).

ويعتبر المؤتمر الصحفي من أكثر الأنشطة الإعلامية التي تستعين بها المنظمات والمؤسسات في إدارة الأزمة اتصالياً ومن ثم قامت منظمة الصحة العالمية بإدارة أزمة

الكوفيد ١٩ "إتصالياً" من خلال المؤتمر الصحفي حيث حرصت المنظمة على دعوة الصحفيين والمراسلين وأيضاً الخبراء في مجال الصحة للمشاركة في المؤتمرات الصحفية الخاصة بجائحة الكوفيد ١٩ .

مشكلة الدراسة

تشكل إدارة الأزمة من أيديولوجية المنظمة ورؤيتها وأهدافها وحجم أنشطتها ونوعية جمهورها، ويبرز دور المنظمة في إدارة الأزمات التي تواجهها كلما كانت الأزمات ذات تأثير على العديد من الأطراف، وكلما كانت المنظمة تشغل دوراً دولياً كلما عظم من حجم الأزمة التي تواجهها وكلما تأثر عدد كبير من الجمهور من تداعيات الأزمة.

وتدير المنظمات والمؤسسات الأزمات "اتصالياً" من منطلق متغيري التحدي والاستجابة فيقدر استجابة المنظمة للتحديات التي تسببت فيها الأزمة بقدر ما تحققه من نجاحات في إحتواء الأزمة اتصالياً ومساعدة جمهور المنظمة على تجاوز الأزمة.

ومن ثم جاءت إشكالية الدراسة من خلال متابعة الباحثة لأزمة الكوفيد ١٩ وتداعياتها على كافة الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وتسببها في وقوع العديد من الخسائر البشرية، إضافة إلى الانتقادات التي وجهت لمنظمة الصحة العالمية باعتبارها المسئول الدولي عن القطاع الصحي وكان يجب عليها السرعة في التنبيه المبكر لخطورة وباء الكوفيد على مستوى العالم، ولذلك اهتمت منظمة الصحة العالمية بإدارة أزمة الكوفيد إذ اعتبرت أن عملية إدارة الأزمة مكون أساسي لعملها ونشاطها تجاه أزمة الكوفيد.

ويعد تسليط الضوء على استراتيجيات الاتصال التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة الكوفيد من خلال المؤتمرات الصحفية التي اعتمدت عليها في إدارة الأزمة له أهميته للكشف عن الرؤية الإعلامية التي تقوم عليها منظمة الصحة في إدارة أزمة الكوفيد من حيث تحديد الاستراتيجيات الاتصالية اللازمة لمواجهة أزمة الكوفيد، ومدى ملائمتها لمراحل الأزمة الثلاث (مرحلة التأهب والاستجابة، مرحلة التصاعد، مرحلة الانحسار المؤقت) وكيف خاطبت فئات الجمهور المستهدف والذين تأثروا بتداعيات الأزمة وتشمل (المصابين، وأسر الضحايا، والأطباء وهيئة التمريض، والمصنعين للقاحات، والمساهمين في الدعم المالي للمنظمة، وأصحاب الأمراض المزمنة وكبار السن، والصحفيين والإعلاميين).

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ويتجلى دور استراتيجيات الاتصال في مواجهة التحديات التي تعرضت لها المنظمة منذ بداية الأزمة من حيث تحسين صورتها الدولية، وتصحيح المعلومات الخاطئة، وتقديم الدعم العاطفي والنفسي لجمهور المنظمة، وكسب التأييد الدولي لها، ومن ثم لم تجد المنظمة سوى المؤتمرات الصحفية كوسيلة مؤثرة وسريعة للاتصال بالمجتمع الدولي لتصحيح المعلومات الخاطئة وتقديم المعلومات الخاصة بالأزمة وتطوراتها لتحقيق صورة إيجابية لدى جمهور المنظمة، وإستعداد الثقة بالمنظمة وحث جمهور المنظمة على التضامن معها في مواجهة الأزمة.

ولذلك تتحدد مشكلة الدراسة من خلال التركيز على استراتيجيات الإتصال التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية (WHO) في إدارة أزمة وباء كورونا المستجد، ولأن استراتيجيات الاتصال تكشف عن رؤية المسؤولين بالمنظمة لتأثير الأزمة وحجمها، وتقدير الفريق الإعلامي للأزمة ومدى نجاحه في إدارة الأزمة اتصالياً. وفي ضوء ما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في:

الكشف عن استجابة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد من خلال المؤتمرات الصحفية في المراحل الثلاث للأزمة، ومدى ملائمة استراتيجيات الاتصال مع مراحل الأزمة الثلاث، ومدى نجاح المنظمة في إدارة أزمة الكوفيد من خلال استراتيجيات الاتصال المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من خلال النقاط الآتية:-

١- تداعيات أزمة جائحة كورونا الدولية وما خلفته من تأثيرات اقتصادية واجتماعية وسياسية ونفسية وخسائر بشرية تصل إلى ٢١٣ مليون حالة إصابة و٤,٤٦ مليون حالة وفاة حول العالم، وما زالت الحالات في تزايد منذ بداية الجائحة في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م، مما يشكل تحدياً أمام منظمة الصحة العالمية في إدارة الأزمة، وهذا ما دفع الباحثة إلى الاهتمام بدراسة الأزمة خاصة أن الدراسات السابقة التي تناولت الجائحة لم تنطرق إلى دور منظمة الصحة العالمية في إدارة الأزمة إتصالياً.

٢- إلقاء الضوء على دور المؤتمرات الصحفية في إدارة جائحة الكوفيد ١٩، خاصة أن هناك ندرة في الدراسات السابقة التي تناولت أهمية المؤتمر الصحفي في إدارة الأزمات، خاصة أن المؤتمر الصحفي يتيح الإتصال والتواصل السريع بين

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- المسؤولين والصحفيين والمراسلين حول العالم وأيضاً يتيح مشاركة المعلومات مع الجمهور العام عبر البث المباشر وهذا ما تحتاج إليه المنظمات في وقت الأزمة.
- ٣- إلقاء الضوء على استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة أزمة جائحة كورونا الدولية من خلال المؤتمرات الصحفية، وكيفية الإستفادة منها في الأزمات الصحية المستقبلية، ومن ثم تحقيق الاستعداد والتأهب لمواجهة الأزمات المستقبلية من خلال التخطيط الإعلامي المسبق.
- ٤- الدور الدولي الذي قامت به منظمة الصحة العالمية في إدارة جائحة الكوفيد، وإلقاء الضوء على الإستجابات التي قدمتها المنظمة منذ بداية الجائحة، وإبراز الجهود الدولية التي قامت بها مع المنظمات الأخرى والحكومات وبلدان العالم لمواجهة الجائحة، ومدى حرصها على صورتها الذهنية وسمعتها ومصداقيتها الدولية التي تأثرت نتيجة الجائحة.
- ٥- أهمية الجهود الإقليمية والدولية لمواجهة أزمة الكوفيد والتصدي لها، وإعطاء الأزمة بعداً سياسياً من خلال دفع الحكومات والدول إلى الاهتمام بالأزمة ووضعها ضمن الأجندة السياسية والتعاون مع منظمة الصحة العالمية لمواجهة الفاشيات المستجدة والمستقبلية والانتقادات الدولية واستغلال موقف الأزمة لتحقيق بعض المكاسب السياسية والاقتصادية.
- ٦- تعتبر الدراسة الحالية إضافة علمية في بحوث إدارة الأزمات بالمنظمات الدولية وأيضاً إبراز دور المؤتمر الصحفي في إدارة الأزمات الدولية خاصة أن المؤتمر الصحفي لم يلق اهتمام بحثي في الدراسات السابقة التي اطلعت عليها الباحثة.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة الحالية تحديد استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة الكوفيد ١٩، وتقييم إدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة Covid19 من خلال المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية بمقرها في جنيف -تم البث المباشر للمؤتمرات الصحفية عبر خاصية Zoom Cloud Meeting- وينبع من الهدف الرئيسي للدراسة الحالية مجموعة من الأهداف الفرعية التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها وهي كالاتي:

- ١- الكشف عن مدى وضوح الترجمة الفورية للمؤتمرات الصحفية.
- ٢- تحديد المصادر التي استعان بها القائمين بالاتصال في المؤتمرات الصحفية.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ٣- الكشف عن أنماط التفاعل بين الصحفيين والمسؤولين بالمنظمة وملامح التغطية الصحفية للأزمة.
- ٤- الكشف عن نوعية الاستمالات المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.
- ٥- تحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.
- ٦- تحديد الأساليب الاتصالية التي اعتمدت عليها المنظمة في إدارة أزمة الكوفيد.
- ٧- تحليل أبعاد الأزمة التي تسعى المنظمة لتوضيحها من خلال المؤتمرات الصحفية.
- ٨- تحديد الموضوعات المتعلقة بالأزمة من خلال المؤتمرات الصحفية.
- ٩- تحليل أسئلة الصحفيين في إدارة الأزمة من خلال المؤتمرات الصحفية.
- ١٠- الكشف عن القائمين بالاتصال "المسؤولين بالمنظمة" في المؤتمرات الصحفية.
- ١١- الكشف عن الجهات المستهدفة من المؤتمرات الصحفية.
- ١٢- تقييم إدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد ١٩ والخروج بالدروس المستفادة والاستعانة بها في الأزمات الصحية الدولية المستقبلية.

تساؤلات الدراسة

- تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي "كيف واجهت منظمة الصحة العالمية أزمة الكوفيد ١٩ إتصالياً من خلال المؤتمرات الصحفية؟" وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:
- ١- ما مدى ملائمة الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها المنظمة لإدارة الأزمة بمراحلها الثلاث من خلال المؤتمرات الصحفية؟
 - ٢- لماذا اعتمدت منظمة الصحة العالمية على بعض الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة أزمة الكوفيد ١٩؟
 - ٣- ما الأساليب الاتصالية التي استعانت بها المنظمة لإدارة أزمة الكوفيد؟
 - ٤- ما الموضوعات المتعلقة بالجائحة وتم تناولها من خلال المؤتمرات الصحفية؟
 - ٥- ما دور القائمين بالاتصال في إدارة أزمة الكوفيد؟
 - ٦- هل ساهمت المؤتمرات الصحفية في إدارة أزمة الكوفيد؟
 - ٧- هل نجحت منظمة الصحة العالمية في إدارتها لجائحة الكوفيد اتصالياً؟
 - ٨- هل تمتلك منظمة الصحة العالمية خطة إعلامية معدة مسبقاً لإدارة الأزمات الصحية اتصالياً؟

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة الدراسات والبحوث السابقة التي لها اهتمام بمتغيرات الدراسة الحالية ثم ركزت الباحثة على مجموعة من الدراسات السابقة التي تساهم في التحقق من أهداف الدراسة الحالية وفق معطيات جديدة لم تتطرق إليها الدراسات السابقة إلا في نقاط ضمنية ودون شرح أو تفسير.

ومن ثم استعرضت الباحثة الدراسات والبحوث السابقة في محورين أساسيين وهما :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات اتصالياً.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة أزمة الكوفيد.

أولاً: الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات اتصالياً:

١- دراسة (Mario Coccia 2020)² تناولت الدراسة القرارات الحاسمة التي تتخذها المنظمات تجاه الأزمات، لأن في وقت الأزمات تتعرض المنظمات لتشوية الصورة الذهنية نتيجة المعلومات الخاطئة التي تكثر في وقت الأزمات عن أي وقت آخر، وتمثل القرارات الحاسمة التي تتخذها المنظمات في وقت الأزمات دوراً كبيراً في مواجهة تأثيرات الأزمة على المنظمة وجمهورها وأصحاب المصلحة، ولأن الأزمات تحتاج إلى إتخاذ المنظمات القرارات الحاسمة في وقت محدد وبطريقة مدروسة بحيث ألا تؤثر الأزمة على صورة المنظمة ومصداقيتها أمام جمهورها الداخلي والخارجي فإن المنظمات تحتاج إلى التخطيط والتقييم والمتابعة المستمرة للإنذارات المبكرة التي تسبق الأزمة وذلك لإتخاذ القرارات الحاسمة والعقلانية التي تساهم في تقليل التأثيرات السلبية على صورة المنظمة وعلاقتها بأصحاب المصلحة وجمهورها، ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن المنظمات التي لديها رؤية إعلامية مسبقة خاصة بإدارة الأزمات وتحديد نوعية الأزمات التي تتعرض لها المنظمات، وحجم تأثيراتها على الجمهور وأصحاب المصلحة فإنها تتخذ من موقف الأزمة الفرصة لتحسين الصورة الذهنية، وتحقيق المكاسب المعنوية والمادية.

٢- دراسة آلاء بنت بكر علي الشيخ (٢٠٢٠م)^٣ هدفت الدراسة رصد دور تويتر كوسيط لإدارة أزمة حريق قطار الحرمين في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٩م بالمملكة العربية السعودية، وتحسين الصورة الذهنية لشركة الخطوط الحديدية السعودية "سار"، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من المواطنين قوامها ٣٠٠ مفردة، وأجريت الدراسة في إطار نظرية إصلاح الصورة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وتوصلت الدراسة إلى أن ٤٨% من المبحوثين أكدوا على أن تغريدات الشركة "سار" جاءت في وقتها المناسب للأزمة، ونجحت شركة "سار" في توظيف تويتر كوسيط في إدارة أزمة حريق قطار جدة وتناول التفاصيل بشكل دوري ومستمر بنسبة ٦٧,٧%، و ٨٠% من المبحوثين أكدوا على مسؤولية الشركة "سار" تجاه حريق القطار مما يعني أن الرسائل التي تم نشرها من قبل الشركة بواسطة تويتر لا تحتوي على عناصر إقناعية بالشكل الكافي في تبرير موقف الشركة من الحريق، ومن أهم الاستراتيجيات التي استعانت بها الشركة في إدارة أزمة حريق القطار هي كالاتي: أولاً استراتيجية كبش الفداء، ثانياً استراتيجية عدم المبالغة في التبرير والإفراط في الرد، وأخيراً استراتيجية الوفاء بالوعود، كما يوجد علاقة ارتباطية بين نجاح إدارة شركة "سار" للأزمة وبين توظيفها لتويتر في إدارة أزمة حريق قطار جدة.

٣- دراسة حسن نيازي الصيفي (٢٠٢٠م) تناولت الدراسة استراتيجيات العلاقات العامة الإتصالية المستخدمة في أزمة تحطم طائرة ماكس ٧٣٧ في الأجواء الأثيوبية، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة وتحليل الموقع الإلكتروني لشركة الطيران "بوينج" وصفحاتها عبر شبكات التواصل الإجتماعي في الفترة من ١٠ مارس "بداية الأزمة" وحتى نهاية يونيو ٢٠١٩.

وأجريت الدراسة في إطار نظرية اتصالات الأزمة الموقفية، ونظرية الوسيط الاجتماعي لاتصالات الأزمة.

وتوصلت الدراسة إلى ضعف الأنشطة الإتصالية وقصور استراتيجيات الاتصال المستخدمة، حيث افتقدت شركة بوينج لاستراتيجيات الإتصال الإستباقية، وكان رد فعل الدولة والمؤسسات الحكومية أقوى وأسرع من رد فعل الشركة مما جعلها تبدو في صورة سلبية أمام عملائها، وتأثرت مصداقيتها، ونتيجة لضعف المعلومات التي قدمتها الشركة تجاه الأزمة تعرضت الشركة للكثير من الانتقادات منها عدم تحملها المسؤولية وتصميمها على تضليل أصحاب المصلحة بأن الطائرة آمنة وذلك كما صرح الرئيس التنفيذي لشركة بوينج بعد تحطم الطائرة مباشرة دون استدعاء الطائرة وفحصها.

وعلى الرغم من إتباع شركة بوينج استراتيجيات الدفاع ما بين التجاهل والإنكار والتعويض والإعتذار فقد كانت غير كافية أو غير ملائمة، كما لم تحتل الشركة مكانة محورية في النقاش الإعلامي حيث استعانت مواقع وسائل الإعلام بمصادر خارجية لتوصيل روايتها إلى النقاد من مختلف مجموعات أصحاب المصلحة، مما أضر بسمعة الشركة وأدى لحظر الطائرة لدى الجهات المنظمة للطيران في الإتحاد الأوروبي، وإلغاء الصفقات المبرمة لشرائها.

٤- دراسة مقيدش إيمان هاجر (٢٠٢٠م)^٥ هدفت الدراسة الكشف عن دور استراتيجيات الإتصال بالمؤسسات في إدارة الأزمات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف التوصل إلى مقارنة تحليلية وصفية.

وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات تواجه صعوبات عديدة في تسيير الأزمات والمخاطر التي تهددها ويرجع ذلك إلى نقص الخبراء والمختصين في مجال الإتصال والإعلام بالإضافة إلى عدم وضع استراتيجيات إتصالية فعالة خلال المراحل التي تمر بها الأزمة، ولذلك يجب توفير الوسائل والإمكانيات اللازمة للمؤسسة لتمكين من مواجهة الأزمة بأقل الخسائر، وذلك من خلال إعداد الخطط وتقييمها ومتابعتها المستمرة من أجل تحسين سمعتها وصورتها لدى جمهورها وأيضاً لكي تتمكن من إدارة الأزمات التي تواجهها.

٥- دراسة ثريا أحمد البدوي (٢٠١٨م)^٦ هدفت الدراسة التعرف على كيفية تناول مفاهيم الأزمة ومعالجتها إتصالياً وإعلامياً على المستويين الفكري والمنهجي في الدراسات الأمريكية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية الوصفية التحليلية، وتم تحليل ٦٥ دراسة أجريت في الولايات المتحدة في الفترة من ١٩٩٢ حتى ٢٠١٧م، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى انتقال الدراسات الأمريكية من مستوى Micro أو الاهتمام بالجوانب العلمية لإدارة الأزمات والتطبيق المحدود على المستوى الداخلي المؤسسي إلى مستوى Macro من حيث معالجة الأزمة على المستوى الإقليمي أو الدولي، بالإضافة إلى محدودية التساؤلات المرتبطة بالجمهور أو بجماعات المصالح حيث اتسم الجمهور بالسلبية ولم تهتم الدراسات بطبيعة مشاركته في إدارة إتصالات الأزمة.

٦- دراسة (Yang Cheng 2017)^٧ استهدفت الدراسة معرفة كيفية إدارة منظمة الصليب الأحمر في الصين لأزمة مديرة المنظمة حيث تم نشر معلومات على وسائل التواصل الاجتماعي تذكر ممتلكات فارهة لمديرة المنظمة مما كان له تأثير على تراجع حجم التبرعات التي ترد للمنظمة وانخفاضها إلى ٨٠% مما أدى إلى تشويه صورة المنظمة لدى جمهورها، ومن أهم الأنشطة الإتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة: البيانات الإخبارية، والمؤتمرات الصحفية، والمقابلات الإعلامية، كما استعانت المنظمة بصفحتها على الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى أن جهود منظمة الصليب الأحمر في الصين أدت إلى بروز الأنشطة الإتصالية لتصحيح الصورة الذهنية للمنظمة في أجنحة وسائل الاعلام، ولكنها لم تؤثر في أجنحة الجمهور المستهدف.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

٧- دراسة سلوى سليمان الجندي (٢٠١٧م)^٨ استهدفت الدراسة تقييم إدارة شركة مصر للطيران لأزمة حادث الطائرة المصرية القادمة من مطار باريس يوم ١٩ مايو ٢٠١٦، وتحديد الوسائل الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح حيث تم مسح مضمون الوسائل الاتصالية التي تم استخدامها في إدارة الأزمة وتشمل (وسائل التواصل الاجتماعي، والمؤتمر الصحفي الذي عقده وزير الطيران المدني، وأيضاً الموقع الإلكتروني للشركة)، وأجريت الدراسة في إطار نظرية الأزمة الموقفية، ونظرية إدارة الأزمات عبر الوسيط الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على أداة المقابلة وأداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى أهم الوسائل التي استعانت بها الشركة في إدارة أزمة الطائرة وهي: الخط الساخن حيث تم تخصيصه لأسر الضحايا وهو رقم مجاني، والمؤتمرات الصحفية تم استخدامها في نشر البيانات والمعلومات الصحيحة، وتم استخدام الإنترنت والموقع الإلكتروني للشركة لحساب أهالي الضحايا حيث يتم إبلاغهم بالتطورات أول بأول لمتابعة الموقف وتخفيف حدة الصدمة، ومن أهم الاستراتيجيات المستخدمة في إدارة الأزمة هي استراتيجية المعلومات لمحاربة الشائعات وبناء الصورة الإيجابية للشركة، كما اتخذت شركة مصر للطيران مجموعة من الإجراءات لمعالجة أزمة الطائرة ومنها سرعة إسناد إدارة الأزمة إلى مركز أزمات مصر للطيران لإدارة الموقف وإتخاذ القرارات في الوقت المناسب، وتم تشكيل مركز لمساندة أهالي الضحايا وتقديم الدعم النفسي لهم.

٨- دراسة ولاء محمد الطاهر (٢٠١٧م)^٩ هدفت الدراسة تحديد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات بالمنظمات الدولية في إطار الشبكات الرقمية لتلك المنظمات، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح وتم اختيار عينة عمدية من المنظمات الدولية ذات الصلة بمواجهة الأزمات والكوارث الطبيعية، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون بالتطبيق على الشبكات الرقمية التابعة للمنظمات الدولية عينة الدراسة، وأجريت الدراسة في إطار نظرية ثراء الوسيلة.

وتوصلت الدراسة إلى أن المنظمات الدولية استخدمت الوسائط المتعددة ودمجها معاً بفاعلية في إدارة الأزمات مما حقق استراتيجية إتصالية مميزة في إدارة الأزمات، وجاء البيان الإخباري في الترتيب الأول بنسبة ٤٩,٥% من إجمالي القوالب الإعلامية المستخدمة في إدارة المنظمات، وحصل الحديث المباشر على الترتيب الأخير بنسبة ٣٥,٢% من إجمالي القوالب واستعانت به منظمة الصحة العالمية في أنشطتها

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

الاتصالية حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة ٣٨,٥%، وجاءت التحقيقات والتقارير أكثر استخداماً لدى المفوضية السامية حيث جاءت بنسبة ٥٩%، ومن أهم الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لمعالجة الأزمات في المنظمات الدولية استراتيجية تخفيف الأضرار حيث جاءت بنسبة ٧٢%، بينما جاءت استراتيجية الكتمان والإخفاء في الترتيب الأخير بنسبة ٨,٤%.

٩- دراسة **ميرهان محسن محمد (٢٠١٦م)**^{١٠} هدفت الدراسة إلى رصد الاستجابات الاتصالية لشركات الطيران أوقات الأزمات ودورها في حماية سمعة علاماتها التجارية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية مستخدمة منهج دراسة الحالة لشركات الطيران التي تعمل في مجال صناعة الطيران وتشمل (شركة طيران الإمارات، وشركة فلاي دبي، وشركة طيران جيت بلو، وشركة مصر للطيران، وشركة ساس الإسكندنافية)، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون مستعينة بالأسلوب الكيفي في التحليل، وأجريت الدراسة في إطار نظرية اتصالات الأزمة الموقفية.

ومجموعة الأزمات التي خضعت للدراسة تشمل (أزمات ناجمة عن حوادث طيران نتيجة سقوط الطائرة، وأزمات ناجمة عن كوارث طبيعية كالأعاصير والبراكين، وأزمات ناجمة عن إضراب الطيارين).

وتوصلت الدراسة إلى أهمية استخدام الإستراتيجيات الاتصالية بما يتناسب مع كل مرحلة من مراحل الأزمة (قبل الأزمة، أثناء الأزمة، بعد الأزمة).

ويجب أن تستفيد شركات الطيران من الأزمات السابقة حتى لا تتكرر وتتفاقم عن الأول، وكلما كان توقيت الاستجابة الاتصالية يتناسب مع توقيت الأزمة كلما انعكس ذلك بالإيجاب على سمعة المؤسسة والعكس صحيح، ولا بد أن توظف شركات الطيران مواقعها الإلكترونية للتواصل مع الجمهور في وقت الأزمات.

١٠- دراسة **(Sergei A. Samoilenko 2016)**^{١١} استهدفت الدراسة الكشف عن مدى نجاح وسائل الاعلام في إدارة أزمات الاتحاد السوفيتي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات التاريخية واستعانت الدراسة بالأسلوب التحليلي، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة حيث ركزت على مجموعة من الأزمات التي تعرضت لها روسيا بعد انهيار الاتحاد السوفيتي.

وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الاعلام لم تتناول أزمة انهيار الاتحاد السوفيتي وكانت استجاباتها غير كافية لحجم الأزمة وتداعياتها على المجتمع الروسي مما أدى إلى تفاقم السيناريوهات السيئة وخلق أزمات متتالية منها فقدان ثقة الجمهور في وسائل

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

الإعلام التقليدي وحدوث العديد من الأزمات الاجتماعية والثقافية والسياسية، كما أكدت الدراسة على أن وسائل الإعلام الحكومية ليس لديها استراتيجيات اتصالية فعالة في مواجهة الأزمات، وبناء على ذلك أوصت الدراسة بضرورة تغيير الخطاب الإعلامي الخاص بالأزمات إحداهم التأثيرات المطلوبة وتجاوز الأزمات التي يتعرض لها المجتمع الروسي.

١١- دراسة لبييه عبد النبي (٢٠١٤م)^{١٢} هدفت الدراسة إلى التعرف على الوسائل الاتصالية المستخدمة لدى نادي القضاة في إدارة أزمة إقالة النائب العام، ورصد البيانات الإعلامية وخطابات الأزمة لنادي قضاة مصر، والكشف عن استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج دراسة الحالة، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة من البيانات الإعلامية لنادي القضاة مستخدمة الأسلوب الكيفي في التحليل، واستعانت الدراسة أيضا بأداة المقابلة المقننة، وأجريت الدراسة في إطار نظرية إصلاح الصورة، ونظرية القرار، ونظرية السرد.

وتوصلت الدراسة إلى اعتماد نادي قضاة مصر على المؤتمرات الصحفية لتوضيح موقف قضاة مصر نحو إقالة النائب العام المستشار عبد المجيد محمود وتعيين المستشار طلعت عبد الله نائبا عاما، وأزمة تدخل السلطة التنفيذية "فترة حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي" في شؤون السلطة القضائية بالإضافة إلى تنظيم نادي قضاة مصر الاجتماعات برئاسة المستشار أحمد الزند بسبب العديد من الأزمات بين السلطة الرئاسية وجماعة الأخوان المسلمين والسلطة القضائية والنائب العام وذلك في الفترة من يونيو ٢٠١٢ حتى يونيو ٢٠١٣.

ومن أهم الاستراتيجيات المستخدمة في إدارة أزمة إقالة النائب العام استراتيجية الإنكار حيث تم تكذيب كافة الإدعاءات بشأن إستقالة النائب العام المستشار عبد المجيد محمود لأن النائب العام لم يقدم استقالته، وطالب المستشار أحمد الزند من الرئيس محمد مرسي نشر استقالة النائب العام أمام الجمهور حال وجودها، وتم استخدام استراتيجية الدفاع عن القضاء والفصل بين السلطات ورفض توجيه التهديدات لقضاة مصر والسلطة القضائية وأيضا الدفاع عن النيابة العامة فيما تم إثارته من توجيه الانتقادات لها بالتحيز في الأحكام القضائية الخاصة بقضية موقعة الجمل، واعتمدت البيانات الإخبارية على استراتيجية الهجوم على جماعة الأخوان المسلمين وإتهامهم بالفساد المالي وولاء المستشار طلعت عبد الله للمرشد العام وليس للشعب، واعتمدت رسائل المؤتمر الدولي للقضاة على استراتيجية التأكيد في مخاطبة الجمهور حيث أكد على مبدأ استقلال القضاء وأهمية الفصل بين السلطات.

١٢- دراسة (Mazzei, A & Ravazzani, S 2014)^{١٣} تناولت الدراسة أهمية الإتصال الدولي في وقت الأزمات، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح بالعينة، وطبقت الدراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالشركات الإيطالية وقوامها ١٠٠ مفردة، واستخدمت الدراسة أداتي الإستبيان والمقابلة.

وتوصلت الدراسة إلى أهمية حل المشكلات الداخلية الموجود في المؤسسات الإيطالية عينة الدراسة ولاسيما المشكلات الموجودة بين أعضاء فريق إدارة الأزمات بالمؤسسات الإيطالية، وضرورة رفع معنويات القائمين على إدارة الأزمات لكي يكونوا أكثر إيجابية في مواجهة الأزمات داخلياً وخارجياً.

١٣- دراسة سميرة سطوطاح (٢٠١٣م)^{١٤} هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الاتصال في إدارة أزمة شركة تويوتا بالجزائر، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، واستعانت الدراسة بأداة المقابلة حيث تم إجراء ١٣ مقابلة مع المسؤولين في شركة تويوتا وبعض الزبائن المعنيين بالمشكلة وأيضاً غير المعنيين بالمشكلة.

وتوصلت الدراسة إلى أن ٤٢,٨٦% من المبحوثين أكدوا على إتباع مؤسسة تويوتا خطوات إتصالية مرتبة ومحددة ضمن مخطط إتصالي عام للمؤسسة حيث قامت المؤسسة بنشر الخبر المتعلق بإستدعاء السيارات من العملاء في بداية الأزمة، ثم قامت المؤسسة بالاتصال المباشر بالعملاء المعنيين بالمشكلة، ولم توفق مؤسسة تويوتا في استخدام التليفزيون كوسيلة إتصال بالجمهور المتضرر من عيوب سيارات تويوتا، حيث أن الأزمة تخص بعض فئات الجمهور الذين يمتلكون طراز معين من سيارات تويوتا والذي به بعض المشكلات التقنية وليس الجمهور العريض، واستعانت شركة تويوتا بالخبر في توصيل الرسالة دون تقديم التفاصيل والمتابعات الإخبارية والمعلومات الخاصة بأزمة سيارات تويوتا ومشاكل تصنيعها مما ساهم في انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة، وزيادة المخاوف والغموض لدى زبائنها بنسبة ٦٢,٥٠%، كما أن صمت المؤسسة وعدم تدخلها السريع لتوضيح المشكلات المتعلقة بسيارة تويوتا أدى إلى أزمة ثقة ومصدقية لدى عملاء ماركة تويوتا مما كان له تأثير سلبي على الصورة الذهنية لدى العملاء وأيضاً الجمهور العام تجاه العلامة التجارية "تويوتا" في دولة الجزائر وأمريكا الشمالية.

١٤- دراسة (Gheorghe Ilie 2013)^{١٥} تناولت الدراسة كيفية إدارة المشاعر في وقت الأزمات، وذلك من حيث الجوانب الرئيسية لأنماط الأزمات التي تفرض إدارة المشاعر وارتباط المشاعر ببعض السلوكيات الاجتماعية التي تثيرها الأزمة لدى الجمهور وما يرتبط بها من ميول معينة تجاه الأزمة.

وأشارت الدراسة إلى أهمية إدارة المشاعر لدى الجمهور في وقت الأزمة بحيث يمكن التفريق بين ردود الفعل العاطفية المناسبة لحالة الأزمة وغيرها من ردود الفعل العاطفية غير الملائمة لحالة الأزمة، بالإضافة إلى تحقيق التوازن بين العقلانية والإنفعالية في استجابة المنظمة للمخاطر والأزمات التي تواجهها المنظمات، لأن معالجة المنظمات للأزمات تؤثر بشكل كبير على قرارات الجمهور وأصحاب المصلحة تجاه الأزمة المثارة وأيضاً تجاه المنظمة نفسها.

١٥- دراسة خيرت عياد (٢٠١٢م)^{١٦} هدفت الدراسة إلى الكشف عن الكيفية التي عالجت بها العلاقات العامة في شركة طيران الإمارات لأزمة الرماد البركاني، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة واستعانت الدراسة بمجموعة من الأدوات البحثية تشمل أداة المقابلة المقننة حيث أجريت مع مدير العلاقات العامة في طيران الإمارات وأيضاً مسؤولي الاتصال بالشركة، وأداة تحليل المضمون الكيفي حيث تم تحليل مجموعة من مطبوعات الشركة التي تصدرها العلاقات العامة. واستعانت الدراسة أيضاً بأداة الملاحظة من خلال زيارة مقر شركة طيران الإمارات في دبي، وأجريت الدراسة في إطار نموذج الإدارة بالأهداف لهنج ويشتمل النموذج على ست أنشطة أساسية في عملية إدارة الأزمة وهي (بناء المفاهيم، الرصد، التخطيط، التنظيم والتنسيق، الإدارة، التقويم).

واستعان فريق إدارة أزمة طيران الإمارات ببعض مصادر المعلومات المتخصصة في قياسات الرماد البركاني وتحركها من أوروبا، والمعلومات الصادرة عن هيئة يورو كونترول الأوروبية لسلامة الملاحة الجوية وكذلك المعلومات الصادرة عن هيئات الطيران والملاحة في الدول الأوروبية.

وتوصلت الدراسة إلى أن شركة طيران الإمارات قامت بالاتصال الفوري بوسائل الإعلام المحلية والدولية وتقديم الاستفسارات بشأن الأزمة، وتم إعداد مجموعة من الأخبار والبيانات الصحفية بعدة لغات لإرسالها لوسائل الإعلام المختلفة، وقام ممارسو الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة في مكاتب ومحطات طيران الإمارات في الخارج بالاتصال بوسائل الإعلام في الدول الأجنبية التي يعملون بها لتقديم المعلومات والأخبار

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المتعلقة بالأزمة، وتميزت استجابة شركة طيران الإمارات للأزمة بالسرعة حيث عقد فريق إدارة الأزمات بالمؤسسة ثلاثة اجتماعات في اليوم الأول وخطورة الأزمة والحرص على سمعة المؤسسة ترأس الاجتماعات "تيم كلارك" المدير التنفيذي لطيران الإمارات، وكان أول قرار تم إتخاذه عقب حدوث الأزمة هو وقف سفر جميع المسافرين من دول شرق آسيا إلى أوروبا وذلك عبر مطار دبي حتى لا يتكدس عدد أكبر من المسافرين العالقين في مطار دبي. وقام فريق من شركة طيران الإمارات بالاتصال بالمسافرين العالقين في مطار دبي للتأكد من تلبية احتياجاتهم وطمأنتهم بتطورات الأزمة أول بأول، وإجراء الاتصال المباشر بذويهم، والإشراف على إجراء الحجوزات في نحو ٥٠ فندقاً لعدد ٦٠٠٠ مسافر تأجلت رحلاتهم بسبب الأزمة.

١٦- دراسة (Howell, G & Miller, R 2006)^{١٧} تناولت الدراسة العلاقة بين دورة حياة الأزمة والمحتوى الإعلامي في كل مرحلة من مراحل الأزمة "أزمة شركة انسييت الاسترالية للطيران ٢٠٠١"، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة بالتطبيق على القصص الإخبارية المنشورة بالصحف الاسترالية والتي تناولت أزمة شركة الطيران الاسترالية حيث تزامنت الأزمة مع عيد الفصح في عام ٢٠٠١، وطبقت الدراسة على ثلاث صحف أسترالية تشمل (The Australian, The Financial Review, The Age and The Sydney Morning Herald) واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٦٩ موضوع صحفي تتناول أزمة شركة الطيران الاسترالية في الفترة من ١ يناير ٢٠٠١ حتى ٣٠ يونيو ٢٠٠١.

وتوصلت الدراسة إلى أن ٦٧% من الموضوعات الصحفية التي تناولت الأزمة ركزت على توفر عنصر الأمان في شركة الطيران الاسترالية، واهتمت الصحف عينة الدراسة بالإشارة إلى الوضع المالي المستقر لشركة انسييت الاسترالية أثناء الأزمة.

ونشرت الصحف صورة من عرض شراء شركة سنغافورة للطيران لطائرات شركة انسييت الاسترالية، ونتيجة لذلك نجحت شركة انسييت الاسترالية في كسب ثقة العملاء تجاه طائراتها.

وأكدت الدراسة على أن كلما كانت شركة الطيران أكثر سرعة في الاستجابة والمعالجة الاستباقية للأزمة كلما انخفضت التأثيرات السلبية التي لحقت بشركة الطيران الاسترالية، بالإضافة إلى قيام شركة انسييت الاسترالية بحملة إعلانية في مايو ٢٠٠١ وتكلفتها ٣٠ مليون دولار وذلك لحث العملاء للعودة إلى شركة الطيران انسييت.

**المحور الثاني : الدراسات التي تناولت استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة
أزمة الكوفيد ١٩ .**

١- دراسة (Ruth Wodak 2021)^{١٨} ناقشت الدراسة إدارة أزمة الكوفيد لدى بعض الدول وتشمل (النمسا وألمانيا وفرنسا والمجر والسويد) في الفترة من مارس ٢٠٢٠ حتى مايو ٢٠٢٠، واستعانت الدراسة بأسلوب التحليل المقارن بين الدول عينة الدراسة من حيث الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة أزمة الكوفيد، وتوصلت الدراسة إلى أن كل من دولة النمسا وفرنسا والسويد واجهت أزمة الكوفيد منذ بدايتها من خلال استراتيجية توخي الحذر وضرورة الالتزام بالقيود التي تم فرضها منعاً لانتشار الفيروس، والإلتزام بالإغلاق الكامل حين تم فرضه بعد ارتفاع حالات الوفيات خاصة في دولة ألمانيا، واتفقت كل الدول عينة الدراسة على استخدام استراتيجية تقديم المعلومات والإحصاءات الخاصة بالوضع الوبائي وإعلانها لشعوبهم أول بأول، ثم بدأت الدول عينة الدراسة في استخدام استراتيجية التعاطف وتوجيه رسائل تعاطف وطمأننة لأسر ضحايا الكوفيد من فئات الجمهور وأيضا للأطباء وهيئة التمريض، واستعانت كل من ألمانيا وفرنسا والسويد باستراتيجية التشجيع وحث شعوبهم على الثقة أكثر في القرارات السياسية والوقائية التي تتخذها الحكومات تجاه أزمة الكوفيد ، وأن الأزمة سوف تنتهي من خلال تعاون الشعوب مع الحكام والالتزام بالقرارات والاجراءات الوقائية وذلك عندما ارتفعت نسب الاصابات والوفيات بالكوفيد في تلك الدول بداية من مارس وحتى مايو ٢٠٢٠ .

٢- دراسة (Yusuff A, Adrian R, Don E 2021)^{١٩} تناولت الدراسة استراتيجيات اتصال المخاطر المستخدمة في إدارة أزمة الكوفيد ١٩ بالتطبيق على ٣ دول أفريقية، هدفت الدراسة إلى حصر استراتيجيات الاتصال التي استعان بها المكتب الإقليمي بأفريقيا التابع لمنظمة الصحة لإدارة أزمة الكوفيد، حيث ركزت الدراسة على ١٣ دولة أفريقية تشمل (اثيوبيا، كوت ديفوار، غانا، انجولا، تنزانيا، نيجيريا، زامبيا، جنوب أفريقيا، الكونغو، كينيا، أوغندا، موريشوس، الجزائر)، واعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل.

وتوصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات الاتصال التي استعان بها المكتب الاقليمي لإدارة أزمة الكوفيد تشمل (استراتيجية بناء القدرات والتدريب، واستراتيجية التنسيق الداخلي بين المؤسسات، واستراتيجية المشاركة المجتمعية للأفراد المؤثرون في المجتمع، واستراتيجية معالجة المفاهيم الخاطئة وإدارة المعلومات المضللة).

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وعلى الرغم من شمولية استراتيجيات المخاطر الصحية التي تم استخدامها في إدارة أزمة الكوفيد إلا أن هناك بعض التحديات التي تسببت في ضعف الاستجابة لتلك الاستراتيجيات ومن أهمها إنعدام ثقة الجمهور في استراتيجيات المخاطر المستخدمة وعدم المصادقية في السياسات التي تتخذها الحكومات لإدارة أزمة الكوفيد، ونتيجة لذلك ارتفعت نسبة الإصابات والوفيات في الدول الأفريقية عينة الدراسة كما انتشرت متحورات الفيروس بداية من متحور أفاحتي أو ميكرون.

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات اتصال المخاطر في الدول الأفريقية مع الأخذ في الاعتبار تنمية ثقافة أفراد المجتمع الأفريقي، وإعادة الثقة في الحكومات وسياساتها وتطوير الخطط الاتصالية بما يتناسب مع ثقافة المجتمع ومستواه التعليمي مما يحقق استجابة فعالة ومتجانسة من قبل الجمهور.

٣- دراسة (Ahmed F, Sherin A 2020)^{٢٠} استهدفت الدراسة التعرف على استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها الحكومة الإماراتية لإدارة أزمة الكوفيد، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة التحليلية باستخدام أداة تحليل المضمون لاستراتيجيات الاتصال التي اعتمدت عليها الحكومة الإماراتية لإدارة أزمة الكوفيد، وطبقت الدراسة التحليلية في الفترة من فبراير ٢٠٢٠م "بداية الجائحة" حتى يوليو ٢٠٢٠م "مرحلة التعايش مع الوباء".

وتوصلت الدراسة إلى أن حكومة الإمارات استعانت بمجموعة من استراتيجيات الاتصال لإدارة أزمة الكوفيد وفق خطة إدارة المخاطر والكوارث بدولة الإمارات، وفي مرحلة الحجر الصحي ركزت إدارة الأزمات على إمداد الجمهور بالمعلومات اللازمة حول الوباء بهدف نشر الوعي الصحي لتجنب الإصابة بالفيروس، وإبلاغ الجمهور الإماراتي بالقرارات والإجراءات الحكومية الخاصة بمكافحة الكوفيد، وفي مرحلة التعايش مع الكوفيد ركزت إدارة الأزمات على ضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية مثل التباعد الاجتماعي وارتداء الكمامات وتقديم الإرشاد الطبي في حالة ظهور أعراض تنفسية، كما اهتمت إدارة الأزمات الإماراتية بتقديم المعلومات حول كيفية العودة للعمل في المؤسسات والمراكز التجارية بعد فترة الإغلاق، ومواجهة عدم الالتزام بالاحتياطات الصحية، واستعانت إدارة الأزمات باستراتيجية الطمأنينة في مرحلة ارتفاع نسب الإصابات والوفيات، واستراتيجية الحد من الغموض، وحث الجمهور تجاه السلوك الفعال وتصحيح المعلومات الخاطئة، وتقديم المشورة لأسر المصابين والأطباء والعاملين الصحيين.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

٤- دراسة (Dorien, K & Rayini, D 2020)^{٢١} هدفت الدراسة إلى تحديد الإستراتيجيات الإعلامية التي إتخذتها المؤسسات الإعلامية في معالجة أزمة وباء Covid19، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بالتحليل الكيفي للإستراتيجيات والممارسات الإعلامية المستخدمة في إدارة أزمة وباء كورونا، وطبقت الدراسة الكيفية على أربع منظمات، بالإضافة إلى إجراء عدد من المقابلات الشخصية لأربعة أفراد من كل منظمة.

وتوصلت الدراسة إلى توظيف المنظمات للاستراتيجيات الإتصالية في حماية وضعها وموقفها بين الجمهور وأيضاً لحماية مصالحها وذلك في مرحلة ما قبل الأزمة وفي مرحلة الإستجابة لأزمة وباء كورونا، ومن أهم الممارسات التي إتخذتها المنظمات عينة الدراسة في مواجهة أزمة وباء الكوفيد؛ إعداد فريق لإدارة أزمة الكوفيد من خلال وسائل الإعلام، نشر بروتوكول التعامل مع المصاب بالكوفيد، توفير المرافق الصحية وكيفية الإتصال بها، ومن أهم الإستراتيجيات الإتصالية المستخدمة في إدارة أزمة الكوفيد ١٩؛ استراتيجية الشرح والتفسير وساهم في هذه الاستراتيجية رؤساء المنظمات، واستراتيجية الإشادة والمدح تم استخدامها للإشادة بالأدوار الإيجابية التي قامت بها المؤسسات والدول والأفراد تجاه أزمة الكوفيد، وأيضاً استخدمت استراتيجية الحذر والقلق من وسائل الإعلام وما تبثه من المعلومات الخاطئة والشائعات، كما استخدمت استراتيجية القلق بخصوص سمعة المنظمات لدى جمهور وسائل الإعلام الرسمية.

٥- دراسة (Melissa G and others 2020)^{٢٢} ناقشت الدراسة تقييم استجابات الجمهور لاستراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة أزمة الكوفيد، وتنتمي الدراسة إلى الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي للكشف عن تأثيرات استراتيجيات الاتصال في ردود الأفعال تجاه أزمة الكوفيد.

وتوصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها المنظمات الدولية لإدارة أزمة الكوفيد تحتاج إلى التطوير بما يتناسب مع المستويات الفكرية والثقافية والوعي الصحي لدى الجمهور وذلك لإحداث التأثيرات المطلوبة لتجاوز الأزمة وعدم تفاقمها وحدوث أزمات متتالية ناتجة عن الأزمة الأساسية، كما أن الغموض الذي ساد على الرسائل الإعلامية الخاصة بالكوفيد أدى إلى الشعور بالخوف والذعر لدى الجمهور، وتجلت ذلك في تجنب الاتصال بأشخاص من أصل صيني،

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

والشراء المبالغ فيه للكحول وأقنعة الوجه، بينما اختلفت ردود الفعل تجاه أزمات صحية أخرى مثل سارس وفيروس الإيدز.

٦- دراسة آمال إسماعيل محمد (٢٠٢٠م)^{٢٣} هدفت الدراسة إلى تقييم النخبة المصرية لإستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا، وقياس مدى فعالية الاستراتيجيات الإتصالية والإدارية التي استخدمتها الحكومة في المراحل الثلاث الأولى لإدارة الأزمة بالإضافة إلى التعرف على استراتيجيات الإعلام الرسمي في مواجهة الشائعات ومدى التزامه في تناوله للأزمة بالمعايير المهنية من وجهة نظر النخبة المصرية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة عمدية من النخبة الإعلامية والأكاديمية وقوامها ١٢٠ مفردة موزعة بالتساوي، وأجريت الدراسة في إطار نظرية اتصالات الأزمة الموقفية.

وتوصلت الدراسة إلى تقييم النخبة لقرارات الحكومة في مرحلة ميلاد الأزمة في مستوى متوسط بنسبة ٥٦,٧%، وارتفع مستوى التقييم لقرارات الحكومة في مرحلة الوقاية والإستعداد بنسبة ٧٤,٢%، وجاءت استراتيجية تقديم المعلومات بمتوسط ٧٩١٧، يليها استراتيجية اللوم على المواطنين بمتوسط ٥٥٠٠، ثم جاءت استراتيجية تقديم الأزمة على إنها جائحة مأساوية بمتوسط ٥٠٨٣، كما ركز الإعلام الرسمي على استخدام استراتيجيات الدفاع في محاربة الشائعات بمتوسط ٤٧,٥، واستراتيجية النفسية "الوجدانية" بنسبة ٤٢,٥.

٧- دراسة محمد محمد عبد ربه (٢٠٢٠م)^{٢٤} هدفت الدراسة إلى تحديد السياسات الإعلامية التي تساهم في الحد من انتشار جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الحدسي الذي يعتمد على خبرة الباحث في مجال إدارة الكوارث والأزمات.

وتوصلت الدراسة إلى حاجة الواقع الذي نعيشه في ظل انتشار جائحة الكوفيد- إلى سياسات إعلامية تعمل على التعايش الآمن مع الفيروس، وأن تهتم المؤسسات الحكومية بالمتابعة الجيدة لوسائل التواصل والإعلام التفاعلي ورصد الشائعات والأخبار الكاذبة حول أعداد المصابين والوفيات، أو توجيه المواطنين لمخالفة التوجهات الحكومية في مكافحة مخاطر الفيروس وآثاره.

٨- دراسة نرمين على عجوة (٢٠٢٠م)^{٢٥} هدفت الدراسة إلى رصد استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

إدارة أزمة الكوفيد، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون حيث طبقت على منشورات صفحتي وزارة الصحة والسكان المصرية والمتحدث الرسمي باسمها على موقع الفيس بوك، وأجريت الدراسة في إطار نموذج إدارة المخاطر الصحية.

وتوصلت الدراسة إلى استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية بنسبة ٩٦% وذلك في مرحلة ما قبل الأزمة، وتم استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة بنسبة ٤١%، وتراجعت استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في مرحلة الأزمة بنسبة ١٤%، وحرصت وزارة الصحة والسكان على رصد الشائعات وسوء الفهم وتصحيحها بشكل منتظم فور ظهورها من خلال استخدام استراتيجية تصحيح الشائعات وسوء الفهم في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة بنسبة ٩%، بينما مثلت بنسبة ٨% في مرحلة ما قبل الأزمة و ٢% في مرحلة الأزمة.

التعليق على الدراسات السابقة والإستفادة منها:

بعد الإطلاع وعرض الدراسات السابقة تبين مجموعة من النقاط الآتية:-

١- على الرغم من الأزمات الصحية العديدة التي واجهتها منظمة الصحة العالمية سواء على المستوى الدولي أو الإقليمي إلا أن أغلب الدراسات السابقة العربية والأجنبية اقتصر تركيزها على إدارة المؤسسات التجارية والهادفة إلى الربح لأزماتها إعلامياً، ولذلك تنفرد الدراسة الحالية بموضوع بحثي جديد يساهم في إثراء الدراسات والبحوث المستقبلية التي تركز على دور منظمة الصحة العالمية في إدارة أزماتها الصحية وتحديدأ أزمة الكوفيد ١٩.

٢- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج دراسة الحالة الذي يتميز بالخصوصية والتحيز لدراسة موقف أو أزمة محددة لا يمكن تعميمها أو الاستفادة منها إلا في إطار دراسة أزمة تتشابه مع طبيعة الأزمة التي يتناولها منهج دراسة الحالة، وبذلك تتميز الدراسة الحالية باستخدام منهج المسح الإعلامي الذي يتيح إمكانية الاستفادة البحثية للدراسات المستقبلية الخاصة بإدارة الأزمات المختلفة، وخاصة أن المستقبل ينبىء بالعديد من الأزمات الصحية العالمية.

٣- استعانت الدراسات السابقة بالعديد من النظريات مثل نظرية الأجندة ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وثناء الوسيلة وتحليل الأطر الإعلامية والمسئولية الاجتماعية واستخدام نموذج الوسيط الاجتماعي في إدارة الأزمات، ومدخل إدارة الأزمات، ونموذج إدارة المخاطر الصحية، ونظرية اتصالات الأزمة الموقفية

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وغيرها من النظريات التي استعانت بها الدراسات السابقة، وبناء على هذا الثراء النظري اختارت الباحثة نظرية اتصالات الأزمة الموقفية كإطار نظري مناسب للدراسة الحالية نظراً لتوافقها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها البحثية، حيث اهتمت الدراسة الحالية بالتركيز على استجابة المنظمة لأزمة الكوفيد، وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة جائحة الكوفيد ١٩، والكشف عن مدى ملائمة استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمة لكل مرحلة من مراحلها.

٤- ركزت الدراسات الأجنبية على بعض العناصر المهمة في إدارة الأزمات اتصالياً ومنها عنصر الوقت وسرعة اتخاذ القرار، وتقييم الموقف، ومواجهة الشائعات والأخبار الكاذبة في وقت الأزمات باستخدام استراتيجيات خاصة بالمعلومات والإحصاءات وتطورات الأزمة لمواجهة المعلومات الخاطئة "وباء المعلومات".

٥- اهتمت الدراسات الأجنبية بعملية التخطيط لإدارة الأزمات، وضرورة تدريب الكوادر البشرية بالمنظمات على محاكاة الأزمات، وكيفية التعامل مع الأنواع المختلفة من الأزمات، والتخطيط المسبق لمواجهة الأزمات، وتحديد الاستجابات اللازمة لكل مرحلة من مراحل الأزمة، كما ركزت بعض الدراسات الأجنبية على أهمية أن تكون استراتيجيات الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمة ملائمة للمستوى الفكري والنفسي والتعليمي الخاص بالجمهور وذلك من أجل تحقيق نتائج فعالة لتجاوز الأزمة اتصالياً.

٦- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على أدوات الاستبيان وتحليل المضمون لإجراء الدراسات الميدانية والتحليلية، وطبقت الدراسات التحليلية على المحتوى الاعلامي الذي تقدمه المنظمات عندما تواجه الأزمات فلاحظت الباحثة اهتمام الدراسات التحليلية بالبيانات الصحفية ومحتوى المواقع الإلكترونية للمنظمات التي تواجه الأزمات دون الاهتمام بالمؤتمرات الصحفية على الرغم من اتجاه معظم المنظمات إلى إجراء المؤتمرات الصحفية في بداية أي أزمة تواجهها لأن المؤتمر الصحفي يعتبر أسرع وسيلة للتواصل بين المسؤولين والجمهور في وقت الأزمة.

وبناء على ذلك ركزت الباحثة على تحليل المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية لمواجهة جائحة الكوفيد ١٩، حيث اعتمدت المنظمة على المؤتمرات الصحفية بشكل أساسي في إدارة الأزمة اتصالياً.

٧- اعتمدت الدراسات السابقة على الأسلوب الكيفي فقط في تحليل البيانات الصحفية والمحتوى الاعلامي الخاص بالأزمات أما الدراسة الحالية تهتم بالتحليل الكمي والكيفي للبيانات واستراتيجيات الاتصال المستخدمة في المؤتمرات الصحفية التي

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

عقدتها منظمة الصحة العالمية بشأن كوفيد ١٩ مما يضيف عمقاً بحثياً في تحليل النتائج.

٨- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية وتعميقها وصياغة التساؤلات البحثية واختيار المنهج البحثي الملائم للدراسة الحالية، واختيار العينة التحليلية المناسبة لأهداف الدراسة، وتحديد الإطار النظري المناسب للدراسة، والوقوف على أهم النتائج البحثية وتحديد أوجه الاختلاف والاتفاق بين نتائج الدراسات السابقة والدراسة الحالية، كما ساهمت في وضع تصور بحثي شامل لإدارة أزمة الكوفيد ١٩ اتصالياً.

مصطلحات الدراسة:

١- استراتيجيات الاتصال Communication Strategies

يقصد بها مجموعة من الخطط والبرامج تعدها المنظمات والمؤسسات في إطار السياسات العامة على المدى المتوسط والبعيد لتحقيق مجموعة من الأهداف تخدم المؤسسة وجمهورها وأصحاب المصلحة^{٢٦}.

٢- إدارة الأزمة Crisis Management

يقصد بها الجهود المتواصلة التي تقوم بها المنظمة تجاه الأزمة بشرط أن تحظى جهود المنظمة بالتعديلات المستمرة لكي تواكب تطورات الأزمة والمستجدات التي تطرأ على الأحداث بحيث يتم تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة لدى جمهورها وأصحاب المصلحة^{٢٧}.

ويقصد بها في الدراسة الحالية الجهود الاتصالية التي تمارسها منظمة الصحة العالمية تجاه أزمة الكوفيد، وتحديدًا المؤتمرات الصحفية التي استعانت بها المنظمة في إدارة أزمة الكوفيد ١٩.

٣- إتصالات الأزمة Crisis Communications

يقصد بها كل الأنشطة الاتصالية التي تمارس في المراحل المختلفة للأزمة، ولذلك فإن الأنشطة والفنون الإعلامية المختلفة -المقروءة والمسموعة والمرئية- التي تستعين بها المنظمة أثناء مراحل الأزمة تدخل في نطاق اتصالات الأزمة^{٢٨}.

ويقصد بها في الدراسة الحالية المؤتمر الصحفي، حيث اعتمدت منظمة الصحة العالمية على فن المؤتمر الصحفي في إدارة أزمة الكوفيد اتصالياً.

٤- جائحة الكوفيد ١٩ Pandemic Covid-19

يقصد بها المرض الناجم عن فيروس كورونا المُستجد المُسمى فيروس كورونا- سارس- ٢، واكتشفت منظمة الصحة العالمية الفيروس المُستجد لأول مرة في ٣١ كانون الأول/ ديسمبر ٢٠١٩، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي

في وهان بجمهورية الصين الشعبية، وأطلقت منظمة الصحة العالمية كلمة جائحة نظراً لسرعة انتشار الفيروس بين دول العالم وطبيعته المعدية بين البشر وارتفاع حالات الإصابة والوفيات حول العالم حيث تتراوح أعداد الإصابة من ٣ إلى ٣,٥ مليون، وحالات الوفيات ٥ مليون تقريباً، وتتراوح أعراضه من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (SARS)^{٢٩}.

٥- منظمة الصحة العالمية World Health Organization

منظمة الصحة العالمية منظمة دولية غير حكومية انشأت سنة ١٩٤٨م بهدف معالجة الشئون الصحية حول العالم، وإعداد البرامج العلاجية والوقائية من الفيروسات المعدية والأوبئة القاتلة والتي تشكل أزمات دولية، وتقوم بتوفير اللقاحات والأمصال الخاصة بالفيروسات لكل دول العالم ولا سيما الدول الفقيرة والمتوسطة الدخل، وتهتم بكل الفئات والأعمار من الطفولة وحتى الشيخوخة كما تعطي الاهتمام بالمهاجرين واللاجئين حول العالم باعتبارهم الفئات الأكثر ضعفاً واستهدافاً من الفيروسات والأمراض^{٣٠}.

٦- المؤتمر الصحفي Press Conference

يعتبر المؤتمر الصحفي أحد أشكال فن الحوار الصحفي، ويتكون المؤتمر الصحفي من المتحدث الرسمي للمؤتمر ومجموعة المسؤولين بالمنظمة أو المؤسسة المضيفة لمجموعة من الصحفيين والمراسلين ومندوبي وكالات الأنباء. ويناقش المؤتمر الصحفي بعض القرارات والسياسات التي تتخذها المنظمة وتريد أن تخبرها لوسائل الإعلام والصحفيين والرأي العام، ومن الممكن أن يتبادل المسؤولين والمتحدث الرسمي الحديث والمناقشة مع مجموعة الصحفيين والضيوف بشكل مباشر أثناء حضورهم بمقر المنظمة أو عبر المنصات الإلكترونية.

- الإطار المعرفي للدراسة:

تتناول الدراسة الحالية مجموعة من النقاط الرئيسية التي لها ارتباط أساسي بالمشكلة البحثية وأهدافها وتساولاتها، وتطلعات الباحثة تجاه إدارة الأزمات العالمية من خلال المؤتمر الصحفي، وأهمية التخطيط المسبق لإدارة الأزمات إتصالياً، ويشمل الإطار المعرفي للدراسة النقاط الآتية:

١- إدارة الأزمات اتصالياً.

تُعرف الأزمة بأنها نقطة تحول حرجة وحاسمة تستوجب المواجهة السريعة حتى لا تتفاقم، وتتميز الأزمة بضغط الوقت والتحول الشديد والمتسارع للأحداث مما يتطلب من المنظمة القيام باستجابات استثنائية سريعة ومدروسة للحد من التأثيرات السلبية للأزمة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وجاءت البدايات الأولى للاهتمام البحثي بإدارة الأزمات اتصالياً مع بداية التسعينيات من القرن الماضي بسبب الأزمات العديدة التي واجهها العالم والمؤسسات والمنظمات خاصة الاقتصادية منها وأيضاً الأزمات البيئية والفيضانات والكوارث الطبيعية التي أثرت على أداء المنظمات وصورتها لدى الجمهور وأصحاب المصلحة. ومن ثم اهتمت المنظمات بتوظيف الاتصال كعامل أساسي في إدارة الأزمات، حيث تهتم المؤسسات على كافة أنواعها وأنشطتها بإعداد فريق إعلامي متخصص يقوم على إدارة الأزمات التي تواجهها.

وارتبط مصطلح الإدارة بالأزمات بناء على أن المنظمة عندما تواجه الأزمة تبحث عن طريقة علمية ومدروسة لدى المنظمة ومخطط لها من قبل وذلك لتوضيح موقفها من الأزمة لدى الجمهور العام وأصحاب المصلحة حفاظاً على سمعتها وكيانها، فإدارة الأزمات نشاط يهدف إلى البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن المنظمة من التنبؤ بأمكان وتطورات الأزمات ذات الإنذارات المبكرة أو الأزمات المتوقعة وأيضاً الأزمات التي وقعت بالفعل وبناء عليه تعمل المنظمة على تهيئة المناخ المناسب للاستجابة الفورية والتعامل مع الأزمة المثارة وذلك عن طريق إتخاذ التدابير اللازمة للتحكم في الأزمة واحتوائها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة^{٣١}.

وأشارت دراسة (Hung, Y.H, Wu, F & Cheng, Y 2015)^{٣٢} إلى العوامل التي دفعت بالمنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة إلى الاهتمام بالاتصال في إدارة الأزمات وهي كالآتي:

- ١- التزايد الملحوظ في الأزمات التي تتعرض لها المنظمات والمؤسسات وما تخلفه من تأثيرات متعددة الأبعاد على كل المستويات الاقتصادية والاجتماعية والصحية والنفسية والبيئية والسياسية والتكنولوجية.
- ٢- التبادل السريع للمعلومات وتأثير ذلك على المنظمة وصورتها لدى الجمهور خاصة في وقت الأزمة.
- ٣- التأثيرات السلبية للأزمات على المنظمات والمؤسسات والتي تؤثر بشكل كبير على سمعة المنظمة وصورتها الذهنية لدى الجمهور.
- ٤- اتجاه بعض المنتفعين من الأزمات إلى تحقيق المنافع والمكاسب الشخصية.
- ٥- الاهتمام المتزايد بتأثيرات الثقافة التنظيمية على مدى كفاءة اتصالات الأزمة حيث تؤثر على قدرة المنظمة على الإعداد والتنظيم والمتابعة لمواجهة الأزمة، ولذلك يتضح أن المنظمات التي لديها تخطيط إعلامي مسبق لإدارة الأزمة وغيرها من المنظمات التي ليس لديها تخطيط مسبق لمواجهة الأزمة اتصالياً.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ويعد وجود خطة مسبقة لدى المنظمة لإدارة الأزمة اتصالياً أحد العوامل الأساسية لمواجهة الأزمات المتوقعة وأيضاً التي وقعت بالفعل وعلى المنظمة التعامل معها فوراً، ومن ثم يتضمن التخطيط لإدارة الأزمات النقاط الآتية:-

١- أن يكون لدى المنظمة قيادة مؤهلة لاتخاذ القرارات الحاسمة عند حدوث الأزمة وتقوم على ترتيب الأولويات والاتصال مع الجمهور وخاصة المتأثرون بالأزمة ويتكبدون الخسائر المادية أو البشرية أو المعنوية نتيجة الأزمة.

٢- وضع الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة لإدارة الأزمة لحماية سمعة المنظمة وذلك من خلال تقديم المعلومات وتوضيح كل أبعاد الأزمة، وتوزيع المسؤوليات على المسؤولين في المنظمة لضمان الإنجاز وإدارة الأزمة بنجاح.

٣- الاستجابة الفورية التي تتضمن الاتصال بوسائل الإعلام والجمهور لتقديم المعلومات وتصحيح الأخبار الخاطئة والشائعات.^{٣٣}

ولأن وسائل الإعلام والاتصال تزداد أهميتها في إدارة الأزمات وفي المقابل لا يجد الجمهور سوى وسائل الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات في وقت الأزمات، وبناء على ذلك يبرز دور المنظمات في إدارة الأزمات منعاً لانتشار المعلومات الخاطئة والشائعات لدى الجمهور.

والدليل على أهمية إدارة أزمة الكوفيد اتصالياً، وأهمية التدخل السريع لمنظمة الصحة العالمية لمواجهة أزمة الكوفيد من حيث بناء المعاني وتقديم المعلومات التي يحتاج إليها الجمهور وصناع القرار في وقت الأزمة أكدت دراسة (Md. Sayeed Al-Zaman)^{٣٤} على أن الأخبار الزائفة المتعلقة بأزمة الكوفيد ١٩ جاءت بنسبة ٦٧,٢% في الفترة من ٢٩ يناير حتى ١١ أبريل ٢٠٢٠. وتصاعدت الأزمة وارتفعت حصيلة الوفيات والإصابة بالكوفيد ١٩ حول العالم وخاصة في القارة الأوروبية وبعض الدول الإفريقية، وجاء الإنترنت كمصدر أساسي للمعلومات الزائفة الخاصة بالجائحة بنسبة ٩٤,٤%، وجاءت الأخبار الزائفة التي تناولت جائحة الكوفيد ١٩ في صورة النص والفيديو والمواد المسموعة وذلك بنسبة ٤٧,٢% مما ساهم في سرعة انتشار وتداول الأخبار الكاذبة بين المستخدمين عبر الإنترنت، وترجع هذه النتيجة إلى عدم التدخل السريع لمنظمة الصحة العالمية لمواجهة الأزمة في بدايتها وسادت حالة من التخبط حول المعلومات المقدمة للجمهور مما ساهم في انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة وفقدان الثقة في المنظمة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ومن ثم فإن المنظمات إذا لم يكن لديها خطة استراتيجية للاتصال في أوقات الأزمات سوف تتأثر مصداقيتها وصورته لدى جمهورها وأصحاب المصلحة بالإضافة إلى الخسائر البشرية والمادية الناجمة عن الأزمة.

ولذلك تشير دراسة (Mario Coccai 2020)^{٣٥} إلى أهمية إتخاذ المنظمة القرارات الحاسمة في إدارة الأزمة، حيث تمكن القرارات الحاسمة للمنظمة من التعامل مع التهديدات المحيطة بالأزمة والنتائج المترتبة عليها سواء التي تعود على المنظمة أو أصحاب المصلحة.

ومن ثم فإن تقدير عامل الوقت يتطلب إدارة ذكية ومدربة على التعامل مع الطوارئ وكيفية توزيع المهام والموارد والامكانيات وتقديم المعلومات اللازمة منذ بداية الأزمة.

٢- دور منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة الكوفيد ١٩.

كشفت جائحة الكوفيد ١٩ عن نقاط الضعف في العديد من المنظمات المختلفة من حيث عدم استعداد الهياكل الإدارية والتنظيمية والاتصالية للمنظمات لمواجهة جائحة الكوفيد ١٩- على عكس ما يتظاهرون به من التحكم في الوباء وإدارة الأزمة- والدليل على ذلك ملاحظة التأثيرات التي ظهرت نتيجة تفشي الوباء تشمل تباطؤ الإقتصاد وإدخال القيود على الحياة العامة بأسلوب غير مسبوق، والخسائر البشرية والمادية بالإضافة إلى تأخر استجابة منظمة الصحة العالمية للإنذارات المبكرة على الرغم من انتشار حالات الإصابة في مدينة وهان الصينية في وقت مبكر، والاكتفاء بالتواصل مع دول العالم من خلال إصدار البيانات الصحفية التي يلقيها رئيس المنظمة بدلاً من التواصل مع الجمهور الدولي وقادة العالم من خلال العديد من الوسائط الاعلامية والالكترونية، ومن جانب آخر لم تستجب دول العالم للبيانات الصحفية التي أصدرتها منظمة الصحة في مرحلة الأزمة مما أدى إلى تفاقم الأزمة وتضاعفها.

ومن ثم تشير دراسة (Zbyslaw Dobrowolski 2020)^{٣٦} إلى ضرورة تطوير نظم إدارة الأزمات بالمنظمات الدولية مما يعني إعادة تشكيل فريق إدارة الأزمات، وإعطاء الأولوية في تدريب فريق إدارة الأزمة على كيفية التأهب وإستشعار الأزمة وإتخاذ الإجراءات الوقائية حتى يمكن تلافى أو إنحسار التأثيرات السلبية للأزمة وذلك بدلاً من تركيز المنظمات على كيفية الاستجابة للأزمة بعد حدوثها.

ومن ثم تتطلب الإدارة الناجحة لإحتواء الأزمة ما يلي:

١- تأهيل وتدريب كوادر بشرية قادرة على مواجهة الأزمات.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ٢- العمل على تقليل الخسائر إلى حدها الأدنى.
- ٣- استخدام الأسلوب العلمي عند إتخاذ القرارات.
- ٤- خلق استجابات استراتيجية مناسبة لمواقف الأزمات.

ونظراً لأن اتصالات الأزمة جزء لا يتجزأ من إدارة الأزمة ولا تُقدر الاتصالات قبل الأزمة وأثنائها وبعدها بثمن- حيث تلعب دوراً في الحفاظ على سمعة المنظمة واستعادتها- فإن الأزمة الأفضل اتصالاً تضع الأمور في نصابها الصحيح بشكل سريع وعلمي.

وبالنسبة لمنظمة الصحة العالمية فقد تأثرت سمعة المنظمة وثقة المجتمع الدولي فيها بسبب رسائلها الاتصالية الخاصة بجائحة الكوفيد ١٩ خاصة عندما طالبت الولايات المتحدة الإطلاع على التقارير الخاصة بمنشأ الوباء في الصين وتصريح رئيس المنظمة بأن بعض التقارير سرية، ولا يجب إلقاء مسؤولية انتشار الفيروس على الصين، بالإضافة إلى تهرب المنظمة من الإجابة عن بعض تساؤلات الصحفيين الخاصة بمنشأ الوباء ومدى تورط الصين في انتشار الجائحة في العالم.

ويمكننا القول بأن الشفافية وتحمل المسؤولية في إدارة الأزمة من أهم مقومات نجاح عملية اتصالات الأزمة بداية من مرحلة التأهب والاستجابة للأزمة إلى مرحلة التغلب على الأزمة والاستفادة منها.

وتوجد عدة استراتيجيات للاستجابة الفورية للأزمة المثارة والتي تضمن نجاح المنظمة في التأثير على الجمهور وأصحاب المصلحة وهي كالآتي^{٣٧}:-

١- استراتيجية الاعتذار: يحتاج الجمهور إلى إعتذار المنظمة عما حدث "الأزمة" - حتى لو كانت المنظمة ضحية الأزمة- وتلجأ المنظمة إلى هذه الاستراتيجية لكسب تعاطف وتأييد الجمهور مع شرح موقفها من الأزمة المثارة، وتلعب استراتيجية الاعتذار دوراً فعالاً في تدارك الأزمة من الناحية النفسية والانفعالية لدى الجمهور وأصحاب المصلحة.

٢- استراتيجية الحل: تلجأ المنظمة إلى استخدام استراتيجية الحل لأن الجمهور في وقت الأزمة يبحث عن حلول للخروج من الأزمة بأقل الخسائر، وبالنسبة لمنظمة الصحة العالمية فقد اهتمت بإصدار التوصيات اللازمة لتعامل دول العالم مع الجائحة والالتزام بالاجراءات الوقائية وذلك من أجل الخروج من دائرة الجائحة.

٣- استراتيجية الإصلاح: تقدم المنظمة مجموعة من الإجراءات التي تتخذها المنظمة للسيطرة على الأزمة والتقليل من الأضرار الناجمة عنها حيث قامت منظمة الصحة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

العالمية بإصدار مجموعة من الارشادات اللازمة بالوقاية من فيروس الكوفيد، وقامت بالعديد من المبادرات الدولية مثل مسرع الاتاحة كوفاكس ومبادرة الاتحاد الأوروبي والبنك الدولي وذلك لدعم الدول والشعوب أمام جائحة الكوفيد.

٤- استراتيجية التعويض: تلجأ المنظمات ذات النشاط التجاري إلى استراتيجية التعويض في حالة وجود خسائر مادية أو بشرية ناتجة عن الأزمة، وفي أزمة الكوفيد ١٩ قامت منظمة الصحة العالمية بتقديم المساعدات العلاجية والغذائية للدول الفقيرة ومنخفضة الدخل وأيضاً للفئات المستضعفة الذين يعيشون في دول النزاع والحروب.

ويلخص نموذج هلنج Hling^{٣٨} ست أنشطة أساسية لإدارة الأزمة بفاعلية وهي كالآتي:-

١- بناء المفاهيم: أن يقوم مدير المنظمة بتوضيح رؤيته للأزمة بحيث أن تشمل الرؤية المهام والمسئوليات التي تحتاج إلى الإنجاز والقيام بها لكسب تأييد الجمهور، ويتوقف مدى نجاح المنظمة أو إخفاقها على مدى وضوح رؤية مدير المنظمة لإدارة الأزمة.

٢- الرصد: يقوم مدير المنظمة بعملية رصد المعلومات والبيانات اللازمة لمراقبة التطورات الطارئة بهدف أن يكون لديه الوقت المناسب للتنبؤ بالأزمات.

٣- التخطيط: وفي هذه المرحلة يقوم مدير المنظمة بوضع خطط مرحلية تفصيلية، ويعمل مدير المنظمة على تحليل الامكانيات المتاحة والتحديات القائمة.

٤- التنظيم والتنسيق: يقوم مدير المنظمة والمسؤولين عن عملية الاتصال بالتطبيق الفعال لاستراتيجيات الاتصال التي وضعت في مرحلة التخطيط السابقة.

٥- الإدارة: وفيها يتم مراقبة مدى تنفيذ الخطط التي تم وضعها، وتوجيه الارشادات اللازمة لتفعيل عمليات الاتصال والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة.

٦- التقويم: يقوم مدير المنظمة بعملية التقويم للنتائج المتحققة من عملية إدارة الأزمة اتصالياً في ضوء الخطط والاهداف المحددة مسبقاً، وتحديد نقاط القوة والضعف في عملية إدارة الأزمة.

٣- عناصر الرسائل الاتصالية.

على الرغم من الظهور الفوري لرئيس منظمة الصحة العالمية الدكتور تيدروس منذ إعلان حالة التأهب الدولي تجاه أزمة الكوفيد - مما له تأثير إيجابي على الجمهور تجاه المنظمة والإستشعار بالتدخل الفوري للتصدي للجائحة وتدارك الموقف- إلا أن اتهامات المجتمع الدولي تجاه المنظمة بعدم اهتمامها بالأزمة وتأخرها في الاستجابة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وعدم التزامها بالشفافية كانت السائدة على المشهد الإعلامي والدولي، وقد يرجع ذلك إلى ضعف الرسائل الاتصالية التي قدمتها منظمة الصحة العالمية تجاه أزمة الكوفيد.

ومن ثم فإن الرسائل الاتصالية التي تتخذها المنظمة في مواجهة الأزمة يجب أن تتوفر فيها مجموعة من العناصر المهمة لكي تكون رسائل اتصالية فعالة، وهي كالتالي^{٣٩}:-

- ١- تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات المرتبطة بالحدث.
 - ٢- إظهار التعاطف الإنساني مع المتأثرين بالأزمة بشكل مباشر كالضحايا والمتأثرون بشكل غير مباشر مثل الأقارب والأصدقاء والمنظمات الحكومية والمؤسسات والسلطات والداعمون للمنظمة، ولا شك أن اهتمام المنظمة بالتعاطف الإنساني في وقت الأزمات له تأثير إيجابي على صورة المنظمة لدى جمهورها حيث يجعلهم يشعرون أن المنظمة إلى جانبهم وتشعر بهم، وذلك باستخدام كلمات مثل "نحن نهتم"، "نحن نعتذر"، "نحن نتعاطف"، "نحن قلقون مما حدث".
 - ٣- الكشف عما تقوم به المنظمة لمواجهة الأزمة يعني ذلك إعلان المنظمة عن الإجراءات الوقائية، وأساليب تقليل الخسائر البشرية والمادية، وإغاثة المتضررين، وإجراء تحقيقات خاصة من خلال جهات مستقلة.
 - ٤- إتاحة معلومات إضافية مثل أين توجد البيانات؟ ومتى تتاح؟، والرد على الاستفسارات من خلال أرقام الخط السريع Hot Line وخطوط المساعدة Help Lines، والرد عن التساؤلات الموجهة عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة.
- وبناء على النقاط السابقة كلما كانت الرسائل الاتصالية التي تبثها المنظمة في وقت الأزمة متضمنة العناصر السابقة كلما أدرك الجمهور أن المنظمة بجانبه مما يجعل الجمهور يتخذ موقف المنظمة ويتبناه، وإذا تم إعداد الرسائل الاتصالية بشكل مبكر يجعل المنظمة المصدر الرئيسي المسئول عن تدفق المعلومات في وقت الأزمة.
- ٤- دور المؤتمر الصحفي في إدارة أزمة وباء الكوفيد ١٩ .

يعد المؤتمر الصحفي وسيلة أساسية في عملية الإتصال بين المسؤولين والإعلاميين والجمهور ومختلف الجهات التي لها علاقة بموضوع المؤتمر الصحفي، وتعتمد أقسام الإعلام والاتصال المؤسسي والعلاقات العامة في المنظمات الحكومية وغير الحكومية سواء على النطاق المحلي أو الدولي على توظيف المؤتمرات الصحفية كوسيلة تواصل أساسية في استراتيجياتها الإعلامية وبناء صورتها الذهنية Image Building وإدارة سمعتها Reputation Management والدفاع عن مصالحها،

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وذلك نظراً لما تقدمه المؤتمرات الصحفية من فعالية في توصيل رسائل وأخبار وأنشطة المنظمات للإعلاميين والجمهور العام.

كما تتيح المؤتمرات الصحفية مساحة للحوار والنقاش المباشر والمفتوح مع الصحفيين والمراسلين مما يساهم في معرفة اتجاهاتهم وأفكارهم لاسيما أن بعض الصحفيين في تواصل مباشر مع الجمهور ولهم معرفة دقيقة بالواقع المحلي والدولي، بالإضافة إلى ذلك فإن مختلف المنظمات المعاصرة قد أصبحت حريصة على بناء علاقات إيجابية مع المؤسسات الإعلامية Media Relations وتستغل كل الفرص والوسائل التي تتيح لها التواصل والتفاعل مع المؤسسات الإعلامية.

واستعانت منظمة الصحة العالمية بالمؤتمر الصحفي للاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام والجمهور وأصحاب المصلحة من أجل إدارة أزمة الكوفيد ١٩، وتميزت المؤتمرات الصحفية التي أجرتها منظمة الصحة العالمية بالتنظيم والإعداد المسبق للموضوعات والتنويه عليها وإرسالها إلى الصحفيين المشاركين في المؤتمرات الصحفية، وحرصت منظمة الصحة العالمية على الحفاظ على جودة الصوت ووضوح الترجمة الفورية للغات الأمم المتحدة حيث ترجمت المؤتمرات الصحفية إلى سبع لغات وهم الإنجليزية والإسبانية والهندية والصينية والعربية والفرنسية والروسية، وحرص القائم بالاتصال والمسئول الإعلامي عن المؤتمرات الصحفية على إدارة الحوار والنقاش بشكل إيجابي ومتساوي بين الصحفيين والمراسلين من ناحية ومن جانب المسؤولين بالمنظمة والضيوف المشاركين في المؤتمر من ناحية أخرى.

وحرص الفريق الإعلامي القائم على إدارة أزمة الكوفيد بمنظمة الصحة العالمية على توفير السياق العاطفي الإيجابي في بداية كل مؤتمر صحفي وفي نهايته وذلك لامتناع حالة الخوف والقلق لدى جميع الأطراف المشاركة في المؤتمرات الصحفية نتيجة الأزمة ولنقل الطمأنينة للجمهور الذي يحرص على مشاهدة المؤتمرات أثناء بثها المباشر.

٥- دور المتحدث الرسمي في المؤتمرات الصحفية.

يتوقف نجاح الاستراتيجيات الاتصالية التي تتخذها المنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية في مرحلة الأزمة على دور المتحدث الرسمي في نقل الصورة الإيجابية عن المنظمة وتوضيح موقفها من الأزمة وحجم تأثيرات الأزمة على الأطراف المتأثرة بها، ولذلك توجد مجموعة من الضوابط الواجب مراعاتها عند تعامل المتحدث الرسمي مع الصحفيين والمراسلين في المؤتمرات الصحفية^٤، وهي كالآتي:-

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ١- مراعاة الدقة والحذر والإلمام الكامل بالحقائق التفصيلية عن الأزمة، أي أن الاختلاف بين المعلومات التي يصرح بها المتحدث الرسمي والمعلومات التي تتداولها وسائل الإعلام بأساليبها ومصادرها المختلفة لا يخدم المنظمة في إدارة الأزمة.
- ٢- صياغة المعلومات ذات الطبيعة الوقائية والقانونية وسياسات المنظمة بشكل دقيق وواضح بحيث تلتزم وسائل الإعلام بنشرها دون تحريف.
- ٣- ضرورة الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عملية المواجهة لأن تسربها وكشفها من جهات أخرى يؤدي إلى تضخم الأخطاء والتأويلات أكثر مما هي في الواقع، كما أن عدم الاعتراف بالخطأ يؤدي إلى فقدان المصداقية.
- ٤- القدرة على التعامل بهدوء وموضوعية وعدم الانفعال على الصحفيين بسبب الأسئلة التي تنتقد أداء المنظمة في إدارة الأزمة.
- ٥- نشر المعلومات بالسرعة اللازمة متى تم التحقق من صحتها للحد من انتشار الشائعات.
- ٦- القدرة على الإقناع والحرص على إقامة روابط جيدة مع الصحفيين والمراسلين ومندوبي وسائل الإعلام.
- ٦- المعايير الاتصالية الفعالة التي تتخذها المنظمة لحماية سمعتها في وقت الأزمة.

ولكي تضمن المنظمة نجاح مؤتمراتها الصحفية في إدارة الأزمة والحفاظ على صورتها وسمعتها لدى الجمهور العام ولاسيما إذا كانت الأزمة دولية كأزمة الكوفيد ١٩ يجب أن تجيب عن مجموعة من الأسئلة: ما الرسالة التي تحتاج المنظمة إلى توصيلها من خلال المؤتمرات الصحفية؟ ومن المتحدث الرسمي باسم المنظمة في المؤتمرات الصحفية؟ وكيفية مواجهة أسئلة الصحفيين المحرجة والعدائية؟ من الجمهور المستهدف من المؤتمرات الصحفية؟ ما الوقت المناسب لبث المعلومات؟ هل يمكن إشراك الحلفاء في المؤتمرات الصحفية؟ كيف يمكن احتواء الأزمة؟ ما الاستراتيجيات الاتصالية التي تتخذها المنظمة في المؤتمرات الصحفية؟ كيف يمكن التغلب على الصعوبات المعقدة للمؤتمرات الصحفية؟ كيفية الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية في المؤتمرات الصحفية؟

ومن ثم فإن منظمة الصحة العالمية (WHO) يجب أن تتبع مجموعة من المعايير الاتصالية الفعالة في إدارة أزمة الكوفيد ١٩ لحماية سمعتها، وهي كالآتي^{٤١}:-

١- سرعة الاستجابة للحدث Responsiveness

تنعكس أهمية اتصال المنظمة بالجمهور عند مواجهة الأزمة من خلال الإعلان عن الإجراءات التي تتخذها المنظمة حيال الأزمة والاستحواذ على الموقف من أجل

تكوين إنطباع إيجابي لدى الجمهور، وكلما كانت المنظمة سريعة التدخل في السيطرة على المعلومات ومركزيتها في تدفق المعلومات التي تصل للجمهور كلما تحكمت في انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة في وقت الأزمات.

٢- الإنفتاح Openness

من المهم أن تقدم المنظمة كل جوانب الأزمة التي تؤثر على الجمهور وسمعة المنظمة وصورتها وأن تلتزم بمبدأ الشفافية والمصادقية وذلك من خلال سرعة الوصول للجمهور، وإتاحة المعلومات دون حجب أو تضارب، والرغبة الصادقة في الاستجابة لمتطلبات الجمهور، والإنفتاح على وسائل الإعلام والصحفيين والمراسلين.

٣- إظهار الاهتمام Concern

تشير الأزمات السابقة إلى أن إستشعار الجمهور اهتمام المنظمة بالأزمة وكيفية مواجهتها والتصدي الفوري للأخطاء مفتاح نجاح المنظمة في التعامل مع الأزمة والمتأثرين بها.

٤- الاحترام Respect

من خلال توفير الإجابات عن كل التساؤلات من أي شخص أو مواجهة الانتقادات بقدر من الاهتمام والاحترام.

٥- التعاون Cooperation

يقصد به التعاون مع الصحفيين والمراسلين وإمدادهم بكافة البيانات والمعلومات والإحصاءات وتوفير سبل اتصالهم بمؤسساتهم الإعلامية وتيسير كافة مطالبهم الخاصة بأداء مهامهم ولا سيما الإعلاميين والمراسلين المؤثرون في الجمهور وفي صورة المنظمة لدى الرأي العام.

٦- المسؤولية Responsibility

تشير بعض الدراسات إلى أن اعتراف المنظمة بمسئوليتها تجاه الأزمة المثارة يساهم في كسب تعاطف واحترام الجمهور لها.

٧- تجنب الحساسية Sensitivity

من خلال إعادة النظر في أسباب الأخطاء وتقبل النقد دون حساسيات مسبقة.

- الإطار النظري للدراسة:

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

توجد نظريات عديدة تتناول اتصالات الأزمة وتقدم الاستراتيجيات الاتصالية التي تستعين بها المنظمات والمؤسسات في إدارة الأزمات، وتركز نظريات اتصالات الأزمة على الحفاظ على صورة المنظمة وحماية سمعتها لدى الرأي العام، ومن أهم نظريات اتصالات الأزمة نظرية اتصالات الأزمة الموقفية "SCCT" Situational Crisis Communication Theory التي قدمتها Coombs، واختارت الباحثة نظرية اتصالات الأزمة الموقفية كإطار نظري للدراسة الحالية لأنها الأقرب إلى أهداف الدراسة وتساؤلاتها بالإضافة إلى توافقها مع الهدف الرئيسي للدراسة ويشمل تحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارتها لأزمة وباء الكوفيد 19 وذلك من خلال المؤتمرات الصحفية.

وتهتم النظرية بنوعان من اتصالات الأزمة وهما:

١- إدارة المعلومات " يقصد بها جمع المعلومات المتعلقة بالأزمة ونشرها".

٢- إدارة المعاني " يقصد بها إدارة معاني الأزمة في أذهان الجمهور".

وتولي نظرية اتصالات الأزمة الموقفية اهتمام كبير بإدارة مدركات الجمهور تجاه الأزمة المثارة من خلال التوافق بين المسؤولية عن الأزمة المنسوبة إلى المنظمة واستراتيجيات الاستجابة للأزمة، وبالتالي لا بد أن يعرف القائم بالاتصال " مدير الأزمة" كيف يخاطب الجمهور المستهدف الذي تأثر من الأزمة بطريقة مباشرة وغير مباشرة.

وتنفرد نظرية اتصالات الأزمة الموقفية بالطريقة التي يجب أن تتصل بها المنظمة استجابة للأزمة، وتحديد فاعلية استراتيجية الاستجابة الاتصالية للأزمة، وتهدف نظرية اتصالات الأزمة الموقفية إلى الحفاظ على سمعة المنظمة التي واجهت الأزمة وإعادة بنائها وأيضاً كيفية رؤية الجمهور إلى المنظمة وتعاملها مع الأزمة.

وتشير دراسة (Coombs 2014) ^{٤٢} إلى أن الاستجابة الفعالة للأزمات تعتمد على أربعة أمور وهي كالاتي:

١- تقييم الموقف.

٢- تحديد مدى تهديد السمعة.

٣- تاريخ المنظمة مع الأزمات وكيف تعاملت مع الأزمات السابقة التي تشبه الأزمة الحالية.

وتميز النظرية بين ثلاثة أنواع رئيسية من الأزمات التي تحدد مسؤولية المنظمة تجاه الأزمة وكيفية تأثير الأزمة على سمعة المنظمة لدى الجمهور والتقسيمات كالاتي:

١- النوع الأول من الأزمات تكون فيه المنظمة ضحية الأزمة ويشمل هذا النوع الأزمات الناتجة عن الكوارث الطبيعية، والأوبئة والفيروسات، وأيضا الشائعات التي تنسب للمنظمة نتيجة أزمة أو مشكلة داخل المنظمة حدثت نتيجة خطأ بفعل فاعل لاتقع مسؤوليته على المنظمة، وتهدد أزمة الضحية سمعة المنظمة بشكل محدود للغاية لأن المنظمة لا دخل لها فيه.

٢- النوع الثاني من الأزمات يحدث عندما يقع من المنظمة خطأ غير مقصود بسبب أزمة مثل ظهور عطل أو عيب فني في أحد منتجات المنظمة مثلما حدث في أزمة شركة تويوتا في عام ٢٠١٠ بسبب مشاكل الفرامل، ويتسبب هذا النوع من الأزمات في تهديد سمعة المنظمة بشكل متوسط.

٣- النوع الثالث من الأزمات يمكن منعه والوقاية منه ويحدث عندما ترتكب المنظمة خطأ مقصود يؤدي إلى نتيجة سلبية وقد تصل إلى مأساة مثل الأزمات الناتجة عن سوء الإدارة بين المسؤولين في المنظمة والموظفين بالمنظمة مثل حوادث السكك الحديدية وعلم الهيئة بوجود قطارات غير صالحة لنقل الركاب وعلى الرغم من ذلك تسمح المنظمة باستخدام القطارات غير الصالحة والمتهاكلة وينتج عن ذلك وقوع الحوادث والوفيات والإصابات بين الركاب مما يهدد سمعة المنظمة بشكل كبير وتتهم المنظمة بمسئوليتها الجنائية تجاه الحادث، وفي هذا النوع من الأزمات يصعب إعادة بناء سمعة المنظمة لدى الجمهور.

ووفقاً لنظرية اتصالات الأزمة الموقفية فإن تحديد تأثير الأزمة على المنظمة ومدى مسؤوليتها يساهم في تحديد الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة لموقف الأزمة، ويرجع مفهوم المسؤولية عن الأزمة لنظرية الإسناد حيث تركز نظرية الإسناد على كيفية إدراك الناس وشعورهم نحو الآخرين في حالة الفشل أو النجاح، وتلخص نظرية الإسناد المشاعر السلبية لدى الجمهور وأصحاب المصلحة تجاه المنظمة عند وقوع الأزمة مما يؤثر بالسلب على سمعة المنظمة ومصداقيتها، ويمكن تقييم الأزمة وتأثيراتها على المنظمة من خلال طول مدة الأزمة، كما يسمح تقييم التهديد على المدى الطويل والقصير بتقييم حجم الأزمة وأيضاً كيفية معالجتها.

وتناولت نظرية اتصالات الأزمة الموقفية عنصر التوقيت حيث أكدت على أهمية التدخل السريع للمنظمة لتوفير المعلومات للجمهور لكي تكون المصدر الأول للمعلومات وليس وسائل الإعلام الأخرى مما يقلل تهديد سمعة المنظمة وكسب ثقة جمهور المنظمة.

وبمجرد تحديد نوع الأزمة ومدى المسؤولية عنها وتحديد مستوى تهديد السمعة يمكن للمنظمة تحديد استراتيجيات الاستجابة للتعامل مع الأزمة والتي تمكن

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المنظمة من إدارة الأزمة، وتستمد استراتيجيات اتصال الأزمة من نظرية إصلاح الصورة التي تبناها ويليام بينو وقسمها كومبس إلى نوعين رئيسيين وهما: استراتيجيات استجابة أولية، واستراتيجية استجابة ثانوية.

وتشتمل استراتيجيات الاستجابة الأولية على ثلاث استراتيجيات أساسية وهم: الرفض، والتهوين، وإعادة البناء.

أما استراتيجية الاستجابة الثانوية تشتمل على استراتيجية التعزيز.

وتستعين المنظمة بهذه الاستراتيجيات بهدف حماية صورة المؤسسة أو تحسينها في موقف الأزمة.

وتشتمل استراتيجيات الرفض على ثلاث استراتيجيات وهم الهجوم، والإنكار، وكبش الفداء.

ومن خلال استراتيجية الهجوم تهاجم المنظمة الأشخاص الذين يزعمون بوجود الأزمة، وتستعين المنظمة باستراتيجية الإنكار للإشارة إلى عدم وجود أزمة، أما استراتيجية كبش الفداء تستعين بها المنظمة عندما تلقي مسؤولية الأزمة على شخص أو منظمة أخرى.

وتتضمن استراتيجية التهوين على استراتيجيات تقديم الأعذار واستراتيجية التبرير وتستخدم المنظمة تقديم الأعذار من خلال تفسير الأزمة بشكل يحد من مسؤوليتها، أما استراتيجية التبرير تلجأ إليها المنظمة للتقليل من تأثيرات الأزمة على الضحايا، وإبداء أسباب لتفسير الأزمة تقلل من ضرر الأزمة.

وتشتمل استراتيجيات إعادة البناء على ثلاث استراتيجيات وهم: التعويض، والإعتذار، وتحمل المسؤولية، وتستعين المنظمة باستراتيجية التعويض لدعم ضحايا الأزمة نفسياً ومادياً، وتعرب المنظمة عن أسفها لوقوع الأزمة والخسائر البشرية والمادية من خلال استراتيجيات الإعتذار، ومن خلال استراتيجيات تحمل المسؤولية تؤكد المنظمة على مسؤوليتها تجاه الأزمة والتصدي للتأثيرات الناجمة عن الأزمة.

أما استراتيجية التعزيز يتم من خلالها تذكير جمهور المنظمة وأصحاب المصلحة بالأعمال الجيدة والتاريخ الإيجابي للمنظمة، أو إطراء الآخرين والثناء على جهودهم تجاه الأزمة، أو إقناع الجمهور بمدى معاناة المنظمة وما تكبدته من خسائر مالية وبشرية بهدف خلق تعاطف إيجابي تجاه المنظمة مثل تصوير المنظمة باعتبارها ضحية طرف خارجي يسعى إلى تشويه سمعتها ومكانتها^{٤٣}.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وبتطبيق النظرية على الدراسة الحالية والتي تتناول استجابة منظمة الصحة العالمية لأزمة جائحة الكوفيد ١٩، وجدت الباحثة تخطيط المنظمة تجاه أزمة جائحة الكوفيد وذلك في المرحلة الأولى للأزمة التي امتدت من ديسمبر ٢٠١٩ حتى مارس ٢٠٢٠م وهي المرحلة التي أطلقت عليها الباحثة "مرحلة التأهب والاستجابة" حيث سادت حالة من الغموض حول طبيعة الوباء، وكيفية انتشاره والأعداد الحقيقية للمصابين بالكوفيد في مدينة وهان الصينية، وتحديد الوسيط الذي ينتقل من خلاله الفيروس، ومدى خطورته على حياة الانسان، ولذلك فإن منظمة الصحة العالمية استخدمت استراتيجية الفصل في بداية الأزمة -منذ الإعلان الأول عن حالات الإصابة بالفيروس في ٢٩ ديسمبر ٢٠١٩- لأن الأزمة محدودة في مدينة وهان الصينية، ونتيجة لذلك تعرضت المنظمة لأزمة تقييم الموقف وتحديد التوقيت المناسب لتقديم المعلومات للجمهور ودول العالم حول جائحة الكوفيد ١٩ -خاصة في بداية ظهور حالات الإصابة وانتقال العدوى بين البشر- ومع الانتشار السريع للفيروس بين دول العالم بدأت المنظمة تتبنى استراتيجية بناء الصورة الذهنية والدفاع عن دورها الدولي في مجابهة الفيروسات والأمراض وذلك من أجل تحقيق التأييد الدولي للمنظمة والتعاطف معها لكونها ضحية الأزمة.

وفي مرحلة الإنحسار المؤقت للجائحة نجحت المنظمة في استخدام استراتيجيات إعادة البناء واستعادت ثقة المجتمع الدولي وتعزيز دور رؤساء العالم تجاه الجائحة.

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الوصف والتحليل والتفسير للمشكلة البحثية، ومن ثم تسعى الدراسة الحالية إلى الوصف والتحليل الكمي والكيفي لإدارة أزمة الكوفيد بمراحلها المختلفة، وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة، ورصد استراتيجيات المعالجة التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة جائحة الكوفيد ١٩ من خلال المؤتمرات الصحفية.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح بالعينة باستخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وباستخدام منهج المسح تمكنت الباحثة من التحليل الكمي والكيفي للمادة الإعلامية موضوع التحليل، حيث تم اختيار عينة من المؤتمرات الصحفية التي تناولت جائحة الكوفيد ١٩ وتم بثها عبر الموقع الإلكتروني الخاص بمنظمة الصحة العالمية.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة كل المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية منذ إعلان الطارئة الصحية الكوفيد ١٩ بأنها تثير قلقاً دولياً في ٣٠ يناير ٢٠٢٠ وذلك لتحديد عينة من المؤتمرات الصحفية التي يبرز فيها الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة في إدارة أزمة الكوفيد في الفترة الزمنية التي حددتها الباحثة من ٢٩ يناير ٢٠٢٠ حتى ١٢ يوليو ٢٠٢١.

عينة الدراسة

بعد إطلاع الباحثة على كل المؤتمرات التي عقدتها منظمة الصحة العالمية منذ الإعلان عن جائحة الكوفيد ١٩، اختارت الباحثة عينة من المؤتمرات الصحفية التي تناولت استجابات المنظمة للأزمة، واستراتيجيات الاتصال التي ركزت عليها المنظمة في المؤتمرات الصحفية والتي تتيح إجراء المقارنة بين مراحل الأزمة الثلاث من حيث استراتيجيات الاتصال المستخدمة، ولذلك اعتمدت الدراسة الحالية على عينة من المؤتمرات قوامها ١٠٥ مؤتمراً صحفياً من إجمالي ٣٠٠ تقريباً.

- عينة الدراسة التحليلية:

١- المؤتمرات الصحفية التي عقدت بمنظمة الصحة العالمية وتزامنت مع مرحلة التأهب والاستجابة لأزمة الكوفيد ١٩، وقوامها ١٣ مؤتمراً صحفياً تم اختيارهم بطريقة عمدية بالتزامن مع مرحلة التأهب للأزمة وأهداف الدراسة، وحددت الباحثة مرحلة التأهب والاستجابة من ٢٩ يناير حتى ٣١ مارس ٢٠٢٠ وذلك لأن رئيس المنظمة أعلن عن الاستجابة العالمية للجائحة في هذه الفترة تحديداً نظراً لانتشار الفيروس خارج الصين.

٢- المؤتمرات الصحفية التي عقدت بمنظمة الصحة العالمية في مرحلة تصاعد الأزمة وقوامها ٨٤ مؤتمراً صحفياً وتم اختيارهم بطريقة عمدية بالتزامن مع مرحلة تصاعد الأزمة، وحددت الباحثة مرحلة تصاعد الأزمة على فترتين وهما: ٩ إبريل ٢٠٢٠ حتى ١٤ يناير ٢٠٢١، ومن ٤ مارس ٢٠٢١ حتى ١٢ يوليو ٢٠٢١ لأن نسبة الإصابات والوفيات بالفيروس ارتفعت بشكل كبير مقارنة بمرحلة التأهب السابقة، ونشرت المنظمة في هذه المرحلة استراتيجية الكوفيد ١٩ المحدثة التي تتضمن إرشادات للبلدان للانتقال من مرحلة الانتشار الواسع للفيروس إلى الثبات على حالة انخفاض الانتقال أو إنعدامه، وتهدف الاستراتيجية إلى سيطرة الدول على الجائحة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

في المجتمعات المحلية، والحد من الوفيات وتطوير لقاحات وعلاجات مأمونة وفعالة.

٣- المؤتمرات الصحفية التي عقدت بمنظمة الصحة العالمية في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة في الفترة من ٢٢ يناير حتى ١ مارس ٢٠٢١، وتزامن مع هذه الفترة إنحسار حالات الإصابة والوفيات بالفيروس، وإنخفاض مستوى انتشار العدوى وذلك مقارنة بمرحلة التصاعد.

ومن خلال متابعة الباحثة لأزمة الكوفيد ١٩ لاحظت عدم ثبات منحنى انتقال العدوى حيث تتأرجح معدلات الإصابة والوفيات ما بين الارتفاع المستمر والانخفاض المؤقت دون الكشف أو الوصول لأسباب عدم الثبات.

مبررات اختيار العينة التحليلية:

بناء على النقاط السابقة الخاصة بالعينة التحليلية يمكن عرض مجموعة من النقاط التي تبرز مبررات اختيار العينة البحثية وهي كالآتي:

١- اختارت الباحثة ١٣ مؤتمراً في مرحلة التأهب والاستجابة في الفترة من ٢٩ يناير حتى ٣١ مارس ٢٠٢٠، نظراً لاحتواء تلك المؤتمرات على رؤية رئيس المنظمة للأزمة وتقييمها الأولي، والإعلان عن بعض الاستراتيجيات التي سوف تعمل بها المنظمة لاحتواء الأزمة اتصالياً وصحياً، كما كشفت عينة المؤتمرات الصحفية في هذه الفترة عن مدى استعداد المنظمة للأزمة وتجاوبها دولياً واتصالياً.

٢- اختارت الباحثة عينة قوامها ٨٤ مؤتمراً في مرحلة تصاعد الأزمة في الفترة من ٩ إبريل ٢٠٢٠ حتى ٤ يناير ٢٠٢١، ومن ٤ مارس ٢٠٢١ حتى ١٢ يوليو ٢٠٢١، نظراً لإحتواء هذه العينة على مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية الأساسية التي حرصت الباحثة على تسليط الضوء عليها في الدراسة حيث تناولت استراتيجية ملتقى الطرق، واستراتيجية بناء الصورة، واستراتيجية التوجيه والارشاد، والاعلام والتوضيح، والاستجابة والدفاع، والتشجيع والتعاطف، كما أن استخدام هذه الاستراتيجيات في إدارة أزمة الكوفيد يكشف عن مدى تقييم المنظمة للأزمة ودورها في تجاوز الأزمة وعدم تفاقمها أو العكس.

٣- اختارت الباحثة ٨ مؤتمراً في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة في الفترة من ٢٢ يناير حتى ١ مارس ٢٠٢١ نظراً لإحتواء هذه العينة على مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها المنظمة في تلك المرحلة وحرصت

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

عليها في المؤتمرات الصحفية وتشمل استراتيجية التحذير، واستراتيجية الاستجابة والدفاع، واستراتيجية بناء الصورة، والتهدئة والاطمئنان، والتنبؤ.

وبناء على ماسبق فإن العينة التحليلية التي اختارها الباحثة مناسبة لأهداف المشكلة البحثية، وتجب عن تساؤلات الدراسة من خلال تحليل استراتيجيات الاتصال التي استعانت بها المنظمة لإدارة أزمة الكوفيد.

مراحل تكوين الأزمة	مرحلة التأهب والإستجابة	مرحلة التصاعد	مرحلة انحسار الأزمة مؤقتاً	المجموع
عدد المؤتمرات الصحفية	١٣	٨٤	٨	١٠٥

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في عملية جمع البيانات على أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لعينة من المؤتمرات الصحفية التي عقدت بالمنظمة، وقوامها ١٠٥ مؤتمراً بواقع ١٦٠ ساعة في الفترة من ٢٩/١/٢٠٢٠ حتى ٢٠٢١/٧/١٢، ويمثل المؤتمر وحدة التحليل.

إجراءات الصدق :

للتحقق من صدق استمارة تحليل الضمون وصلاحياتها لقياس ما وضعت لقياسه قامت الباحثة بتطبيقها على عينة من المؤتمرات الصحفية قوامها ٢٠ مؤتمراً للتأكد من فئات التحليل ومدى صدقها وملائمتها لأهداف الدراسة وتساؤلاتها كدراسة قبلية وبناءً على ذلك قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات الخاصة بفئات التحليل وإضافة بعض البنود والعناصر الخاصة بفئات التحليل في ضوء مشكلة الدراسة ورؤية الباحثة وأيضاً وفق ما أشارت إليه الكتب والمراجع^{٤٤} التي تناولت أسلوب تحليل المضمون كأداة بحثية تخضع لبعض المعايير العلمية.

إجراءات الثبات:

للتأكد من إتساق فئات التحليل قامت الباحثة بالتحليل لعينة من المؤتمرات الصحفية قوامها ٢٠ مفردة في الفترة من ٢٠٢١/١/١ حتى ٢٠٢١/١/٧، ثم أعادت التحليل مرة أخرى على نفس العينة في الفترة ٢٠٢١/٤/١ حتى ٢٠٢١/٤/٧م وتوصلت الباحثة إلى تشابه النتائج بين الفترتين، كما استخدمت الباحثة معادلة هولستي للثبات وبتطبيقها ظهرت نسبة الثبات ٨٩% مما يدل على نسبة إتفاق مقبولة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

قامت الباحثة بشرح وتحليل نتائج الدراسة وفق تساؤلات الدراسة وما تهدف إليه المشكلة البحثية من تقييم إدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد، وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها المنظمة لإدارة الأزمة.

وبناء على المشكلة البحثية قامت الباحثة بتحليل بعض العناصر الفرعية التي تساهم في تكوين الصورة الكلية لإدارة أزمة الكوفيد وتشمل (مدى وضوح الترجمة، وتحديد المصادر التي استعانت بها المنظمة، ونوعية الاستمالات الإقناعية، وأنماط التفاعل بين أطراف المؤتمر الصحفي، وملامح التغطية الصحفية)

١ - مدى وضوح الترجمة الفورية للمؤتمرات الصحفية الخاصة بالكوفيد ١٩.

جدول رقم (١)

النسبة	التكرار	وضوح الترجمة
٨٤,٨%	٨٩	واضحة جدا
٦,٧%	٧	واضحة إلى حد ما
٨,٦%	٩	لا توجد ترجمة فورية
١٠٠%	١٠٥	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى وضوح الترجمة الفورية المصاحبة لمؤتمرات منظمة الصحة العالمية، حيث تميزت بالوضوح بنسبة ٨٤,٨% مما يشير إلى اهتمام منظمة الصحة العالمية بالمؤتمرات الصحفية التي عقدتها بشأن جائحة الكوفيد ١٩، وجدية المنظمة في تنظيم المؤتمرات من حيث جودة الصوت وحرص المنظمة على توفير الترجمة الفورية لسبع لغات الأمم المتحدة.

واستعانت المنظمة بمجموعة من المترجمين للغات السبع الخاصة بالأمم المتحدة، وتميزت الترجمة بالوضوح ماعدا بعض المؤتمرات الصحفية التي عقدت في بداية الأزمة حيث لم تهتم المنظمة بالترجمة كما تم بث المؤتمرات الصحفية في بداية الأزمة باللغة الانجليزية فقط، وتشير هذه النتيجة إلى اهتمام المنظمة بالتواصل مع كل دول العالم وعبر البث المباشر للمؤتمرات الصحفية الخاصة بالكوفيد، وإتاحتها للجمهور وهذا يعد من أهم عوامل نجاح الاتصال في وقت الأزمة.

وترى الباحثة أن منظمة الصحة العالمية لديها فريق إعلامي مدرب على التواصل مع الجمهور وأصحاب المصلحة في وقت الأزمة من حيث إدارة الحوار بين رئيس

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المنظمة والمسؤولين بالمنظمة والصحفيين المشاركين في المؤتمر، ومن حيث الموضوعية وعدم التحيز لجهة إعلامية دون أخرى، والالتزام بمواعيد بداية ونهاية كل مؤتمر.

٢- المصادر التي اعتمدت عليها المنظمة.

جدول رقم (٢)

النسبة	التكرار	المصادر
٥٢,٤%	٥٥	التقارير الدولية
٢٦,٧%	٢٨	التجارب السريرية
١٣,٣%	١٤	الدراسات والأبحاث
٧,٦%	٨	لجان التحقيق والتقصي
١٠٠%	١٠٥	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى المصادر التي اعتمدت عليها منظمة الصحة العالمية في مؤتمراتها الصحفية الخاصة بجائحة الكوفيد ١٩، حيث جاءت التقارير الدولية في الترتيب الأول بنسبة ٥٢,٤%، وجاءت التجارب السريرية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦,٧%، والدراسات والأبحاث جاءت في الترتيب الثالث بنسبة ١٣,٣%، أما تقارير لجان التحقيق والتقصي جاءت في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ٧,٦%، تعد هذه النتيجة منطقية لسياسة منظمة الصحة العالمية التي تعمل بها تجاه الأوبئة والفيروسات التي تظهر على مستوى العالم، حيث طالبت منظمة الصحة العالمية من مكاتبها الإقليمية بضرورة رصد الفيروس وإصدار التقارير بشأن الحالة الوبائية في كل إقليم للوقوف على طبيعة الحالات المصابة بالفيروس الرئوي.

ولذلك اعتمدت منظمة الصحة العالمية على التقارير الدولية التي ترسلها كل دولة للمنظمة بشأن الوضع الوبائي وأدى ذلك إلى تأخر المنظمة في الإعلان عن الوضع الوبائي العالمي، ونتيجة لذلك وجهت انتقادات إلى المنظمة من قبل العديد من الدول الكبرى مثل أمريكا تشير إلى تواطؤ المنظمة مع دولة الصين.

ونلاحظ في هذه النتيجة أن تقارير لجان التحقيق وتقصي الحقائق جاءت بنسبة ٧,٦% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي المصادر التي اعتمدت عليها المنظمة في المعلومات التي قدمتها من خلال مؤتمراتها الصحفية مما يدل على عدم تعاون دولة الصين مع المنظمة من حيث السماح للمنظمة بمباشرة التحقيقات وتقصي أصل الفيروس

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

للكشف عن مصدره في مدينة وهان الصينية، ونتيجة لذلك لم يجب رئيس المنظمة عن أسئلة الصحفيين حول نتائج لجنة المنظمة المعنية بالتحقيق في منشأ الفيروس وتميزت إجاباته بالغموض وعدم الوضوح.

ومن ثم يمكننا القول بأن المنظمة اعتمدت بشكل أساسي على التقارير الدولية في معلوماتها الخاصة بالوضع الوبائي في مدينة وهان الصينية "منشأ الفيروس"، واستمر اعتمادها على التقارير الدولية بشكل أساسي لمتابعة الوضع الوبائي في كل إقليم، ثم بدأت المنظمة في الاهتمام بالتجارب السريرية لمعرفة الأدوية المضادة للفيروس، وتحديد أساليب التشخيص الأسرع والأفضل، وتحديد تطورات الفيروس لدى المرضى المصابين به، واختبار اللقاحات على عينة تجريبية من الأفراد ووضعهم تحت الملاحظة الطبية للكشف عن الأعراض الناجمة عن اللقاح المختبر ومضاعفاته، ثم اهتمت المنظمة بالدراسات والأبحاث العلمية الخاصة بالتطور الجيني للفيروس ومتحوراته والأدوية الجديدة واختبار مفعولها على متحورات الفيروس.

ومن خلال المؤتمرات الصحفية استطاعت المنظمة أن تدير المعلومات وفق مصادرها الأربعة من أجل حماية سمعتها والرد على الانتقادات الموجهة إليها من قبل المجتمع الدولي وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Chinonye Chris Wobodo and Others 2020)^{٤٥} حيث أشارت إلى أهمية اعتماد المنظمة على المصادر الموثوق فيها في إدارة الأزمات نظراً إلى حالة الصراع والغموض التي تسيطر على الجمهور في وقت الأزمة، مما يضيف المصدقية والثقة تجاه المنظمة ويساهم في الحد من تأثير الشائعات والمعلومات الخاطئة على سمعة المنظمة.

وعلى الرغم من اعتماد منظمة الصحة العالمية على مصادر للمعلومات ذات ثقة في إدارة أزمة الكوفيد ١٩- حيث اشرف على تقارير التجارب السريرية والدراسات والإبحاث الخاصة بجائحة الكوفيد ١٩ مجموعة من الخبراء الدوليين - إلا أن المجتمع الدولي طالب منظمة الصحة بنشر تقارير التحقيقات التي أجرتها المنظمة في مدينة وهان الصينية.

وبناءً على ذلك تتفق مع هذه النتيجة دراسة (سلوى سليمان الجندي ٢٠١٧)^{٤٦} حيث تشير إلى ضرورة إجراء التحقيقات الخاصة بأسباب الأزمة وتقديم نتائجها للجمهور أول بأول مما يدعم ثقة الجمهور في المنظمة.

والجدير بالذكر أن كلما أعلنت المنظمة أو المؤسسة التي تواجه الأزمة عن مصادر المعلومات التي استعانت بها في المؤتمرات الصحفية أو من خلال الأنشطة الإعلامية الأخرى كلما ساهم ذلك في نجاح المنظمة في إدارة الأزمة وتحقيق أهداف

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المنظمة، وبالتالي تحقيق نجاح للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة، لاسيما أن رئيس المنظمة كثيراً ما كان يشير إلى كلمة "وباء المعلومات" وتأثيراته السلبية على إدارة أزمة الكوفيد، كما أن اعتماد المنظمة على مصادر متنوعة لإدارة الأزمة بالإضافة إلى أن هذه المصادر قام بإعدادها هيئات بحثية وخبراء من جهات عديدة غير تابعة لمنظمة الصحة العالمية يزيد من مصداقية الرسائل الاعلامية المتضمنة في المؤتمرات الصحفية الخاصة بأزمة الكوفيد.

٣- الإستمالات الإقناعية المستخدمة في معالجة الجائحة والتي تناولتها المؤتمرات الصحفية

جدول (٣)

النسبة	التكرار	الإستمالات
٩,٥%	١٠	الإستمالات العاطفية
١٢,٤%	١٣	الاستمالات العقلانية
٧٨,١%	٨٢	الأثنين معاً
١٠٠%	١٠٥	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى الاستمالات التي استخدمتها المنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية حيث جاءت الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً بنسبة ٧٨,١%، وأيضاً جاءت الاستمالات العقلانية بنسبة ١٢,٤%، ثم جاءت الاستمالات العاطفية بنسبة ٩,٥%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مختار جلوي ٢٠١٦م)^{٤٧} حيث أشارت إلى استخدام الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً للتأثير على الجمهور والفوز بتأييده لموقف المنظمة والخطة التي تتبناها تجاه الأزمة، وأيضاً لكسب التضامن الدولي مع المنظمة، وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (ولاء الطاهر ٢٠١٧م)^{٤٨} حيث اعتمدت المنظمات الدولية على الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً في معالجة الأزمات ويعد ذلك منطقياً في معالجة الأزمات التي ينتج عنها ضحايا وخسائر مادية غير متوقعة، وهنا يمكن الربط بين نتائج هذا الجدول ونتائج الجدول رقم (٢) فالمنظمة اعتمدت على التقارير الدولية والتجارب السريرية والدراسات والأبحاث وتقارير لجان تقصي الحقائق وتقديم المعلومات والأدلة العلمية الخاصة بالفيروس بالإضافة إلى استخدام بعض الاستمالات العاطفية كالخوف من المتحورات الفيروسية والتعاطف الإنساني مع أسر الضحايا والتحذير من تفاقم الأزمة والتنبؤ بوقوع المزيد من ضحايا الفيروس، ويرجع ذلك إلى رغبة المنظمة في التأثير على العامل الإدراكي والعاطفي للجمهور وكسب تأييد وتضامن المجتمع الدولي بكل منظماته، وإبراز الدور الذي تقوم به المنظمة في محاولة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

إنحسار تأثيرات الفيروس ولوقف الهجوم والانتقادات التي واجهتها منظمة الصحة العالمية منذ بداية الأزمة.

وبناء على نتائج الجدول رقم (٢) ونتائج الجدول رقم (٣) فإن منظمة الصحة العالمية لديها آليات خاصة في إدارة أزمة الكوفيد من حيث مصادر المعلومات التي أعلنت عنها المنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية، وأيضاً من حيث الاستمالات الاقناعية والاستخدام المتوازن للاستمالات العقلانية والعاطفية، حيث أكد رئيس المنظمة في العديد من المؤتمرات الصحفية على ضرورة تقديم الدعم النفسي والعاطفي للأطباء وأسره، وأسر الضحايا، وتقديم رسائل التشجيع للتعاون بين الجمهور والحكومات من أجل إحتواء الأزمة.

وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (خيرت عياد ٢٠١٢) ^{٤٩} حيث أشارت إلى ضرورة أن يهتم فريق إدارة الأزمة بالجانب العاطفي والنفسي للجمهور المتصل بالأزمة وذلك لكي تحتفظ المنظمة بصورتها لدى جمهورها ومن ثم تكتسب ثقة الجمهور في وقت الأزمة.

٤- أنماط التفاعل بين القائمين بالاتصال والصحفيين كما جاءت في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (٤)

النسبة	التكرار	أنماط التفاعل
٨٥,٧%	٩٠	نمط نشط بين الطرفين
٩,٥%	١٠	نمط غير نشط من قبل القائمين بالاتصال
٤,٨%	٥	نمط غير نشط من قبل الصحفيين
١٠٠%	١٠٥	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى التفاعل بين القائمين بالاتصال والصحفيين في المؤتمرات الصحفية التي عقدها المنظمة بشأن الجائحة، حيث جاء التفاعل النشط بين الطرفين بنسبة ٨٥,٧%، وجاء التفاعل غير النشط من قبل القائمين بالاتصال بنسبة ٩,٥%، أما نمط التفاعل غير النشط من قبل الصحفيين جاء بنسبة ٤,٨%.

وتشير هذه النتيجة إلى اهتمام المنظمة بالتواصل مع الصحفيين والمراسلين من خلال المؤتمرات الصحفية والدليل على ذلك حرص المنظمة على إرسال توقيعات ومواعيد المؤتمرات الصحفية التي تعقدتها في مقرها بجينيف سويسرا- لكل الصحفيين والمراسلين وكل من يرغب في حضور المؤتمر عبر التليفون أو الزوم .

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وقامت الباحثة بمراسلة الفريق الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية عبر الإيميل الإلكتروني الخاص بالمركز الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية mediainquiries@who.int لمعرفة مواعيد المؤتمرات الصحفية والموضوعات التي سوف تناقشها المنظمة وضوابط المشاركة في المؤتمرات الصحفية، وبالفعل تواصل الفريق الإعلامي للمنظمة مع الباحثة عبر الإيميل حيث تضمنت الرسائل الإلكترونية مواعيد المؤتمرات الصحفية وكيفية المشاركة فيها، والموضوعات التي سوف يناقشها المؤتمر، والتنويه على ضرورة تقديم رجع الصدى من قبل الصحفيين والمشاركين في المؤتمرات الصحفية وذلك من خلال مراسلة الفريق الإعلامي للمنظمة، ومن ثم فإن المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية كانت تتسم بالتفاعل بين جميع الأطراف المشاركة في المؤتمرات الصحفية مما ساهم في نجاح المؤتمرات الصحفية بنسبة ٨٥,٧% مقارنة بنمط التفاعل غير النشط من قبل القائمين بالمؤتمرات الصحفية المنعقدة في المنظمة حيث جاءت بنسبة ٩,٥%، ونمط التفاعل غير النشط من قبل الصحفيين بنسبة ٤,٨%.

وتميزت المؤتمرات الصحفية التي نظمتها المنظمة بالتنظيم والإدارة الجيدة والاستخدام الفعال للبريد الإلكتروني الخاص بالمنظمة واستخدام خاصية الزوم في نقل المؤتمرات الصحفية، كما تميز التفاعل بين الصحفيين والمسؤولين في المنظمة بالإيجابية بنسبة ٨٥,٧% على عكس ما هو شائع عن سلبيات المؤتمر الصحفي من حيث سيطرة المسؤولين على المؤتمر الصحفي وعدم إعطاء الفرصة للصحفيين في طرح الأسئلة، وبناء على نتائج الجدول السابق يمكن القول أن المؤتمر الصحفي له أهمية كبيرة في إدارة الأزمات من حيث توفير إمكانية الاتصال والتفاعل السريع والمستمر بين المسؤولين والصحفيين في وقت الأزمة.

ومن ثم يمكننا القول بأن المؤتمر الصحفي نجح في إدارة أزمة الكوفيد إذ يعتبر من أهم الوسائل الاتصالية التي يمكن الاعتماد عليها في إدارة الأزمات الدولية.

٥- ملامح التغطية الصحفية للجائحة.

جدول رقم (٥)

النسبة	التكرار	ملامح التغطية
٤٨,٦%	٥١	تغطية محدودة الجوانب
١٨,١%	١٩	تغطية تناسب تطورات الأزمة
١٤,٣%	١٥	تغطية شاملة ومنظمة
١١,٤%	١٢	تغطية غير منظمة
٧,٦%	٨	تغطية غير موضوعية
١٠٠%	١٠٥	المجموع

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى شمولية التغطية الصحفية للمؤتمرات الصحفية عينة الدراسة، حيث تميزت التغطية بأنها محدودة بنسبة ٤٨,٦%، وجاءت التغطية مناسبة لتطورات الأزمة بنسبة ١٨,١%، ثم جاءت التغطية الشاملة والمنظمة بنسبة ١٤,٣%، أما التغطية غير المنظمة جاءت بنسبة ١١,٤%، وأخيراً جاءت التغطية غير الموضوعية بنسبة ٧,٦%.

ومن خلال نتائج الجدول السابق يمكننا القول بأن التغطية الصحفية التي قامت بها منظمة الصحة العالمية بشأن أزمة الكوفيد ١٩ نجحت في تناول تطورات الأزمة حيث تناولت المؤتمرات الصحفية التي تم بثها في مرحلة التأهب والاستجابة للجائحة رصد حالات الإصابة بالالتهاب الرئوي في دولة الصين، ثم قدمت حزمة شاملة من الوثائق الإرشادية^٥ تغطي موضوعات تتعلق بإدارة فاشيات الأمراض المستجدة، وقدمت مجموعة الأدوات والأساليب التشخيصية للفيروس وكيفية إتاحتها للدول الفقيرة ومتوسطة الدخل، ودعا مدير منظمة الصحة العالمية إلى عقد لجنة الطوارئ المعنية باللوائح الصحية الدولية بشأن تفشي فيروس كورونا المستجد، وقدمت لجنة الطوارئ بروتوكول علاجي بشأن فيروس الكوفيد ١٩، وفي مرحلة تصاعد الجائحة وارتفاع حالات الإصابة في كل دول العالم مما أدى إلى الإغلاق العام والحجر الصحي حيث تناولت المؤتمرات الصحفية أوضاع الجائحة في كل دولة مع تقديم الإحصاءات والالتزام بالإجراءات الاحترازية ثم بدأ مدير المنظمة بالتصريح عن التطعيمات واللقاحات الخاصة بجائحة الكوفيد ١٩ وحث المنظمات الدولية للمساهمة في مرفق كوفاكس لإتاحة الإمدادات العلاجية والتشخيصية واللقاحات الخاصة بجائحة الكوفيد، أما في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة تناولت المؤتمرات الصحفية إنخفاض مؤقت لمنحنى الحالة الوبائية في كل إقليم وحذرت من التهاون في الإجراءات الاحترازية نظراً لإنخفاض الإصابات والوفيات.

ومن ثم فإن التغطية الصحفية التي تميزت بها المؤتمرات الصحفية تغطية متناسب مع تطورات الأزمة بداية من مرحلة التأهب والاستجابة ومرحلة تصاعد الأزمة حتى مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

٦- استراتيجيات الاتصال المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (٦)

مرحلة الإنحسار المؤقت	مرحلة التصاعد	مرحلة التأهب والإستجابة	استراتيجيات الاتصال	
٧	٣٤,٥%	٢٩	٧,٧%	١
٦	٧١,٤%	٦٠	٧٦,٩%	١٠
٢	٢٣,٨%	٢٠	٢٣%	٣
٤	٩٥,٢%	٨٠	٢٣%	٣
-	٦٧%	٥٦	١٥,٣%	٢
٦	٥١,١%	٤٣	١٥,٣%	٢
٨	٨٥,٧%	٧٢	١٠٠%	١٣
٢	٤٦,٤%	٣٩	٢٣%	٣
٦	٤٤%	٣٧	٣٨,٤%	٥
٣	٨٣,٣%	٧٠	-	-
-	٢٣,٨%	٢٠	١٥,٣%	٢
٨	١٧,٨%	١٥	٣٠,٧%	٤
٥	١٣%	١١	٧,٧%	١
٢	١٥,٤%	١٣	-	-
٣	٦٧,٨%	٥٧	٢٣%	٣

* إجمالي عدد المؤتمرات عينة الدراسة ١٠٥ مؤتمر .

* قد يحتوي المؤتمر الواحد على أكثر من استراتيجية.

تشير نتائج الجدول السابق إلى الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة جائحة الكوفيد ١٩ بمراحلها الثلاث (مرحلة التأهب والاستجابة، ومرحلة التصاعد، ومرحلة الانحسار المؤقت للأزمة) وذلك كما جاءت في المؤتمرات الصحفية عينة الدراسة، حيث جاءت استراتيجية بناء الصورة الذهنية بنسبة ١٠٠% في المؤتمرات الصحفية التي تزامنت مرحلتي التأهب والاستجابة والانحسار

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المؤقت للجائحة، وجاءت استراتيجية التنبؤ في مرحلة الانحسار المؤقت بنسبة ١٠٠%، وجاءت استراتيجية ملتقى الطرق في المؤتمرات الصحفية التي تزامنت مرحلة التصاعد ٩٥,٢%، وفي مرحلة الانحسار المؤقت جاءت استراتيجية التحذير بنسبة ٨٧,٥%، وجاءت استراتيجية بناء الصورة الذهنية بنسبة ٨٥,٧% في مرحلة التصاعد، وجاءت استراتيجية التوجيه والارشاد في مرحلة التصاعد بنسبة ٨٣,٣%، وجاءت استراتيجية الاستجابة والدفاع في مرحلة الاستجابة والتأهب بنسبة ٧٦,٧%، وفي مرحلة الانحسار المؤقت جاءت استراتيجية الاستجابة والدفاع بنسبة ٧٥%، وجاءت استراتيجية تصحيح الشائعات في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة بنسبة ٧٥%، وجاءت استراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة بنسبة ٧٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاءت استراتيجية الاستجابة والدفاع بنسبة ٧١,٤% في مرحلة التصاعد، وجاءت استراتيجية الاعلام والتوضيح بنسبة ٦٧,٨% في مرحلة التصاعد، وجاءت استراتيجية التشجيع والتعاطف بنسبة ٦٧% في مرحلة التصاعد، أما استراتيجية التهدئة والإطمئنان جاءت بنسبة ٦٢,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاءت استراتيجية تصحيح الشائعات بنسبة ٥١,١% في مرحلة التصاعد، أما استراتيجية ملتقى الطرق جاءت في مرحلة الانحسار المؤقت بنسبة ٥٠%، وجاءت استراتيجية التبرير والاعتذار بنسبة ٤٦,٤% في مرحلة التصاعد، واستراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة جاءت بنسبة ٤٤% في مرحلة التصاعد، وفي مرحلة التأهب والاستجابة جاءت استراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة بنسبة ٣٨,٤%، وفي مرحلة الانحسار المؤقت جاءت كل من استراتيجية التوجيه واستراتيجية الإرشاد والاعلام والتوضيح بنفس النسبة ٣٧,٥%، وجاءت استراتيجية التحذير في مرحلة التصاعد بنسبة ٣٤,٥%، واستراتيجية التنبؤ جاءت بنسبة ٣٠,٧%، واستراتيجية رفض الهجوم جاءت بنسبة ٢٥% في مرحلة الانحسار المؤقت، وجاءت بنسبة ٢٣% في مرحلة التأهب والاستجابة، وجاءت بنسبة ٢٣,٨% في مرحلة التصاعد.

وتشير هذه النتائج إلى أن منظمة الصحة العالمية استخدمت استراتيجية بناء الصورة الذهنية بنسبة ١٠٠% في مرحلة التأهب والاستجابة ومرحلة الانحسار المؤقت للأزمة وجاءت بنسبة ٨٥% واستعانت المنظمة باستراتيجية الصورة الذهنية كاستراتيجية اساسية وذلك لحماية سمعتها أمام المجتمع الدولي ويظهر ذلك من خلال التقارير الصحفية التي قدمها رئيس المنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية حيث قدم من خلالها جهود المنظمة في مكافحة الأمراض والفيروسات مثل فيروس الايبولا والملاريا والحمى الصفراء وفيروس نقص المناعة المكتسبة والفيروس الكبدى وكيف انتشرت المنظمة على تلك الامراض وأصبحت نسبتها محدودة في العالم، كما حرص رئيس

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المنظمة على عرض جهود المنظمة في تتبع الفيروس عبر دول العالم وكيفية تشخيص الفيروس والعلاجات التي تم الاتفاق عليها مع لجنة الطوارئ الصحية بالإضافة إلى دعوته المستمرة للتضامن الدولي من أجل الخروج من الأزمة وإشادته بدور رئيس فرنسا في دعم المنظمة، ونشر أول تقرير للمنظمة بشأن الجائحة عبر المنصة الإلكترونية العامة لنشر المعلومات التقنية الموجهة إلى الأوساط العلمية ودوائر الصحة العمومية ووسائل الإعلام، والإعلان عن مخطط البحث والتطوير الذي يتمثل في استراتيجية وخطة التأهب على الصعيد العالمي.

وفي مرحلة التصاعد استعانت المنظمة باستراتيجية ملتقى الطرق بنسبة ٩٥% واستخدمت أيضاً استراتيجية التوجيه والارشاد بنسبة ٨٣,٣%، وتشير هذه النتيجة إلى اهتمام المنظمة بتوضيح الحالة العالمية للوباء والتوصية بضرورة التكاتف الدولي - "فلا نجاة لأي دولة دون نجاة الجميع من الفيروس" - بين جميع المنظمات الدولية والهيئات والاتحادات الدولية ورؤساء الدول لتوفير العلاجات وتبادل المعلومات الخاصة بالسلسلة الجينية للفيروس واللقاحات والأدوية وأساليب التشخيص.

وفي مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة سادت استراتيجية التنبؤ بنسبة ١٠٠% حيث صرح رئيس المنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية أن حالة انتشار الوباء ستعود بعد الانحسار المؤقت للأزمة ويجب الالتزام بالإجراءات الاحترازية المتفق عليها حتى لا يتفاقم الوضع الصحي في بعض دول العالم خاصة التي خففت من القيود والحجر الصحي، واستعانت المنظمة باستراتيجية التحذير بنسبة ٨٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت وتعد هذه النتيجة منطقية حيث حذرت منظمة الصحة العالمية من عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية نظراً لانخفاض الإصابات والوفيات وتخفيف الحجر الصحي في بعض الدول الأوروبية ودول شرق آسيا.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع مبادئ النظرية الموقفية حيث استعانت المنظمة باستراتيجية الصورة الذهنية كاستراتيجية أساسية لحماية سمعتها الدولية وإظهار مدى استجابتها تجاه الأزمة والدفاع عن قراراتها والسياسات التي اتخذتها تجاه الجائحة خاصة في حالة توجيه الانتقادات إلى المنظمة لتضامنها مع الصين.

وبناء على النظرية الموقفية لاتصالات الأزمة فإن منظمة الصحة العالمية وقعت ضحية للفيروس إلا أن المجتمع الدولي انتقد المنظمة بالتواطؤ مع دولة الصين خاصة بعد أن اتخذت منظمة الصحة العالمية موقف الدفاع المستمر عن الصين رغبة في عدم تسييس الأزمة والتعامل معها من منطلق أنها أزمة صحية تحتاج إلى التضامن الدولي،

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ولذلك استعانت المنظمة باستراتيجية إعادة البناء لتحسين صورتها والدفاع عن كيانها الدولي في مواجهة الانتقادات التي تعرضت لها منذ بداية الجائحة.
٨- أساليب الإتصال المستخدمة في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (٨)

مرحلة الإنحسار المؤقت		مرحلة التصاعد		مرحلة التأهب والاستجابة		أساليب الإتصال
٨	١٠٠%	٨٣	٩٨,٨%	١١	٨٤,٦%	نداءات الإستغاثة
٣	٣٧,٥%	٤٦	٥٤,٧%	٦	٤٦,١%	الأدوات الرقمية التفاعلية
٨	١٠٠%	٧٥	٨٩,٢%	١٣	١٠٠%	البث المباشر
٨	١٠٠%	٦٨	٨٠,٩%	٣	٢٣%	الحفر العميق لأبعاد الأزمة
٦	٧٥%	٥٦	٦٦,٦%	-	-	دمج الصحفيين والتفاعل معهم
١	١٢,٥%	٣٨	٤٥,٢%	٥	٣٨,٤%	الهروب وعدم المواجهة
٤	٥٠%	٢٩	٣٤,٥%	-	-	المواجهة وعدم الهروب

* إجمالي عدد المؤتمرات عينة الدراسة ١٠٥ مؤتمر .

* قد يحتوي المؤتمر الواحد على أكثر من أسلوب.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أساليب الإتصال التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة وباء الكوفيد ١٩، حيث استعانت المنظمة بتقنية البث المباشر بنسبة ١٠٠% في مرحلة التأهب والاستجابة وفي مرحلة التصاعد بنسبة ٨٩,٢%، أما في مرحلة الإنحسار المؤقت بنسبة ١٠٠%.

وتشير هذه النتيجة إلى التزام منظمة الصحة العالمية بالبث المباشر للمؤتمرات الصحفية التي تناولت جائحة الكوفيد ١٩، وعن نداءات الإستغاثة جاءت بنسبة ٨٤,٦% في مرحلة التأهب والاستجابة، وجاءت بنسبة ٩٨,٨% في مرحلة التصاعد، و ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة.

وتشير هذه النتيجة إلى نداءات الإستغاثة التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية في مراحل أزمة الكوفيد بسبب زيادة مستويات الفقر التي تزامنت مع جائحة الكوفيد نتيجة الإغلاق والحجر الصحي مما أدى إلى تسريح أعداد كبيرة من العمال في العديد من الشركات والمصانع خاصة في الدول الفقيرة ومتوسطة الدخل، بالإضافة إلى تدني الخدمات الصحية، وارتفاع نسبة البطالة في كل دول العالم، وتعطل كافة الأنشطة الاجتماعية والدينية مما تسبب في تأثيرات اقتصادية واجتماعية ونفسية لدى كل الفئات

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ولاسيما في المجتمعات المضطربة التي يسودها الحروب والنزاعات مثل اليمن وسوريا والسودان وليبيا ولبنان.

وركزت منظمة الصحة العالمية على الأدوات الرقمية التفاعلية في مرحلة التأهب والاستجابة بنسبة ٤٦,١% وارتفعت هذه النسبة في مرحلة تصاعد الأزمة عالمياً حيث جاءت بنسبة ٥٤,٧% ثم انخفضت في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة حيث جاءت بنسبة ٣٧,٥%، حيث جاءت الأدوات الرقمية التي استعانت بها المنظمة في أشكال عديدة مثل (Subscribe to WHO news releases and media packages, How can I find the latest COVID-19 content, guidance and must-know information from WHO?, Subscribe to Health Emergency Highlight)

بالإضافة إلى إمكانية إرسال الأسئلة إلى الفريق الإعلامي للمنظمة، وتوفير الإجابات عن التساؤلات سواء التي ترسل على الإيميل وأيضا التي توجه إلى المنظمة أثناء بث المؤتمرات الصحفية، كما اهتمت المنظمة بالاستعانة بتطبيق الواتس اب في توفير كافة المعلومات المطلوبة والتي يحتاج إليها الجمهور العام من خلال خاصية النداء الآلي.

ولم تهتم المنظمة بالمواجهة وعدم الهروب في مرحلة التأهب والاستجابة نظراً لحالة الغموض التي كانت سائدة في بداية الأزمة، حيث سادت المؤتمرات الصحفية التي عقدها رئيس المنظمة حالة من التخبط بين الصحفيين والمسؤولين في المنظمة تجاه أزمة الكوفيد، وطبيعة الفيروس، وكيفية انتقاله من الحيوان إلى الانسان ومن شخص إلى آخر.

واستعانت المنظمة بالحفر العميق لأبعاد الأزمة بنسبة ٨٠,٩% في مرحلة التصاعد، حيث ظهرت معلومات جديدة عن طبيعة الفيروس وكيفية انتقاله من شخص إلى آخر، وتحديد اسباب ارتفاع نسب الإصابات والوفيات في مناطق جغرافية معينة مثل دول أوروبا، ومن ثم أصبحت الأزمة أكثر وضوحاً في مرحلة التصاعد من حيث تحديد الاجراءات الاحترازية، والخدمات الصحية المتبعة، والأدوية واللقاحات، والتجارب السريرية، والتمويلات الدولية الخاصة بالإمدادات الصحية والعلاجية.

أما الهروب وعدم المواجهه جاء بنسبة ٤٥,٢% في مرحلة التصاعد، وبالفعل شهدت المؤتمرات الصحفية في مرحلة التصاعد هروب المسؤولين ورئيس المنظمة من الإجابة عن العديد من الأسئلة ولاسيما الخاصة بمنشأ الفيروس، والنتائج التي توصلت إليها بعثات المنظمة لمدينة وهان الصينية، وإدعاء المنظمة بأن نشاط لجنة الطوارئ به بعض السرية ولا يجب التصريح به.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

٩- الموضوعات المتعلقة بالجائحة كما جاءت في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (٩)

الموضوعات المتعلقة بالجائحة	التأهب والاستجابة	التصاعد	الانحسار المؤقت
اللحاق والتمنيع	-	٨٤	٦
التمويل "اقتصاديات الصحة"	٤	٧٥	٧
مبادرة مسرع الإتاحة ACT	١٢	٨١	٥
التدابير الصحية والوقائية	٨	٧٤	٥
أساليب العلاج والتشخيص	٣	٥٠	٣
الإصابة والأعراض	٥	٧٣	٨
المتحورات الفيروسية	-	٤٩	٧
نقص معدات الحماية الوقائية	٦	٦٣	-
المبادرات الدولية	٥	٥٤	-
بعثات منظمة الصحة لمدينة وهان	٣	٢٠	١
الإصابة والوفيات الخاصة بالأطباء والعاملين في الصفوف الأولى	٣	٣٧	-
حالة الأنظمة الصحية	٥	٧٧	٤
إعلان الطارئة الصحية العمومية دولياً	٤	-	-
الوضع الصحي في مدينة وهان	٤	-	-
التطعيمات الروتينية أثناء الجائحة	-	١٥	-

* إجمالي عدد المؤتمرات عينة الدراسة ١٠٥ مؤتمراً .

* قد يحتوي المؤتمر الواحد على أكثر من موضوع.

تشير نتائج الجدول السابق إلى اهتمام المنظمة بمبادرة مسرع الإتاحة ACT بنسبة ٩٢,٣% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٩٦,٤% في مرحلة التصاعد، ويعني ذلك اهتمام المنظمة بهذه المبادرة الدولية التي تتيح الإمدادات العلاجية والتشخيصية لفيروس كورونا المستجد وذلك على مستوى كل دول العالم، واهتمت المنظمة باللحاق والتمنيع بنسبة ١٠٠% في مرحلة تصاعد الأزمة حيث أعلنت المنظمة عبر مؤتمراتها الصحفية أهمية توفير اللقاحات الخاصة بفيروس كورونا المستجد لكل الشعوب الفقيرة لكونهم أكثر الفئات المستضعفة وأيضاً الدول ذات الأنظمة الصحية الضعيفة مثل دول أفريقيا والشرق الأوسط، كما حذرت منظمة الصحة العالمية من إحتكار الدول الغنية

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

للقاتح والاستحواد على كميات كبيرة من اللقاحات دون الحاجة إليها، ونتيجة للجائحة التي انتشرت في كل دول العالم ونتج عنها ارتفاع حالات الإصابة والوفيات بين الجمهور العام والأطباء والذين في الصفوف الأمامية.

وبناءً على ذلك فإن الأزمة أدت إلى النقص المتزايد في الإمدادات الطبية، والحاجة المستمرة للأدوية ولأساليب التشخيص وأسطوانات الأكسجين لإمداد غرف العناية المركزة بها، وغيرها من الاحتياجات الطبية التي فاقت قدرة الأنظمة الصحية في كل دول العالم وخاصة في الدول الفقيرة ومتوسطة الدخل.

ولذلك تناولت المؤتمرات الصحفية حالة الأنظمة الصحية في مرحلة تصاعد الأزمة بنسبة ٩١,٦%، وفي مرحلة الانحسار المؤقت جاءت بنسبة ٥٠%، وفي مرحلة التأهب والاستجابة جاءت بنسبة ٣٨,٤%، وبعد ذلك منطقياً لأن مرحلة تصاعد جائحة الكوفيد شهدت ضعف الأنظمة الصحية بالدول الغنية والفقيرة وبالطبع كانت الدول الفقيرة أكثر تضرراً مثل دول أفريقيا وبعض دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ودول أوروبا وأمريكا اللاتينية، ونتيجة لذلك تبنت منظمة الصحة العالمية مبادرة الصحة للجميع والتي من شأنها توفير الخدمات الصحية والرعاية الفائقة لكل الشعوب والدول خاصة الدول متوسطة وفقيرة الدخل، ومن ثم تناولت المؤتمرات الصحفية الخاصة بالجائحة ما يسمى باقتصاديات الصحة بنسبة ٨٩,٢% في مرحلة التصاعد وبنسبة ٨٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت وأيضاً جاءت بنسبة ٣٠,٧% في مرحلة التأهب والاستجابة، حيث طالبت منظمة الصحة العالمية كل دول العالم والمنظمات الدولية بضرورة الاهتمام بتوفير الرعاية الصحية اللازمة لكل إنسان دون مقابل مادي خاصة في الدول الفقيرة ومنخفضة الدخل، كما ناشدت منظمة الصحة العالمية الدول الغنية ورؤساء الدول الكبرى للاهتمام بالاستثمار في الصحة، وتقديم الدعم والتمويل للدول الفقيرة للنهوض بالرعاية الصحية اللازمة في وقت الأزمة وما بعدها.

واهتمت المؤتمرات الصحفية بموضوع نقص معدات الحماية الوقائية بنسبة ٤٦,١% في مرحلة التأهب والاستجابة، وبنسبة ٧٥% في مرحلة تصاعد الأزمة نتيجة لتفاجؤ الأزمة وانتشار الفيروس، وارتفاع حالات الوفيات بين الأطباء والتمريض، بالإضافة إلى ضعف الاهتمام بالطب الوقائي في الظروف العادية، وظهور النقص الواضح في معدات الحماية والوقاية في جائحة الكوفيد.

ومن ثم يمكننا القول بأن جائحة الكوفيد كشفت عن الضعف الواضح في الأنظمة الصحية ومدى استعدادها للطوارئ الصحية، كما أكدت على إهمال الطب الوقائي في أغلب الأنظمة الصحية واعتباره ليس له أهمية مقارنة بالطب العلاجي والتشخيصي،

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

ووجدنا هذا تحديداً في الدول الفقيرة ومنخفضة الدخل مما تسبب في ارتفاع الوفيات بين الأطباء والعاملين الصحيين^{٥١}.

وتناولت المؤتمرات الصحفية الإصابة والأعراض في مرحلة التأهب والاستجابة بنسبة ٣٨,٤%، وارتفعت النسبة في مرحلة تصاعد الأزمة بنسبة ٨٦,٩%، ثم ارتفعت في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة بنسبة ١٠٠%، ويعد ذلك منطقياً نظراً للغموض الذي صاحب الفيروس في بداية ظهوره في مدينة وهان الصينية، وعدم تحديد الأعراض وطرق انتقال العدوى وتحديد وسيط انتقال الفيروس من شخص إلى آخر بالإضافة إلى تشابه أعراض فيروس الكوفيد مع أعراض نزلات البرد، ومن خلال تتبع حالات الإصابة وإجراء الفحوصات السريرية على المصابين بالكوفيد، وتبادل التقارير العلمية الخاصة بالفيروس وطبيعته الجينية، وإخضاع حالات الوفيات بالفيروس للفحص السريري كل ذلك ساهم في تحديد الأعراض والكشف عنها من خلال أساليب التشخيص.

ونتيجة لارتفاع حالات الإصابة والوفيات بفيروس الكوفيد ١٩ في مرحلة التصاعد ووضوح العديد من المعلومات لدى لجنة الطوارئ بالمنظمة وتبادلها للمعلومات مع الأنظمة الصحية في العالم اهتمت المؤتمرات الصحفية بمناقشة الإصابة والأعراض بشكل أكبر مقارنة بمرحلة التأهب والاستجابة، واستمر اهتمام المؤتمرات الصحفية بموضوع الإصابة والأعراض في مرحلة إنحسار الجائحة بنسبة ١٠٠%، وقد يرجع ذلك لاكتشاف بعض المتحورات الفيروسية للكوفيد ١٩ في مرحلة إنحسار الأزمة مؤقتاً مثل متحور دلتا ومتحور دلتا بلس وتتشابه أعراض المتحورات الفيروسية مع أعراض الفيروس الأصلي، وبناء على ذلك من المنطقي أن تتناول المؤتمرات الصحفية المتحورات الفيروسية بنسبة ٨٧,٥% في مرحلة إنحسار الأزمة مؤقتاً حيث انخفضت مستويات الإصابات والوفيات بالفيروس ولكن ظهرت بعض المتحورات الفيروسية للكوفيد ١٩، والمتحور يعني التغيير الجيني للفيروس الأصلي ويلجأ الفيروس للتحور للعيش أكبر مدة زمنية في الوسط البشري، كما أن بيئة الفيروس المتحورة تحتاج إلى أدوية وأساليب علاجية تتناسب مع طبيعة الفيروس المتحورة والتي تختلف إلى حد ما عن طبيعة الفيروس الأصلي.

ونتيجة لانتشار الفيروس وتزايد أعداد الإصابات والوفيات وإنهاك الأنظمة الصحية أهملت التطعيمات الروتينية الخاصة بالأطفال مثل شلل الأطفال والحصبة والجديري، كما توقفت التطعيمات الخاصة بالمalaria وفيروس الإيبولا في العديد من الدول الأفريقية مثل الكونغو وزامبيا وغانا، ولذلك اهتمت المؤتمرات الصحفية بمناقشة التطعيمات الروتينية في مرحلة تصاعد الجائحة بنسبة ١٧,٨%، بينما لم تتناول المؤتمرات الصحفية موضوع التطعيمات الروتينية في مرحلتي التأهب والاستجابة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

والانحسار المؤقت للأزمة وتعد هذه النتيجة منطقية نظراً لتكريس كل جهود الأنظمة الصحية لمواجهة أزمة الكوفيد.

وبناء على هذه النتائج وتفسيراتها ونتائج جدول رقم (٦) يمكننا القول بأن منظمة الصحة العالمية اعتمدت على استراتيجيات بناء الصورة واستراتيجية الاستجابة والدفاع واستراتيجية الإعلام والتوضيح واستراتيجية التوجيه والإرشاد لإدارة اتصالات أزمة الكوفيد، حيث حرصت المنظمة على إدارة الأزمة من منطلق كل جوانبها والقضايا المرتبطة بها والتي شغلت الجمهور وكل دول العالم وذلك من خلال المؤتمرات الصحفية بواقع ساعة ونصف للمؤتمر الواحد، وهذا يعني أن منظمة الصحة العالمية حرصت على أن تكون المصدر الأساسي للمعلومات التي يحتاج إليها الجمهور مما يساهم في إعادة بناء الصورة الذهنية للمنظمة خاصة في وقت الأزمة وما بعدها.

٩- أبعاد الأزمة كما جاءت في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (٩)

أبعاد الجائحة	التأهب والاستجابة	التصاعد	الإنحسار المؤقت للأزمة
البعد النفسي	٤	١٨	٥
البعد الاجتماعي	٥	٣٣	٨
البعد السياسي	٦	٤١	٦
البعد الصحي	١٠	٧٨	٨
البعد الاقتصادي	٨	٨٠	٨
البعد البيئي	-	٤٧	٢
البعد العلمي	٤	٦٩	٨
البعد الإعلامي	١	٥٢	١

تشير نتائج الجدول السابق إلى ثلاثة أبعاد أساسية في المؤتمرات الصحفية وهم:

١- البعد الصحي حيث جاء بنسبة ٧٦,٩% في مرحلة التأهب والاستجابة، وجاء بنسبة ٩٢,٨% في مرحلة التصاعد، ثم جاء بنسبة ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

٢- البعد الاقتصادي حيث جاء بنسبة ٦١,٥% في مرحلة التأهب والاستجابة، ثم جاء بنسبة ٩٥,٢%، وارتفعت النسبة في مرحلة الانحسار المؤقت حيث جاءت بنسبة ١٠٠%.

٣- البعد العلمي حيث جاء بنسبة ٣٠,٧% في مرحلة التأهب والاستجابة، ثم جاء بنسبة ٨٢,١%، وارتفعت النسبة في مرحلة الانحسار المؤقت بنسبة ١٠٠%.

تشير هذه النتائج إلى ثلاثة أبعاد أساسية للأزمة اهتمت المنظمة بمناقشتهم من خلال المؤتمرات حيث ركز المتحدث الرسمي "مدير المنظمة" على البعد الصحي للجائحة العالمية وكيفية تقليل انتشار الفيروس، والحد من تفاقم الأوضاع الصحية المضطربة في دول العالم، وضرورة اتخاذ الإجراءات الوقائية وتبادل بروتوكول العلاجات المتفق عليها بين الدول والأنظمة الصحية، كما اهتمت المنظمة بالبعد الصحي من خلال استضافت بعض الشخصيات المتخصصة في مجال الأوبئة والفيروسات.

وشكلت المنظمة بعض اللجان المتخصصة لتتبع وضع الجائحة في كل دول العالم، ونتيجة للخسائر المادية والبشرية التي تكبدتها دول العالم نتيجة الجائحة فإن اهتمام المنظمة بالبعد الاقتصادي من خلال المؤتمرات الصحفية يعد منطقياً، وتجلت صور اهتمام المنظمة بالبعد الاقتصادي للأزمة من خلال دعوة رئيس المنظمة لرؤساء الدول الكبرى وعلى رأسهم أمريكا، ومجموعة الدول السبع، والدول العشرين، وصندوق النقد الدولي، والاتحاد الأوروبي، والجهات المصنعة للقاحات وجهات البحث العلمي من أجل تحقيق التكاتف الاقتصادي مع منظمة الصحة العالمية ومنظمة اليونسيف للطفولة والشباب والمرأة لتوفير الدعم المادي للمنظمة ولكل الدول الفقيرة ذات الأنظمة الصحية الضعيفة والهشة، وأيضاً اهتمت المنظمة بالجانب الاقتصادي للأزمة من أجل عودة الأنظمة الصحية لحالتها الأولى والنهوض بها لكي تكون أفضل وعلى استعداد لمواجهة أي وباء في المستقبل.

وبناء على النقاط السابقة فمن المنطقي اهتمام المنظمة بالبعد العلمي للجائحة حيث يعتبر التقدم العلمي والبحثي الطريق الوحيد للتخلص من الفيروسات والأوبئة التي تهدد الحياة البشرية ومثال على ذلك تحقيق الانتصار العلمي على مرض شلل الأطفال من خلال التطعيم ومرض الحصبة والحمى الشوكية والجذري وأيضاً الملاريا والايبولا في جنوب أفريقيا، ولذلك اهتمت منظمة الصحة العالمية بإرسال فرق بحثية من الخبراء والأطباء المتخصصين في علم الأوبئة والفيروسات لمدينة وهان الصينية وجامعة أكسفورد، كما استضافت المنظمة العديد من العلماء والخبراء في مجال الفيروسات من

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

خلال مؤتمراتها الصحفية، كما وفرت للصحفيين إمكانية التواصل مع ضيوف المؤتمرات الصحفية بشكل مباشر عبر خاصية الزوم .

ونتيجة لجائحة الكوفيد تأثرت الجوانب الاجتماعية والنفسية للجمهور، حيث اهتمت المؤتمرات الصحفية بالبعد الاجتماعي بنسبة ٣٨,٤% في مرحلة التأهب والاستجابة، و٣٩,٢% في مرحلة تصاعد الأزمة، ثم جاء بنسبة ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للجائحة، أما البعد النفسي جاء بنسبة ٣٠,٧% في مرحلة التأهب والاستجابة، وبنسبة ٢١,٤% في مرحلة تصاعد الأزمة، ثم جاء بنسبة ٦٢,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وتشير هذه النتيجة إلى النتائج المترتبة عن الجائحة من حيث الجانب الاجتماعي والنفسي حيث تسببت الأزمة في فرض القيود الاجتماعية وتوقف الأنشطة الاجتماعية والترفيهية والدينية في كل دول العالم، وطبقت إجراءات الحجر الصحي وإغلاق المدارس والجامعات والمطارات الدولية والداخلية، ونتيجة لذلك ارتفعت نسبة البطالة في المجتمعات، وتضرر فئات العمالة غير المنتظمة، بالإضافة إلى زيادة نسبة العنف الأسري ضد المرأة والطفل.

وبالنسبة للتأثيرات النفسية فإن بعض الفئات قد تضررت نفسياً من الجائحة مثل العاملين في الرعاية الصحية والعاملين في الخطوط الأمامية، ومن ناحيه أخرى تأثر الطلاب والأشخاص الذين يعيشون بمفردهم، وأولئك المصابين بحالات صحية نفسية أصلاً، ونتيجة للجائحة تعطلت خدمات الصحة النفسية في كل دول العالم، ومن ثم اهتمت منظمة الصحة العالمية بالجانب النفسي للأزمة وذلك بالتواصل مع دول العالم من أجل دعم الصحة النفسية للشعوب ومحاربة بعض الأمراض النفسية مثل الاكتئاب والقلق والتوتر والميل إلى الانتحار.

وتشير هذه النتيجة إلى أن منظمة الصحة العالمية واجهت الأزمة بكل جوانبها حيث لم تقتصر إدارتها للأزمة من منطلق البعد الصحي فقط وإنما قدمت رؤيتها للنهوض بكل الجوانب وكيفية معالجة جوانب القصور في الأنظمة الصحية لمواجهة الفيروسات المستقبلية، وأيضاً لتمكين الفئات الفقيرة من الحصول على الرعاية الصحية التي يحتاجون إليها دون مقابل مادي يزيد من فقرهم.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

١٠ - القائمين بالاتصال في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (١٠)

القائمين بالاتصال		مرحلة التأهب والإستجابة		التصاعد		الإنحسار المؤقت للأزمة	
رئيس المنظمة	١٠	٧٦,٩%	٨٤	١٠٠%	٨	١٠٠%	
المسؤولين بالمنظمة	٤	٣٠,٧%	٨٠	٩٥,٢%	٧	٨٧,٥%	
رؤساء دول العالم	٣	٢٣%	٢٠	٢٣,٨%	٣	٣٧,٥%	
مسؤولين دوليين	٢	١٥,٣%	٤٠	٤٧,٦%	٦	٧٥%	
الباحثين والخبراء الدوليين	-	-	٣٩	٤٦,٤%	٤	٥٠%	
الأطباء والعاملين الصحيين	-	-	١٤	١٦,٦%	-	-	
مسئولي مرفق كوفاكس	-	-	٧٤	٨٨%	-	-	
مسئولي جهات تصنيع اللقاحات	-	-	٥٣	٦٣%	-	-	

تشير نتائج الجدول السابق إلى تحديد القائمين بالاتصال في المؤتمرات الصحفية عينة الدراسة حيث جاء رئيس المنظمة الدكتور تيدروس بنسبة ٧٦,٩% في مرحلة التأهب والإستجابة، و بنسبة ١٠٠% في مرحلة تصاعد الأزمة والانهيار المؤقت للأزمة، وجاء المسؤولون بالمنظمة بنسبة ٣٠,٧% في مرحلة التأهب والإستجابة، و بنسبة ٩٥,٢% في مرحلة تصاعد الأزمة، وفي مرحلة الانحسار المؤقت جاء بنسبة ٨٧,٥%، وجاء رؤساء الدول بنسبة ٢٣% في مرحلة التأهب والإستجابة، وفي مرحلة التصاعد جاء بنسبة ٢٣,٨%، أما في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة جاء بنسبة ٣٧,٥%.

وجاء المسؤولون الدوليين بنسبة ١٥,٣% في مرحلة التأهب والإستجابة، وبنسبة ٤٧,٦% في مرحلة التصاعد، ثم جاء بنسبة ٧٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاء الباحثين والخبراء الدوليين في مرحلة تصاعد الأزمة بنسبة ٤٦,٤%، وفي مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة جاء بنسبة ٥٠%، وجاء الأطباء والعاملين الصحيين بنسبة ١٦,٦% في مرحلة تصاعد الأزمة، وجاء مسئولو مرفق كوفاكس جاء بنسبة ٨٨% في مرحلة تصاعد الأزمة، أما مسئولو جهات تصنيع اللقاحات جاء بنسبة ٦٣%.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وبناء على هذه النتائج فإن رئيس المنظمة احتل المرتبة الأولى في رئاسة المؤتمرات الصحفية الخاصة بالأزمة يليه المسؤولين بالمنظمة ويشمل أعضاء لجنة طوارئ المنظمة والممثل القانوني للمنظمة، ثم حضور بعض رؤساء دول العالم والمسؤولين الدوليين للمؤتمرات الصحفية ومشاركة كل من الباحثين والخبراء الدوليين والأطباء والعاملين الصحيين ومسؤولي مرفق كوفاكس وأيضا مشاركة مسؤولي جهات تصنيع اللقاحات، وتميزت مشاركة رؤساء دول العالم بالمشاركة الضعيفة وغير الدائمة، بينما شارك كل من الأطباء والعاملين الصحيين ومسؤولي مرفق كوفاكس ومسؤولي جهات تصنيع اللقاحات في المؤتمرات الصحفية التي تزامنت مع مرحلة تصاعد الجائحة، وتعد هذه النتائج منطقية إلى حد كبير حيث بدأ رئيس المنظمة في التواصل مع المجتمعات الدولية منذ مرحلة التأهب والاستجابة للجائحة وبمشاركة المسؤولين بالمنظمة مما يشير إلى اهتمام رئيس المنظمة بالتواصل الاعلامي منذ بداية الأزمة كنوع من الاستجابة للأزمة والدفاع عن الانتقادات التي واجهتها المنظمة منذ بداية الجائحة كما أن رئاسة رئيس المنظمة للمؤتمرات الصحفية تشير إلى جدية رئيس المنظمة وحرصه على معالجة الأزمة واحتوائها وتنفق مع هذه النتيجة دراسة (لببية عبد النبي ٢٠١٤)^{٥٢} حيث أشارت إلى الدور القيادي لرئيس نادي القضاة في معالجة أزمة إقالة النائب العام في فترة رئاسة الرئيس السابق محمد مرسي، وعلى الجانب الآخر أشارت دراسة (حسن نيازي ٢٠٢٠)^{٥٣} إلى أن اختفاء رئيس المنظمة في وقت الأزمة يساهم في زيادة حالة التوتر والإضطراب لدى الجمهور، ويساعد على انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة وقد يؤدي إلى ضعف المصداقية والثقة في المنظمة.

أما مشاركة الجهات الدولية ومسؤولي مرفق كوفاكس، وجهات تصنيع اللقاحات جاءت في مرحلة تصاعد الأزمة ويرجع ذلك إلى تأخر التضامن الدولي في مسرع الاتاحة ACT والاستجابة المتأخرة من جهات تصنيع اللقاحات لنداءات المنظمة بضرورة التضامن والتخلي عن حقوق الملكية العلمية لتيسير عملية توفير اللقاحات للشعوب الفقيرة والمستضعفة.

وترجع المشاركة الضعيفة لرؤساء دول العالم في المؤتمرات الصحفية إلى الموقف السلبي الذي اتخذته بعض الدول تجاه رئيس المنظمة والمسؤولين بالمنظمة.

وتشير هذه النتائج إلى أن منظمة الصحة العالمية لديها رؤية واضحة لإدارة أزمة الكوفيد حيث أشارت الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات إلى أن ظهور رئيس المنظمة والمسؤولين بالمنظمة في وقت الأزمة من خلال المؤتمرات الصحفية اليومية ثم أصبحت أسبوعية يضفي الجدية وتحمل المسؤولية أمام الجمهور، وحرص المسؤولين على الاتصال الدائم بوسائل الاعلام والجمهور والإجابة عن كل التساؤلات.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

١١- الجهات المستهدفة من المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (١١)

الجهات المستهدفة من المؤتمرات	التصاعد		التأهب والاستجابة		الإنحسار المؤقت للأزمة
	٢٥	%٢٩,٧	٢	%١٥,٣	
الولايات المتحدة	٢	%١٥,٣	١٣	%١٠٠	%١٢,٥
دولة الصين	٤	%٣٠,٧	١٠	%١١,٩	%٢٥
مجموعة الدول السبع	-	-	٧٩	%٩٤	%٧٥
كل شعوب العالم	-	-	٤٣	%٥١,١	%١٠٠
الإتحاد الأوروبي	٣	%٢٣	٢٠	%٢٣,٨	-
الدول المرتفعة الدخل	٥	%٣٨,٤	٣٨	%٤٥,٢	%٨٧,٥
الدول المنخفضة والمتوسطة الدخل	-	-	٣٢	%٣٨	%٧٥
المنظمات الدولية	١٠	%٧٦,٩	٤٠	%٤٧,٦	%٨٧,٥
الجهات المصنعة للقاحات	٥	%٣٨,٤	٥٨	%٦٩	%١٠٠
فئة الشباب	-	-	١٠	%١١,٩	-
أصحاب الأمراض المزمنة	٤	%٣٠,٧	١٠	%١١,٩	-
كبار السن	-	-	١٤	%١٦,٦	-
رؤساء دول العالم	١١	%٨٤,٦	٤٥	%٥٣,٥	-
المصابين بالكورونا	-	-	٢٣	%٢٧,٣	-
أسر الضحايا	٤	%٣٠,٧	٥	%٥,٩	-
الأطباء والتمريض	١٠	%٧٦,٩	٢٥	%٢٩,٧	%٦٢,٥
الدول العشرين	٥	%٣٨,٤	١٤	%١٦,٦	-
القيادات الدينية	٢	%١٥,٣	٤	%٤,٧	-

تشير نتائج الجدول السابق إلى الجهات المستهدفة من المؤتمرات الصحفية حيث جاءت دولة الصين بنسبة ١٠٠% في مرحلة التأهب والاستجابة للجائحة، وجاءت مجموعة الدول السبع بنسبة ٩٤% في مرحلة تصاعد الأزمة، وبنسبة ٧٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وخاطبت المنظمة كل شعوب العالم في مرحلة تصاعد الأزمة بنسبة ٥١,١% وبنسبة ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاءت الدول المرتفعة الدخل في مرحلة التأهب والاستجابة بنسبة ٣٨,٤%، و٤٥,٢% في مرحلة تصاعد الأزمة، و٨٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاءت المنظمات الدولية في مرحلة التأهب والاستجابة بنسبة ٧٦,٩%، و٤٧,٦% في مرحلة تصاعد الأزمة، و٨٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت، وخاطبت المنظمة الجهات المصنعة

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

للقاتحات جاءت بنسبة ٣٨,٤% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٦٩% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، وجاء رؤساء دول العالم بنسبة ٨٤,٦% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٥٣,٥% في مرحلة تصاعد الأزمة، والأطباء والمرضى جاءت بنسبة ٧٦,٩% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٢٩,٧% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ٦٢,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة.

وتشير هذه النتائج إلى أن دولة الصين استحوذت على المؤتمرات الصحفية التي عقدتها المنظمة في مرحلة التأهب والاستجابة للجائحة نظراً لأن الإصابات الأولى سجلت في مدينة وهان الصينية وتعارضت المعلومات بين الدول حول طبيعة الفيروس المستجد وهل ينتمي لمجموعة فيروسات كورونا أم ينتمي لفيروس سارس؟ ومن ثم خاطبت المنظمة المكتب الإقليمي التابع لها في دولة الصين للحصول على المعلومات اللازمة حول الإصابات وحالات الوفيات وكيفية انتقال الفيروس وما هو منشأ الفيروس؟ وغيرها من التساؤلات الموجهة إلى دولة الصين من خلال المؤتمرات الصحفية.

وفي مرحلة تصاعد الأزمة خاطب رئيس المنظمة الدكتور تيدروس كل من مجموعة الدول السبع، والجهات المصنعة للقاحات، وأيضاً الدول مرتفعة الدخل.

وبعد ذلك منطقياً حيث استهدف رئيس المنظمة تحقيق التضامن الدولي مع الدول الغنية والجهات المصنعة وذلك من أجل إمداد المنظمة بالتمويل المادي والبحثي في مجال الأدوية وأساليب التشخيص والقاحات الخاصة بالكوفيد ١٩، وأيضاً تشير نتائج الجدول السابق إلى الاهتمام الضعيف لمنظمة الصحة العالمية تجاه بعض الفئات المستهدفة في مراحل الأزمة الثلاث وتشمل (فئة الشباب وكبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة والمصابين بالكورونا وأسر الضحايا).

وتشير هذه النتائج إلى أن منظمة الصحة العالمية حرصت على التواصل مع العديد من الجهات الدولية وفئات من الجمهور وبعد ذلك من عوامل نجاح إدارة الأزمات الدولية حيث عرضت منظمة الصحة العالمية بعض السياسات والإجراءات الخاصة بإدارة أزمة الكوفيد وذلك على مستوى كل دول العالم والمنظمات الدولية واهتمت المنظمة بمناقشة العديد من القضايا والموضوعات المرتبطة بأزمة الكوفيد مثل تقديم الدعم النفسي لفئة الشباب وفئة المرأة، والبدء في استئناف التطعيمات الروتينية في كل دولة، وعرض استراتيجية اقتصادية تشمل كل الأنظمة الصحية.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

١٢ - أهداف أسئلة الصحفيين في المؤتمرات الصحفية.

جدول رقم (١٢)

مرحلة الإنحسار المؤقت للأزمة	مرحلة التصاعد	مرحلة التأهب والإستجابة	أهداف أسئلة الصحفيين
٣٧,٥%	٣	٤٠	توجيه الانتقادات
١٠٠%	٨	٧٤	الإستقصاء
٨٧,٥%	٧	٦٢	الإستفسار

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهداف أسئلة الصحفيين الموجهة للمسؤولين بالمنظمة من خلال المؤتمرات الصحفية وجاءت الانتقادات بنسبة ٩٢,٣% في مرحلة التأهب والاستجابة، وبنسبة ٤٧,٦% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ٣٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، والأسئلة ذات الأهداف الاستقصائية جاءت بنسبة ٦٩,٢% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٨٨% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ١٠٠% في مرحلة الإنحسار المؤقت للأزمة، أما الأسئلة ذات الأهداف الاستفسارية جاءت بنسبة ٧٦,٩% في مرحلة التأهب والاستجابة، و ٧٣,٨% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ٨٧,٥% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة.

وتشير هذه النتائج إلى أن منظمة الصحة العالمية واجهت العديد من الانتقادات في مرحلة التأهب والإستجابة سواء من قبل الصحفيين و وسائل الاعلام وأيضا من قبل الجمهور وانخفضت الانتقادات في مرحلة التصاعد ثم انخفضت حدة الانتقادات في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، ويرجع ذلك إلى غموض الأزمة في مرحلة التأهب.

وبالنسبة للأهداف الاستقصائية والاستفسارية للأسئلة جاءت بنسب مئوية مرتفعة في مراحل الأزمة الثلاث ويرجع ذلك إلى غموض الأزمة وعدم توافر المعلومات، وارتفاع الوفيات بين العديد من الفئات العمرية مثل الشباب على الرغم من المناعة القوية في تلك المرحلة العمرية، وعدم التوصل إلى بروتوكول علاجي فعال ومتفق عليه من قبل المتخصصين في المنظمة، كما سادت حالة من التخبط بين المسؤولين في المنظمة والأطباء العاملين في مجال الرعاية المركزة حول كيفية التعامل مع درجات الإصابة المختلفة للفيروس خاصة مع ظهور المتحورات الفيروسية، وعدم فعالية اللقاحات من حيث التحصين من الإصابة بالفيروس، واستمرار الوفيات بين فئات الجمهور ما عدا الأطفال ونتيجة لذلك ارتفع عدد الاسئلة الاستقصائية والاستفسارية في مرحلتي التصاعد والانحسار المؤقت للجائحة.

**ثانياً: التحليل الكيفي لإدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد ١٩ اتصالياً بالتطبيق
على المؤتمرات الصحفية**

وذلك في إطار نظرية الأزمة الموقفية:

١- من حيث الجانب التنظيمي للمؤتمرات الصحفية الخاصة بأزمة الكوفيد ١٩

حرصت منظمة الصحة العالمية على الاتصال بكل دول العالم منذ الإعلان عن حالات التهاب رئوي حادة خارج دولة الصين وتنبهت إلى أن الفيروس سوف ينتشر في كل العالم بصورة أكبر إذا لم يتم إتخاذ التدابير اللازمة لمكافحة الفيروس حيث سجلت حالات الإصابة خارج الصين ١٧٦ حالة وذلك في ٤ فبراير ٢٠٢٠، ولذلك اهتمت المنظمة بإجراء المؤتمرات الصحفية وتوجيه الدعوة للعديد من الصحفيين والاعلاميين حول العالم للمشاركة في المؤتمرات الصحفية ودعمت المنظمة المركز الإعلامي التابع لها ببعض المترجمين للغات الأمم المتحدة، كما وجه رئيس المنظمة الدكتور تيدروس الشكر الدائم لمندوبي وسائل الإعلام والصحفيين المشاركين في المؤتمرات الصحفية التي تنظمها المنظمة، حيث تكررت عبارة "أن مكافحة الإشاعات والتضليل جزء لا يتجزأ من مكافحة الفيروس ونعتمد عليكم لضمان أن تصل للناس معلومات دقيقة حول التهديد الذي يواجهونه"

٢- نوع الأزمة التي واجهتها منظمة الصحة العالمية:

وفقاً لنظرية الأزمة الموقفية تصنف أزمة الكوفيد ١٩ ضمن الأزمات العرضية التي تتعرض لها منظمة الصحة العالمية سواء على مستوى احدى الأقاليم التابعة للمنظمة أو على مستوى القارات والدول، ويمكننا القول بأن المنظمة في تلك الحالة تمثل الضحية، وتتسم أزمة الكوفيد ١٩ بأنها جائحة دولية-غير مسبقة- تسببت في العديد من التأثيرات السلبية ومنها فرض الإغلاق الكلي والحجر الصحي وتوقف الأنشطة الاجتماعية والدينية والثقافية بالإضافة إلى ما خلفته أزمة فيروس الكوفيد من الأعداد الكبيرة للمصابين والضحايا حول العالم.

وعلى الرغم من استجابة المنظمة للمعلومات التي قدمتها الصين بشأن ظهور حالات التهاب رئوي حادة في مدينة ووهان الصينية إلا أن أزمة الكوفيد شكلت تهديداً كبيراً على سمعة منظمة الصحة العالمية خاصة أن الأزمة قد امتدت على مدار سنتين ونصف، وتم توجيه اللوم على المنظمة وإسناد المسؤولية الكاملة عن أزمة الكوفيد ١٩.

٣- الإجراءات الاتصالية التي اتبعتها منظمة الصحة العالمية في مراحل الأزمة الثلاث.

عندما أبلغت الصين عن حالات الإصابة بالكوفيد قامت منظمة الصحة العالمية بتفعيل فريق دعم إدارة الأزمات بقيادة الدكتور "مايك راين" التابع لها ضمن إطارها

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

الخاص بالاستجابة للطوارئ مما يكفل التنسيق على ثلاث مستويات للمنظمة تشمل (المقر الرئيسي للمنظمة، والمستويان الإقليمي والقطري)، وحرصت المنظمة بقيادة الدكتور تيدروس على مناقشة التدابير اللازمة مع ١٥٠ مكتب قطري وذلك لمكافحة الفيروس وذلك في مرحلة التأهب والاستجابة للفيروس.

وطلب رئيس المنظمة من الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو جوتيريس تفعيل سياسة الأمم المتحدة لإدارة الأزمات من الناحية الاجتماعية والاقتصادية.

كما نظمت المنظمة منتدى عالمي للبحث والابتكار بشأن الكوفيد حضره أكثر من ٣٠٠ خبير وممول من ٤٨ بلداً، ومشاركة ١٥٠ آخرين عبر شبكة الانترنت، وناقش المنتدى مصدر الفيروس وتاريخه وطرق انتقاله وتشخيصه والتوصيف السريري والتدبير العلاجي والوقاية من العدوى ومكافحتها والبحث في مجال العلاجات واللقاحات، ودمج العلوم الاجتماعية في الاستجابة للكوفيد.

وأطلقت المنظمة حملة التوعية "ساهم في إيصال الرسالة لتسديد ركلة قاضية للكوفيد" بقيادة أشهر لاعبي كرة القدم في العالم، وتتضمن الحملة مجموعة من الارشادات الخاصة بالاتصال الجسدي بين أفراد العائلة والمجتمع ككل في ظل الكوفيد.

أطلق المدير العام للمنظمة وأمين الامم المتحدة خطة الأمم المتحدة للاستجابة الانسانية العالمية وذلك لمساعدة البلدان الفقيرة وذات الانظمة الصحية الضعيفة.

وتضامنت شركة جوجل والعديد من التطبيقات مثل الواتس اب وفايبر مع منظمة الصحة العالمية في إطلاق برنامج التنبهات الصحية لمنظمة الصحة العالمية حيث يقدم معلومات فورية ودقيقة عن الكوفيد ١٩ ومناح بلغات متعددة.

١- الاستجابة الاتصالية لمنظمة الصحة العالمية:

تميزت الاستجابة الأولى لرئيس المنظمة الدكتور تيدروس بالهدوء والحرص على تقديم المعلومات الخاصة بالكوفيد وتطوراتها والمتواليات الجينية للفيروس، رسالة رئيس المنظمة "المنظمة تشاطر جميع الناس قلقهم على صحتهم وصحة أصدقائهم وذويهم" ولذلك عقد رئيس المنظمة ١٢٠ إحاطة إعلامية، كما حرصت المنظمة على إنعقاد اجتماعات لشبكات الخبراء الدوليين، لتناول بعض الموضوعات المهمة مثل (الإدارة السريرية، والمختبرات وعلم الفيروسات، والوقاية من العدوى ومكافحتها، وعلم الوبائيات المصلي، والبحث والتطوير لأغراض التشخيص والعلاجات واللقاحات) حيث دأبت هذه الشبكات على عقد مؤتمرات عن بعد، ابتداء من يناير ٢٠٢٠، وتشمل هذه الشبكات آلاف العلماء والعاملين في مجال الطب والصحة العامة من جميع أنحاء العالم.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وقدمت المنظمة ١٤٩ دورة تعليمية لدعم الاستجابة لجائحة كوفيد-١٩ بما يشمل ٢٢ موضوعاً و٤٤ لغة وذلك عبر منصة المنظمة OpenWHO، واستفاد من هذه الدورات ٤,٧ ملايين شخص.

وبناء على نظرية اتصالات الأزمة الموقفية فإن منظمة الصحة العالمية استعانت باستراتيجية المسؤولية في مرحلة التأهب والاستجابة للجائحة والتي امتدت من ٢٩ يناير حتى ٣١ مارس ٢٠٢٠، حيث حرص المدير العام للمنظمة والمدير التنفيذي لبرنامج المنظمة للطوارئ الصحية "الدكتور مايك راين" بإجراء الاحاطات الإعلامية الخاصة بالكوفيد، وتقديم الارشادات الوقائية للحماية من الفيروس، وعرض المساعدات التمويلية على الدول الفقيرة ومنخفضة الدخل من أجل توفير العلاجات وأدوية التشخيص، كما حرص رئيس المنظمة على تقديم دراسة حالة الوباء في كل دولة و قطر.

وفي مرحلة التأهب والاستجابة للأزمة "تم تعيين ستة مبعوثين خاصين معينين بمرض الكوفيد بهدف إسداء المشورة الاستراتيجية وتبادلها مع مختلف دول العالم" وخلال شهر فبراير ٢٠٢٠ تلقى حوالي ١١٠٠٠ عامل صحي في أفريقيا التدريب في إطار الدورات الالكترونية بشأن الكوفيد التي تنظمها المنظمة وتتاح مجاناً على موقع المنظمة ومتاحة بالعديد من اللغات.

وفي مرحلة تصاعد الأزمة استعانت المنظمة باستراتيجية تحسين الصورة الذهنية وبناء السمعة حيث حرص رئيس المنظمة على استعراض جهود المنظمة تجاه العديد من الأمراض مثل الايبولا والملاريا والسكري والسرطان والايذز "أن المنظمة لا تكافح الكوفيد فقط ولكن تكافح أيضا العديد من الأمراض والفاشيات حول العالم وتحلل منات الاشارات المحتملة اسبوعياً"، " المنظمة تعمل ليلاً ونهاراً على تسريع وتيرة العلوم وتوفير حلول للتحديات المواجهه في الميدان وبناء التضامن الدولي"

ومن ثم حرص رئيس المنظمة والمسؤولين بالمنظمة على استخدام استراتيجية مفترق الطرق واستراتيجية الدفاع عن جهود المنظمة في أزمة الكوفيد، كما دعا رئيس المنظمة المنظمات الدولية إلى التضامن الدولي من أجل احتواء الأزمة والخروج منها بأقل الخسائر، وأشار رئيس المنظمة على "سنعمل معاً ومع أصحاب المصلحة لسد فجوة التمويل" "ونواصل ارسال ٢٥٠٠٠٠ اختبار إلى أكثر من ٧٠ مختبراً مرجعياً بالعالم تسهياً لإجراء الاختبارات فيها بطريقة أسرع" " ونواصل إرسال أقنعة وقفازات وأجهزة تنفس و ١٨٠٠٠٠ ثوب عزل إلى ٢٤ بلداً يلزمها الدعم وسنضيف إليها مزيداً من البلدان" " وإرسال ما يزيد عن ٣٠٠٠٠٠ مجموعة من معدات الوقاية الشخصية إلى العديد من البلدان في أفريقيا ونحن على استعداد لإرسال ما يقرب ٦٠٠٠٠٠ مجموعة أخرى إلى ١٩ بلداً في الفترة القادمة"

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

وفي مرحلة الانحسار المؤقت ركز رئيس المنظمة على استراتيجية التحذير من عدم الالتزام بالارشادات والاجراءات الاحترازية نتيجة لانخفاض معدلات الإصابة والوفيات بالفيروس، وبناء على ذلك استعان رئيس المنظمة باستراتيجية التنبؤ حيث أكد على أن منحنى الوضع الوبائي للكوفيد غير مستقر، وسوف تشهد الفترات القادمة ارتفاع وانخفاض في معدلات الإصابة والوفيات، وفي هذا السياق أكد رئيس المنظمة على "أن الوباء يشكل تهديداً لكل بلد غنياً أو فقيراً وحتى البلدان مرتفعة الدخل يجب أن تتوقع حدوث مفاجآت ويبقى الحل هو الحذر والالتزام بالاجراءات الاحترازية"

وبناء على النقاط السابقة يمكننا القول بأن منظمة الصحة العالمية نجحت في اختيار الاستراتيجيات الاتصالية الملائمة لكل مرحلة من مراحل الأزمة.

٢- الأساليب الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة اتصالات أزمة الكوفيد:

اعتمدت منظمة الصحة العالمية على نداءات الاستغاثة من خلال المؤتمرات الصحفية والتي يظهر بها بعض الاستراتيجيات الاتصالية مثل استراتيجية الدفاع، واستراتيجية بناء الصورة واستراتيجية رفض الهجوم، واستراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة حيث تمكن الفريق الإعلامي المسئول عن إدارة الأزمة بتقديم الرسالة الإعلامية التي يحتاج إليها الجمهور وأصحاب المصلحة مثل أعضاء المنظمة والمنظمات التابعة للأمم المتحدة وأيضاً المنظمات الدولية مثل منظمة البنك الدولي والتجارة الدولية، ولذلك نجحت منظمة الصحة في انضمام العديد من الكيانات الدولية للمبادرات الخاصة بجائحة الكوفيد والتي تشمل مبادرة مسرع الاتاحة ACT، ومبادرة الدعم العاجل لنظم إمدادات الطوارئ العالمية من أجل مكافحة الكوفيد، ومبادرة مجمع التكنولوجيات المتعلقة بكوفيد ١٩، وغيرها من المبادرات التي شهدت تضامناً دولياً من الدول الغنية مثل فرنسا والمانيا واليابان وكوريا الجنوبية وانضمام أمريكا للمبادرات الدولية وذلك بعد فوز الرئيس بايدن.

وأيضاً من الأساليب الاتصالية التي استعانت بها المنظمة في إدارة أزمة الكوفيد اتصالياً الأدوات الرقمية التفاعلية حيث دشنت منظمة الصحة موقع خاص للكوفيد يحمل اسم Covid 19، وأطلقت المنظمة نسخة من منصة التنبيهات الصحية على برامج الدردشة مثل Facebook Messenger, WhatsApp, Viber لإحاطة المستخدمين بالمعلومات اللازمة حول أزمة الكوفيد، وقدمت الردود الخاصة برسائل الجمهور من خلال الاتصال الآلي المدعم بالسبع لغات الأمم المتحدة، وتعاونت شركة جوجل العالمية مع منظمة الصحة العالمية في إنشاء منصة الكترونية خاصة بالارشادات والإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا المستجد، كما ساهمت منصة جوجل في تتبع رصد حالات الإصابة وتحديد المناطق التي ينتشر بها الفيروس.

**مناقشة أهم النتائج، وتقييم إدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد ١٩ في ضوء
أهداف الدراسة:**

١- نجحت منظمة الصحة العالمية في إجراء مؤتمراتها الصحفية الخاصة بجائحة الكوفيد وذلك من ناحية الجانب التنظيمي من حيث الإعلان المسبق عن ميعاد وتاريخ المؤتمر وتحديد توقيت البدء والانتهاج من المؤتمر، وتحديد الضيوف المشاركين في المؤتمر، بالإضافة إلى تحديد الموضوعات التي ستناقش في المؤتمر، كما قام الفريق الإعلامي بإدارة الحوار والمناقشة بين رئيس المنظمة والمسؤولين بالمنظمة وأيضاً الصحفيين والمراسلين المشاركين في المؤتمرات الصحفية وذلك عبر منصة الزوم.

٢- تميزت المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية بوضوح الترجمة الفورية للسبع لغات الأمم المتحدة، وحرص المسؤولين بالمنظمة على التفاعل الإيجابي مع الصحفيين والإعلاميين المشاركين في المؤتمرات الصحفية وذلك من خلال الإجابة عن أغلب الأسئلة الصحفية بنسبة ٨٥%.

٣- اعتمدت المنظمة على مصادر للمعلومات موثوقة ومعتمدة لدى الجمهور حتى تكون عملية اتخاذ القرارات مبنية على أسس علمية سليمة حيث استعانت بالتقارير الدولية ونتائج التجارب السريرية والأبحاث العلمية وتقارير لجان تقصي الحقائق، وحرص رئيس المنظمة على الإشارة لهذه المصادر من خلال المؤتمرات الصحفية.

٤- نجحت المنظمة في توجيه رسائلها للجهات المستهدفة "الجمهور وأصحاب المصلحة" حيث تمكن المسؤولين بالمنظمة من الاتصال بالجهات المستهدفة واستضافتهم في المؤتمرات الصحفية الخاصة بالكوفيد وتحقيق التضامن الدولي وتبادل المعلومات ونتائج الأبحاث وتوفير الامدادات المادية اللازمة حيث تضامن مع المنظمة كل من (رئيسة المفوضية الأوروبية، ورئيس البنك الدولي، ومجموعة الدول العشرين، ومجموعة الدول السبع، والأمم المتحدة، والتحالف العالمي للأمراض والأوبئة، وشركات تكنولوجيا المعلومات العالمية وأيضاً رؤساء دول العالم) والدليل دعم مرفق كوفاكس "ACT" من خلال ١٩٠ بلداً واقتصاداً.

٥- استعانت منظمة الصحة العالمية باستراتيجية الصورة الذهنية في مراحل الأزمة الثلاث من خلال المؤتمرات الصحفية ويعد استخدام المنظمة لمجموعة من الاستراتيجيات في إدارة الجائحة عالمياً أمراً منطقياً حيث اهتمت المنظمة ببناء صورتها الذهنية وتصحيح الشائعات والمعلومات الخاطئة وإجهاض الفكر الصانع للأزمة والتشجيع والتعاطف والإعلام والتوضيح والتوجيه والإرشاد وأيضاً التنبؤ والتحذير، ويمكن التأكيد على أن المنظمة استعانت بكل هذه الاستراتيجيات في أغلب المؤتمرات الصحفية التي تناولت الجائحة وذلك من أجل الحفاظ على

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

صورتها ومصادقيتها لدى الجمهور الدولي والمنظمات الدولية ورؤساء دول العالم خاصة بعد توجيه الانتقادات للمنظمة بأنها تتستر على دولة الصين ولا تستطيع أن تتخذ معها موقفاً دولياً، ولأنها دائمة الدفاع عن الصين، وتتهرب من الإجابة عن التساؤلات الخاصة بمنشأ الفيروس وتحديد الفاعل لهذه الجائحة.

٦- من أهم الأساليب الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة الكوفيد استراتيجية نداءات الاستغاثة حيث جاءت بنسبة ٨٤,٦% في مرحلة التأهب، و ٩٨,٨% في مرحلة تصاعد الأزمة، و ١٠٠% في مرحلة الانحسار المؤقت للأزمة، ولذلك نجد رئيس المنظمة الدكتور تيدروس وهو المتحدث الرسمي للمنظمة في المؤتمرات الصحفية يدعو جميع المنظمات الدولية كالاتحاد الأوروبي ومجموعة العشرين ومجموعة الدول السبع ومجموعة البنك الدولي واليونسيف وكل دول العالم والهيئات البحثية والمصنعة للقاحات والأدوية الخاصة بالجائحة وكل ذلك من أجل تحقيق التضامن الدولي مع المنظمة في أزمتها الدولية وتقديم الدعم المادي الكافي لمسرّع الإتاحة كوفاكس وتوفير اللقاحات الضرورية لفيروس الملاريا والايبولا في بعض الدول الإفريقية، وأيضاً لتقديم الدعم للفقراء والمهمشين والمستضعفين نظراً لسوء وضعهم أثناء الجائحة.

٧- حرص رئيس المنظمة على رئاسة المؤتمرات الصحفية وتقديم الكلمة الافتتاحية في كل مؤتمر صحفي، وتميزت الرسالة الاتصالية لرئيس المنظمة بالوضوح والدقة وتقديم المعلومات وتطورات الأزمة، وإلقاء الضوء على بعض المهام الدولية التي تقوم بها المنظمة بشأن العديد من القضايا الأخرى مثل مكافحة الفيروسات المنتشرة في إفريقيا مثل اليبولا وأمراض نقص المناعة "الأيدز"، وأمراض القلب والسمنة، وغيرها من القضايا الصحية التي تعمل عليها المنظمة بالتوازي مع الكوفيد، وظهور رئيس المنظمة في وقت الأزمة يساهم في تأييد الجمهور وأصحاب المصلحة للمنظمة وأيضاً يشير إلى التزام المنظمة بمسئولياتها تجاه الأزمة.

٨- على الرغم من حرص رئيس المنظمة على تقديم الدعم العاطفي والنفسي لأسر الضحايا والجمهور العام إلا إنه لم يقدم الدعم العاطفي والنفسي للمصابين بالكوفيد بشكل خاص مما أدى إلى انتشار الاحساس بالوصم عند الإصابة بالكوفيد وعدم الإفصاح عن الإصابة ونتيجة لذلك انتشرت نسبة الإصابات بين البشر في كل المجتمعات خاصة الفقيرة ومنخفضة الدخل.

٩- على الرغم من الدور الدولي الذي تقوم به منظمة الصحة العالمية تجاه الأوبئة والأمراض إلا إنها تفتقد للصلاحيات القانونية أو الحماية الدولية من حيث إجراء التحقيقات اللازمة في بؤر تفشي الأمراض دون تدخل من الدولة التي يظهر فيها الفيروس أو المرض، وأيضاً إعطاء الصلاحيات للمنظمة من حيث فرض العقوبات

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

على الدول أو الهيئات التي تتسبب في تفشي الأمراض أو الفيروسات التاجية في حالة ثبوت تورطها في إحداث إبادة بشرية أو إندلاع حرب بيولوجية.

١٠- استعان الفريق الإعلامي لمنظمة الصحة العالمية بالمنصات الإلكترونية مثل Meeting Cloud Zoom والموقع الإلكتروني للمنظمة <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> حيث تم البث المباشر للمؤتمرات الصحفية من خلال هذه المنصات، مما يؤكد على إدراك الفريق الإعلامي لدور المنصات الإلكترونية في إدارة أزمة الكوفيد.

- التوصيات والدراسات المستقبلية:

- ١- ضرورة الاهتمام بالدراسات التي تتناول إدارة الأزمات الصحية والأخذ بنتائجها ومحاولة تطبيقها في المنظمات والمؤسسات الصحية من أجل تحقيق الكفاءة في إدارة الأزمات اتصالياً.
- ٢- أن تهتم المنظمات بالتواصل الفوري مع الجمهور في وقت الأزمات، وتوفير المعلومات الصحيحة، وترصد الشائعات وتعالجها باستخدام الاستراتيجيات الاتصالية الملائمة.
- ٣- ضرورة تحديث الخطة الاستراتيجية التي تعتمد عليها المنظمات في إدارة الأزمات اتصالياً وذلك وفق نماذج علمية مثل نموذج هلنج، ونظرية اتصالات الأزمة الموقفية.
- ٤- أن تركز الدراسات على المؤتمر الصحفي ودوره في إدارة الأزمات.
- ٥- إجراء الدراسات التي تتناول خصائص فريق إدارة الأزمات ودوره في احتواء الأزمة.
- ٦- إجراء الدراسات الميدانية التي تتناول تقييم الجمهور لإدارة منظمة الصحة العالمية لأزمة الكوفيد اتصالياً.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

المراجع والمصادر:

- ¹ <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- ² Mario Coccia (2020), Critical Decision in Crisis Management, National Council Of Italy, Working paper Coccia lab,n45.
- ³ الاء بنت بكر علي الشيخ، دور تويتر أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة أزمة حريق محطة قطار الحرمين، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٣، المجلد ٢٠٢٠، م) ص ٩٦٣-١٠٣٢.
- ⁴ حسن نيازي الصبيحي، استراتيجيات العلاقات العامة الإتصالية المستخدمة في أزمة تحطم طائرة ماكس ٧٣٧ عبر الإنترنت دراسة حالة، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، العدد ١١، مايو ٢٠٢٠ م) ص ٤١-٧٠.
- ⁵ مقيدش إيمان هاجر، دور استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات المؤسساتية مقارنة تحليلية وصفية، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين- ألمانيا، العدد ١٣، المجلد ٤، نوفمبر ٢٠٢٠ م) ص ١١٨-١٣٠.
- ⁶ ثريا أحمد البدوي، وسائل الاتصال وإدارة الأزمات في الولايات المتحدة الأمريكية رؤية تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من ١٩٩٢م إلى ٢٠١٧م، Arab Media & Society, Issue 25, Winter 2018, PP109-120, www.Arabmediasociety.com
- ⁷ Yang Cheng and Others, (2017), Public Relations, Media Coverage, And Public Opinion Contemporary China: Testing Agenda Building Theory in A social Mediated Crisis, Telematics and Informatics, V34, pp765-773.
- ⁸ سلوى سليمان الجندي، الأنشطة الإتصالية لشركة مصر للطيران لإدارة أزمة الطائرة MS804 القادمة من باريس دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة كلية الإعلام، العدد ٥٩، يونيو ٢٠١٧ م) ص ١-٥٣.
- ⁹ ولاء محمد الطاهر، الإستراتيجيات الإتصالية لإدارة الأزمات بالمنظمات الدولية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ١٠، الربيع ٢٠١٧ م) ص ٤١-٩١.
- ¹⁰ ميرهان محسن محمد، الإستجابة الإتصالية لشركات الطيران أوقات الأزمات ودورها في حماية سمعة علاماتها التجارية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٨، الخريف ٢٠١٩ م) ص ٩٩-١٧١.
- ¹¹ Sergei A.Samoilenko (2016), Crisis Management and Communication Research in Russia, WWW.Researchgate.net, DoI; 10.1002/19781118516812.ch36, pp398-406.
- ¹² لبيبة عبد النبي، إدارة إتصالات الأزمة بنادي قضاة مصر دراسة حالة لأزمة إقالة النائب العام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٤٩ أكتوبر ديسمبر، ٢٠١٤ م) ص ٥٨٣-٦٠٠.
- ¹³ Mazzei, A & Ravazzani, S, (2014), Internal Crisis Communication Strategies to Protect Trust Relationships: A study of Italian Companies, International Journal of Business Communication.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ¹⁴ سميرة سطوطاح، الإتصال كأداة لتسيير الأزمات دراسة حالة لمؤسسة Toyota، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية (جامعة الجزائر، كلية الإعلام، العدد ١٥، ٢٠١٣م) ص ١٥٠-١٣١.
- ¹⁵ Gheotghe-Ilie FARTE(2013), Emotion Management in crisis situations, Journal of the seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric, 11(2), PP59-70.
- ¹⁶ خيرت عياد، معالجة العلاقات العامة والإتصال المؤسسي في طيران الإمارات لأزمة الرماد البركاني، مجلة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية (جامعة الشارقة بدولة الإمارات، كلية الإعلام، العدد ٢، المجلد ٩، يونيو ٢٠١٢م) ص ١٧١-١٤٩.
- ¹⁷ Howell, G & Miller, R. (2006), How The Relationship Between The Crisis Life Cycle And Mass Media Content can Better Inform Crisis Communication, University of Western Sydney, Available at: http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html, PP 1-10.
- ¹⁸ Ruth Wodak (2021), Crisis Communication and Crisis Management during Covid-19, Global Discourse 11(3), Doi; 10.1332/204378921X1610043123, pp1-20.
- ¹⁹ Yusuff A, Adrian R, Don E (2021), Risk Communication and Community Engagement Strategies for Covid-19 in 13 African Countries, Health Promotion Perspectives, vol 11(2), pp137-147. www.researchgate.net, DoI; 10.34172/hpp.2021.18.
- ²⁰ Ahmed F, Sherin A (2020), Government Communication Strategies during Corona Virus Pandemic; United Arab Emirates Lessons, Journal of Health Management, Vol22 (4), PP516-527, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0972063420983091>.
- ²¹ Dorien, K & Rayini, D (2020), Organizational Communication Responses to Covid19: Strategies and Practices, Journal Komunikasi Indonesia, V5, (2), pp 189-198.
- ²² Melissa G and others (2020), Communication Strategies and Media discourses in the Age of Covid-19 and Urgent need for Action, Health Promotion International, Vol 36(4), PP1178-1185, Doi; 10.1093/heapro/daaa136.
- ²³ آمال اسماعيل محمد، تقييم النخبة المصرية لإستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا "تقييم مرحلي"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٤، الجزء الرابع، يونيو ٢٠٢٠م) ص ٢٣٥٤-٢٣٨٨.
- ²⁴ محمد محمد عبد ربه، السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، العدد ١١، مايو ٢٠٢٠م) ص ٤٥٧-٤٦٥.
- ²⁵ نرمين على عجوة، استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الإجتماعي إزاء جائحة الكوفيد، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٤٥، الجزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠م) ص ٢٤٣٤-٢٤٨١.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19
دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ²⁶ مي عبد الكريم، المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1 (لبنان: دار النهضة العربية، ٢٠١٤م) ص ٤٠.
- ²⁷ حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥م) ص ٧٠-٨٠.
- ²⁸ حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، نفس المرجع السابق، ص ٨٠.
- ²⁹ تقرير حالة الوباء حول العالم بتاريخ ١٢/٩/٢٠٢١م، <https://covid19.who.int>
- ³⁰ <https://www.who.int/ar>
- ³¹ Colin Coulson (2021), Reviewing Corporate Purpose and Changing direction, A Monthly Journal of the Corporate Directors, Institute of Directors, www.Iodglobal.com.
- ³² Huang, Y.H, Wu, F & Cheng, Y (2015), Crisis Communication in Context: Some Aspects of Cultural Influence Under Pinning Chinese PR Practice, Public Relation Review, 42(1), 201-213. Doi: 10.10.1016.
- ³³ حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، مرجع سابق.
- ³⁴ Md.Sayeed Al Zaman (2021), Covid-19 Related Fake News in Social Media, Jahangirnagar University, www.Researchgate.net, Doi:10.3390.
- ³⁵ Mario Coccia, (2020), Critical Decision in Crisis Management, Previous Reference.
- ³⁶ Zbyslaw Dobrowolski (2020), After Covid19: Reorientation of Crisis Management in Crisis, Entrepreneurship and Sustainability Issues, 8(2), pp799-810. Http// doi.org.
- ³⁷ مقيدش إيمان هاجر، دور استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات، ص ١٢٦-١٢٧.
- ³⁸ خيرت عياد، معالجة العلاقات العامة والإتصال المؤسسي، مرجع سابق، ص ١٥٩.
- ³⁹ محمد محمد عبد ربه، السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، مرجع سابق، ص ٤٦٣-٣٦٥.
- ⁴⁰ حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، مرجع سابق.
- ⁴¹ Oberiri Destiny and Elif T (2019), Social Media and Crisis Management: A Review and Analysis of Existing studies: www.Researchgate.net.
- ⁴² Coombs, W.T (2014), Ongoing Crisis Communication Planning, Managing and Responding, Sage Publication.
- ⁴³ Coombs, Timothy W (2015), The Value of Communication during Crisis sights from Strategies Communication Research.
- ⁴⁴ شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩م) ص ١٦٣.
- ⁴⁵ Chinonye Chris Wobodo and others (2020), Conflict and Crisis Management: A Theortical Comparison, European Journal of Business and Management, Vol 12, No 2, PP16-20.
- ⁴⁶ سلوى سليمان الجندي، الأنشطة الإتصالية لشركة مصر للطيران لإدارة أزمة الطائرة MS804 القادمة من باريس، مرجع سابق، ص ٢٤-٣٠.

استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة Covid-19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي

- ⁴⁷ مختار جلولي، الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية دراسة مقارنة بين جريدتي الخبر والشروق حول أزمة غرادية، (الجزائر، جامعة باتنة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، رسالة دكتوراه، ٢٠١٦م) ص ص ١٤٠-١٧٠.
- ⁴⁸ ولاء محمد الطاهر، الإستراتيجيات الإتصالية لإدارة الأزمات بالمنظمات الدولية، مرجع سابق، ص ١١٣.
- ⁴⁹ خيرت عياد، معالجة العلاقات العامة والإتصال المؤسسي، مرجع سابق، ص ١٥٦.
- ⁵⁰ استراتيجية كوفيد ١٩ المحدثة الصادرة عن منظمة الصحة العالمية
- <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/strategies-plans-and-operations>.
- ⁵¹ <https://www.who.int/ar/director-general/speeches/detail/director-general-s-speech-on-building-health-systems-resilience-during-covid-19-and-beyond>.
- ⁵² لبيبة عبد النبي، إدارة إتصالات الأزمة بنادي قضاة مصر دراسة حالة لأزمة إقالة النائب العام، مرجع سابق.
- ⁵³ حسن نيازي الصيفي، استراتيجيات العلاقات العامة الإتصالية المستخدمة في أزمة تحطم طائرة، مرجع سابق.