

**"إدارة المنصات الإلكترونية الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة
لجائحة كورونا: دراسة تحليلية لموقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع
الالكتروني، ومنصتها على الفيسبوك"**
د. أسماء أبو بكر الصديق حسن حجازي*

الملخص:

تدور الدراسة حول الآليات التي ادارت بها وزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة لأزمة كورونا، عبر الموقع الإلكتروني للوزارة ومنصتها الاجتماعية عبر الفيسبوك، وكيف وظفت الوزارة هذه الإمكانيات التقنية في التعامل مع هذه الجائحة في كل مراحل الأزمة ومدى نجاحها في ادارتها، مع تبين أوجه الاتفاق والاختلاف بين الموقع الإلكتروني والمنصة الاجتماعية عبر الفيسبوك. تنتمي الدراسة الى نمط البحوث الوصفية، وتحدد مجتمع الدراسة في تحليل شكل ومضمون الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك تحليل شكل ومضمون منصة الوزارة على الفيسبوك في تعاملها مع جائحة الكوفيد19. اعتمدت الدراسة على نظرية الحوار، وتمثلت أداة جمع البيانات في إستمارة تحليل المضمون الكيفي للموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك منصة الوزارة على الفيسبوك. اوضحت النتائج العديد من نقاط الاتفاق والاختلاف بين الموقع الإلكتروني وصفحة الفيس بوك في كيفية إدارة الأزمة، كما اتضح أن دولة الإمارات تعاملت باحترافية مع جائحة كورونا عبر موقعها الإلكتروني ومنصتها التواصلية عبر الفيسبوك، وانعكست هذه الإدارة الناجحة في اعلان القائمين على وزارة الصحة وخدمة المجتمع ان دولة الامارات العربية المتحدة من اوائل الدول تجاوباً مع الجائحة منذ اليوم الاول، بل وتربعت على قمة دول العالم في العديد من المؤشرات الخاصة بالتعامل مع الجائحة بدءاً من مرحلة التصدي وصولاً إلى مرحلة التعافي وتخطي التداعيات الصحية والاقتصادية والاجتماعية للجائحة .

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا – وزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة – الموقع الإلكتروني – نظرية الحوار.

* أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الدار الجامعية، دبي.

Managing government electronic platforms in the United Arab Emirates for the Corona pandemic: an analytical study of the website of the Ministry of Health and Community Protection, and its platform on Facebook

Abstract

This study concentrates upon the mechanisms by which the Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates managed the Corona crisis, through the ministry's website and its social platform via Facebook, and how the Ministry employed these technical capabilities in dealing with this pandemic in all stages of the crisis and the extent of its success in managing it, with an explanation of the aspects Agreement and difference between the website and the social platform via Facebook. The study belongs to the descriptive research style, and defines the study community in analyzing the form and content of the website of the Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates, as well as analyzing the form and content of the ministry's Facebook platform in their dealings with the Covid-19 pandemic. The study relied on the theory of dialogue, and the data collection tool was the qualitative content analysis form of the website of the Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates, as well as the ministry's Facebook platform. The results clarified the points of agreement and differences between the website and the Facebook page, as it became clear that the UAE dealt professionally with the Corona pandemic through its website and its communication platform via Facebook, and this successful management was reflected in the announcement by those in charge of the Ministry of Health and Community Service that the UAE is one of the first countries In response to the pandemic since the first day, and even topped the world in many indicators for dealing with the pandemic, starting from the response stage to the stage of recovery and overcoming the health, economic and social repercussions of the virus.

Keywords: Covid-19 pandemic - Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates - Website - Dialogue Theory.

المقدمة:

تعرض المجتمع البشري خلال عام 2020 لأكبر خطر في تاريخ البشرية، ربما منذ نهاية الحرب العالمية الثانية عام (1945) من القرن العشرين، فقد ضرب فيروس كورونا أنحاء الكرة الأرضية، وأسقط ملايين الضحايا الذين فقدوا أرواحهم وآخرين أصابهم الفيروس القاتل وقلب مسارات حياتهم رأسًا على عقب، وما زال المجتمع الإنساني حتى اللحظة يعاني من هذه الأزمة غير المسبوقة، ويواجه مخاطرها دون أن تلوح في الأفق بادرة أمل حقيقية للخلاص من هذا الوباء، الذي تسبب في دمار اقتصاديات الدول، وأربك الأنظمة السياسية والاجتماعية، حيث فقد الملايين وظائفهم وخسر الاقتصاد العالمي مئات المليارات؛ نظرًا للتوقف شبه التام لحركة السفر والسياحة والتجارة، وتراجع الإنتاج، وقد حدث تبادل الاتهامات بين قوى كبرى في أوروبا والصين والولايات المتحدة الأمريكية عن مَنْ هو المتسبب في ظهور المرض القاتل وانتشاره الذي عصف بمستقبل الاقتصاد العالمي⁽¹⁾.

بدأت أزمة كورونا كأشهر أزمة صحية في تاريخ البشرية المعاصرة في الصين التي اضطرت في غضون أسابيع بعد انتشار الفيروس في جانفي 2020 إلى الحجر الصحي على أكثر من 60 مليون مواطن. وفي غضون شهري فيفري ومارس أضحت أزمة عالمية تشمل جميع دول وخاصة الولايات المتحدة والبرازيل وإيطاليا وأسبانيا ومازالت الأزمة مستمرة، وقد أدت إلى انهيارات متتالية في الاقتصاديات العالمية جراء الخسائر التي أحدثتها في الشركات العالمية بفعل تقييد حركة الأفراد والتجارة العالمية من جهة، وما سببته من خسائر بشرية من جهة أخرى. في ظل هذه الأزمة أصبحت منظمات الأعمال ومنها الإعلامية والصحية والتعليمية تواجه تحديات كثيرة في الاحتفاظ بإداراتها وتعزيز ما وقعها التنافسية من خلال اكتساب مزايا تنافسية والحفاظ عليها أطول فترة ممكنة واستدامتها. لذا أضحت البحث عن أساليب جديدة للتكيف مع الظروف حتمية للبقاء والاستمرار بالاستثمار في العديد من الأساليب التي يمكن أن تتجاوز بها تلك المنظمات الأزمة وتستفيد من مميزات التنافسية⁽²⁾.

وتؤكد العديد من الأطروحات العلمية ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أبرز الفواعل في إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد أو كوفيد - 19، وتزايد هذا الدور بصورة كبيرة بعد إجراءات الحجر المنزلي الاحتياطي أو حظر التجوال التي اتخذتها العديد من الحكومات حول العالم، فأصبحت هي المتنفس الرئيسي لجميع الأفراد، ليس فقط كوسيلة للتواصل وتنفيذ المهوم، بل أيضًا كوسيلة للحصول على المعلومات⁽³⁾.

أولاً: المشكلة البحثية :

تدور المشكلة البحثية حول الآليات التي أدارت بها وزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة أزمة جائحة كورونا عبر الموقع الإلكتروني للوزارة ومنصتها الاجتماعية عبر الفيسبوك، وكيف وظفت الوزارة هذه الامكانات التقنية في التعامل مع هذه الجائحة في كل مراحل الأزمة ومدى نجاحها في إدارة الأزمة، مع تبيان أوجه الاتفاق والاختلاف بين الموقع الإلكتروني والمنصة الاجتماعية عبر الفيسبوك.

أسباب اختيار المشكلة البحثية:

تعددت الأسباب التي جعلت من دراسة هذه القضية ضرورة علمية وأكاديمية لاعتبارات عدة منها على سبيل المثال:

- غزو فيروس كورونا المستجد اليوم للعالم مخلفا ضحايا وخسائر مادية ضخمة، ومثل هذه الأزمات العابرة للحدود تتطلب استجابة دولية، وهو ما تقوم عليه منظمة الصحة العالمية من خلال مؤسسات الرصد والإنذار الوطنية بسبب ما سببته هذا الجائحة من قلق دولي غير عادي، وهو ما يتم تقديره من قبل لجنة الطوارئ الدولية، وفقاً للوائح الصحية الدولية لسنة 2005، فبمجرد إعلان المنظمة مرض فيروس كورونا جائحة دولية يوم 11 مارس 2020 أدى ذلك لاستعداد الدول للمكافحة وإعلان التعبئة العامة، إلى جانب تحفيز المخابر الدولية على البحث عن الدواء واللقاح، هذه الجهود ترافقها المنظمة وموظفيها وخبرائها وبمواردها المادية والتقنية.

- **تداعيات أزمة كورونا** التي باتت تهدد أمن المجتمع. وقد أوضحت الدراسات أنه كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية، ولذلك فإن التغطية الإعلامية لقضية فيروس كورونا أصبحت تمثل حالة خاصة في العمل الاجتماعي، فمن المعروف أن وسائل الإعلام تستنفد كل طاقاتها لتقديم المعلومات الصحية المدعمة بالأرقام والإحصائيات.

- أظهرت بيانات جمعيتها دورية Nature وحللتها أن جائحة "كوفيد-19" خلقت حالة من الاضطراب في مجال العلوم خلال عام 2020، وأحدثت تحولاً في مجال النشر البحثي، فإن حوالي 4% من الإنتاج البحثي حول العالم خلال عام 2020 كُرس لفيروس كورونا، و2021 شهد أيضاً ارتفاعاً كبيراً في الأبحاث المقدمة للدوريات العلمية في مختلف المجالات – وهو ما يؤكد أن الكثير من الباحثين مكثوا في البيوت وركزوا على كتابة الأوراق البحثية بدلاً من إجراء التجارب العلمية.

- **يبني الكثير من الأفراد تصوراتهم عن المخاطر المحدقة به وفقاً لما تنشره وسائل الإعلام، والتي تعد وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي العام عن الجائحة، خاصة وأن المواقع الإلكترونية للصحف تملك ميزة كونها تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية، وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة، واتصافها بسمات اتصالية تستند لإمكانات متنوعة تشمل الصور، والرسوم الثابتة والمتحركة، والصوت، والفيديو، والموسيقى، ومواد أرشيفية، ووصلات فائقة، وغيرها من إمكانيات أخرى(4).**

ثانياً: الدراسات السابقة العربية و الأجنبية:

تعددت الدراسات العربية والأجنبية السابقة التي تم الرجوع إليها، وتم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت كيفية إدارة المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية الحكومية لأزمة كورونا.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت كيفية إدارة المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية غير الحكومية لأزمة كورونا . وسوف نشير إلى هذه الدراسة بشئ من التفصيل كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت كيفية إدارة المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية الحكومية لأزمة كورونا مثل دراسة سماح المحمدي (2021) حول "دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا(5) ودراسة هاني نجمي (2021) حول مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا لدى طلاب جامعة جازان(6)، ودراسة فلورا إكرام متي (2021) حول أطر الصورة لأخبار جائحة كورونا (دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي صحيفتي: لوفيجارو الفرنسية واليوم السابع المصرية(7)، ودراسة راجفكرام مادوراي (2020) Rajvikram Madurai(8) حول منظمة الصحة الهندية، دراسة راما كريشنا Rama Krishna (2020)(9) حول منظمة الصحة العالمية، دراسة كيانج شين Kiang Chen (2020)(10) حول أحد المواقع الحكومية التابع للصين، دراسة أوبرين ومورور O'Briem and Moore (2020)(11) حول منظمة الصحة العالمية ومنظمة البيئة والصحة والسلامة، ودراسة نشوي يوسف أمين اللواتي (2021) حول التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني و France 24 الفرنسي في نسختها الناطقة بالعربية(12)، ودراسة سابيني لى وآخرون Sabine Lee (2020) and Others(13) والتي دارت حول إدارة

الحكومة الكورية لقضية كوفيد 19، ودراسة جيهان سيد أحمد يحيي (2021) التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصادقية المصدر⁽¹⁴⁾، دراسة توم كريستensen (2020) Tom Christensen⁽¹⁵⁾ والخاصة بتعامل الحكومة النرويجية مع جائحة كورونا، دراسة عمر عيشوش وحسان بوسرسوب (2020) حول دور شبكة الفايبروك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا في الجزائر⁽¹⁶⁾ دراسة جون وجوشوا June and Joshua (2020)⁽¹⁷⁾ حول موقعين حكوميين تابعين لحكومة الصين، ودراسة كازي وآخرون A. Qazi and Others (2020)⁽¹⁸⁾ حول تحليل المعلومات الرسمية وعمل مقارنة مع معلومات أخرى من مصادر غير رسمية.

ومن خلال تحليل تلك الدراسات اتضح أن دراسة سماح المحمدي أشارت الى ارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قراراتها للحد من جائحة كورونا، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج كذلك عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية، الأمر الذي ارتبط بزيادة الثقة في أداء الحكومة بشكل عام.

وفي المقابل اشارت دراسة هانى نجمي الى ارتفاع درجة الاعتماد على وسائل الإعلام السعودية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا، واحتلت مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر الوسائل الإعلامية التي يتابعها أفراد العينة، واحتل (Twitter) أكثر التطبيقات استخدامًا ومتابعة، وجاءت المصادر الأكثر صدقًا خاصة (الحسابات الرسمية) في نشر المشاركات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا.

بينما اشارت دراسة فلورا متى إلى تشابه موقعي صحيفتي لوفيجارو الفرنسية واليوم السابع المصرية في الأطر الرئيسية وهي انتشار الوباء وعلاج الوباء وردود أفعال انتشار الوباء، مع استخدامهما لمكونات الصور: نوع الصورة وزاوية الكاميرا- نوع اللقطة- عدد الصور في الموضوع، واستخدام الألوان. وتشابهت نسب الصور التي لم يظهر بها المعالجات. واختلفا الموقعان في تحديد مصادر الصور حيث اعتمد موقع لوفيجارو على الوكالات الدولية متمثلة في الوكالة الفرنسية والبريطانية، بينما أغلب الصور في موقع اليوم السابع لم تذكر مصدرها، واختلفا أيضًا في إظهار السمات العاطفية السلبية، والإيجابية على الصور، كذلك اختلفا في أكثر الشخصيات المحورية تكرارًا، حيث جاء المواطنون العاديون في الموقع الفرنسي، بينما اهتم الموقع المصري بصور المصابين.

بينما بينت دراسة راجفيكرام مادوراي أكد على إتباع منظمة الصحة الهندية لإستراتيجية الصدمة لبث حالة من الخوف والقلق لدى الجماهير للإلتزام بالإجراءات الوقائية والاحترازية من الفيروس. ورأى الباحث أن تلك السياسة كانت بمثابة طريقة إيجابية لإجبار الجماهير على الإلتزام، بينما اختلف معه كل من أوبرين وموور، حيث رأى الباحثان أن نشر المخاطر الكبيرة للفيروس على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارات الصحة ومنظمة الصحة العالمية وبشكل مبالغ فيه أدى إلى زيادة مستويات التوتر والقلق والفرع، ولكن أضاف كل من الباحثين أن تلك الهيئات الحكومية كانت فعالة فى تقديم مواد واقعية ومعلومات طبية عن الوباء وذلك من خلال تسهيل التواصل بين أعضاء المجتمعات الطبية والمجال العلمى (متخصصون وأطباء) وتواصلهم مع الجمهور من خلال صفحات المواقع الرسمية.

وعلى صعيد آخر أشارت راما كريشنا إلى أن الحكومة الصينية كانت تميل إلى التكتم من خلال صفحاتها الاجتماعية على أخبار كورونا واعتبرتها أمناً قومياً يؤثر على الجانب الاقتصادى وذلك على عكس ما اتبعته حكومات الدول الغربية من خلال وسائلها الإلكترونية الرسمية وهو سياسة النشر المكثف والوضوح وأنه كلما زاد الاعتماد على التكنولوجيا فى نشر الأخبار كلما زادت درجة الوعى لدى الجمهور حول مخاطر كورونا. وأضاف كيانج شين أنه على الرغم من تكتم حكومة الصين على بعض المعلومات، إلا أنها من خلال منصاتنا الاجتماعية استطاعت أن تطبق إستراتيجية الحوار والنقاش والإستشهاد بالشخصيات العامة والمشاهير لإقناع الجمهور بالرسالة المقدمة من الدولة لدعم جهودها فى مواجهة أزمة تفشى كورونا. أما عن سابيني لى والآخرين، فقد أكدت نتائج دراساتهم على أن حكومة كوريا الجنوبية استطاعت من خلال منصاتنا الإلكترونية توظيف نموذج التعلم الرباعى Quadruple Loop Learning Model والذى يربط بين الحالة العامة للمجتمع الكورى والتعلم الداخلى والتعلم فى المرحلة الأولى والتعلم الخارجى وراء الكواليس وبناء عليه دأبت حكومة كوريا الجنوبية على مراجعة افتراضاتها باستمرار وتصحيح إجراءاتها وفقاً لتطورات الوضع، ولذلك رأى هؤلاء الباحثون إن إدارة الأزمات فى كوريا الجنوبية واحدة من أنجح الحالات، وأضافوا أن الحكومة أيضاً استطاعت من خلال منصاتنا الإلكترونية إلى تطبيق التعلم التنظيمى Organizational Learning Model والذى يدور حول منهج القيادة الرشيدة التكيفية، فقرارات الحكومة كانت مبنية على الأدلة والأحكام المقدمة من خلال المتخصصين وقد ظهر ذلك بوضوح من خلال المنصات، بالإضافة إلى إظهار حالات التطوع من جانب الجماهير فى إدارة الأزمة.

وفي نفس سياق الإدارة الفعالة من قبل الحكومات لأزمة كورونا من خلال مواقعها الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، بينت دراسة جيهان سيد أحمد يحيى ان المواقع الرسمية الحكومية كانت من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات لجائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي، يليها "موقع منظمة الصحة العالمية"، ثم "صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي"، وأخيرًا جاءت "مواقع التواصل الاجتماعي" وتمثلت أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا "الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلًا من القليل والكثير"، ثم "الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة"، يليها "الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث"، وأخيرًا "إسناد الأخبار إلى مصادرها، مع وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

أشارت نتائج دراسة توم كريستنسين إلى تفوق حكومة النرويج في إدارة أزمة كورونا من خلال توظيف استراتيجية بناءة تعتمد على التعاون والعمل والتواصل الناجح مع الجمهور، أي أن نجاح الحالة النرويجية ارتبط بالعلاقة بين القدرة على إدارة الأزمات والشرعية الديمقراطية، الأمر الذي عزز ثقة المواطنين في الحكومة وشرعية الحكم. وأشارت دراسة نشوى اللواتي إلى اختلاف الموقعين الإخباريين محل الدراسة فيما يتعلق بمصدر الصور المنشورة، بحيث تصدرت وكالة الأنباء الفرنسية المرتبة الأولى، وفي مجالات تناول الجائحة كانت الأولوية للمجال الطبي، يليه السياسي بما يتناسب مع طبيعة الجائحة، ويتناسب حاجة الساسة لاتخاذ إجراءات احترازية بشأنها ودور وسائل الإعلام في إبراز ذلك، وأخيرًا فيما يتعلق بأنماط الصور المستخدمة في التغطية المصورة لجائحة فيروس كورونا بحيث كانت الصورة الموضوعية هي الغالبة، وتمت الاستفادة من النماذج السيميائية في تحليل الصور، وفيما يتعلق بالدوال الأيقونية الخاصة بالأشخاص فقد كانت الغلبة لـ "الشخصيات القيادية العامة" للتركيز على دور الدولة من خلال تصريحات الرؤساء.

وبينت دراسة عمر عيشوش وحسان بوسرسب ان صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية على الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الجزائرية أدت دورا فعالا في تعزيز التوعية الصحية السليمة، وأن أهم المواضيع التي تقدمها هي زيادة الوعي، والتواصل مع الجهات الطبية، الفحص الدوري المبكر، أن الإشباع المحققة من هذه الصفحة على الفيسبوك شبكة الفايبيوك تمثلت في زيادة الثقافة الصحية والاهتمام بالنظافة الشخصية وكذلك إكساب العادات الصحية السليمة والتوقف عن الممارسات والعادات الصحية السيئة وخاصة الفحص الدوري المبكر.

بينما أضافت نتائج دراستي كل من جون وجوشوا وكازي وآخرون أنه إلى جانب شفافية ومصداقية الحكومات التي تنعكس من خلال إدارتها لجائحة كورونا عبر منصات التواصل الاجتماعي، لا بد من وجود حلقات الحوار بين الجمهور والحكومات من خلال الوسائل الإلكترونية المختلفة، كذلك حلقات الحوار بين الجمهور والجهات الصحية الرسمية من خلال وسائلها الإلكترونية المختلفة، حيث أن هذه الحلقات من شأنها أن تنشأ علاقة إيجابية بين الحكومة والجمهور.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت كيفية إدارة المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية غير الحكومية لأزمة كورونا، مثل دراسة هبة الله السيد صالح (2021) حول فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا⁽¹⁹⁾، ودراسة سمر عز الدين جلال (2021) حول تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم⁽²⁰⁾، ودراسة نجوى إبراهيم سيد إبراهيم (2021) حول سمات خطاب تعليقات القراء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا⁽²¹⁾، ودراسة ليزا سينج Liza Singh (2020)⁽²²⁾ حول موقع تويتر ودوره، دراسة جاد أويدت (2020) Jad Ouaidet⁽²³⁾ حول صفحات التواصل الاجتماعي للفتوات التليفزيونية، ودراسة ولاء مصطفى يحيى (2021) حول فاعلية تقنية الشات بوت "روبوتات المحادثة" بالمؤسسات الصحية في التوعية الصحية بفيروس كورونا⁽²⁴⁾، دراسة سيجانج بارك (2020) Sejung Park⁽²⁵⁾ حول تأطير الأخبار الخاصة بكورونا والمناقشات على تويتر، دراسة زينجوا شانج وموكسنيج لي (2020) Xinghua Chang and Maoxing Liu⁽²⁶⁾ حول التوعية الإعلامية على مواقع مختلفة من مواقع التواصل، دراسة الجمعية البريطانية للأوبئة (2020) The British Infection Association⁽²⁷⁾ حول موقع WeChat للتواصل الاجتماعي، دراسة جياوي لي (2020) Jiawei Li⁽²⁸⁾ حول منصة Weibo الصينية، دراسة ريما كاراسنيها (2020) Reema Karasneha⁽²⁹⁾ حول أدوار مواقع تواصل مختلفة في إمداد الجمهور بالمعلومات، ودراسة هان بارك (2020) Han Park⁽³⁰⁾ حول المحادثات والأطر الإخبارية الطبية على تويتر، ودراسة نورة حمدي أبو سنة (2021) علاقة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات باتجاه المصريين المغتربين في السعودية نحو لقاح فيروس كورونا المستجد⁽³¹⁾.

ومن خلال تحليل تلك الدراسات: أشارت هبة الله صالح ان الى ان غالبية أفراد العينة يتابعون أخبار الفيروس عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ مما يثبت أن الأفراد في أوقات

الأزمات يسعون إلى متابعة وسائل الإعلام بشكل مكثف لملء نقص المعرفة وتقليل حالة التوتر التي يعانون منها، وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور لمحتوى فيروس كورونا في وسائل الإعلام المختلفة، ومدى مشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي، وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية بفيروس كورونا.

وأوضحت دراسة سمر عز الدين جلال أن (91%) من عينة الدراسة يهتمون إلى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة على الفيس بوك، وأن (62%) من العينة يثقون إلى حد كبير فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن (74%) من العينة تعرضوا للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا، مع وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور

وبيّنت دراسة نجوى السيد ابراهيم أن تعليقات القراء على القصص الخبرية المنشورة في الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة الفيس بوك بشأن الفلاح المضاد لفيروس كورونا استطاعت أن تعمل كساحة للنقاش والتداول النقدي، حيث توافر فيها عدد من شروط المجال العام وخصائصه، فقد أتاحت الفرصة للجميع للمشاركة في النقاش والتعبير عن وجهات النظر كافة دون استبعاد لأي رأي، بما يسهم في تقديم نموذج اتصالي عقلاني منطقي يتسم بتنوع الرؤى المطروحة. أظهرت نتائج الدراسة تنوع الأخبار المنشورة على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة الفيس بوك بشأن لقاح فيروس كورونا .

بينما أشارت نتائج ليزا سينج إلى أنه كلما ارتبطت تغريدات تويتر بروابط ذات صلة بقضية كورونا كلما حظيت بمصداقية عالية من فئات الجمهور، وأتضح أيضاً سرعة الإعلان عن حالات الإصابة الجديدة على تويتر مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى وبالتالي الدور الإيجابي لتويتر في التوعية. وفيما يخص موقع تويتر أيضاً، فقد أضاف سيجانج بارك أن رصد المحادثات العامة والأخبار الإعلامية بمشاركة الأطباء على موقع تويتر ساعد على الانتشار السريع للمتخصصين في الصحة العامة في عمليات صنع القرارات المعقدة وتجاوز الأخطاء، وأكد أيضاً على أن الأطر الإخبارية التي قدمت معلومات طبية حول كوفيد 19 كانت أكبر من الأخبار ذات الأطر غير الطبية وأنه لا يمكن أن تحل المحادثات والتحليلات الطبية على تويتر محل عمل مسؤولي الصحة العامة والأطباء، وهو ما يعزز المواقع والمنصات ذات الصبغة الحكومية، وفي نفس السياق، فقد أشار أيضاً هان بارك إلى الانتشار السريع للمعلومات

عبر شبكة تويتر حول فيروس كورونا مقارنة بالشبكات الأخرى، وأن العديد من المواد الإخبارية سلطت الضوء على الدور الإيجابي للأفراد والجماعات من خلال تبرعات المشاهير. وأضافت ريما كاراسينجا أن موقع تويتر كان من أوائل مواقع التواصل التي اعتمدت عليها الصيادلة في استقاء معلومات حول فيروس كورونا يليه القنوات المحلية والدولية، وأضافت ريما كاراسينجا أن تكرار بعض المشاهد سواء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام التقليدي كان من شأنه أن يعزز بعض المعلومات الخاصة بفيروس كورونا.

وبينت دراسة ولاء يحي مصطفى ارتفاع مستوى الوعي الصحي قبل وبعد استخدام تقنية الشات بوت، والتي تعد الحل الأمثل في تقديم المعلومات والإرشاد الطبي حال تقديم المساعدة، ممثلة في التعرف على الأعراض الخاصة بالمستخدم ومقارنتها بالقاعدة المعلوماتية لدى الشات بوت وتشخيص حالة المستخدم، إضافة إلى إمكانية إتاحة محادثة إلكترونية على مدار 24 ساعة في اليوم مع الأطباء، وإن عناصر نموذج الموافقة تمام تقبل التكنولوجيا (سهول الاستخدام – الاستفادة المدركة – النوايا السلوكية – الاستخدام الفعلي)، وتوافر كافة عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا بتقنية الشات بوت، وقيامها بدور فعال في التوعية الصحية، وأن العامل الأساسي المحدد لاستخدام الشات بوت هو مدى إدراك الأفراد للاستفادة المحققة، وسهولة الاستخدام.

وحول صفحات بعض القنوات وبعض البرامج التليفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد اتفقت نتائج دراستي كل من جاد أويدت وزينجوا شانج وموكسنج لى وذلك فيما يخص صفحتي قناة "اردنية" وقناة "France عربي"، كذلك صفحة لإحدى البرامج التوعوية الصحية، حيث أن تلك الصفحات تناولت بشكل جيد جداً طرق الوقاية من فيروس كورونا، كالتباعد الاجتماعي والعزلة الإجبارية وغيرها من التدابير الإحترازية.

ومن ناحية أخرى فقط أشارت نتائج كل من دراسة الجمعية البريطانية للأوبئة والتي طبقت على موقع WeChat للتواصل الاجتماعي، ودراسة جياوى لى والتي طبقت على منصة Weibo الصينية إلى وجود نقاش على هذه المنصات حول أسباب وأعراض المرض، كذلك حول التدابير الحكومية التي قدمتها حكومة الصين، ومناقشات حول ما يبث وينشر على وسائل الإعلام التقليدي، بالإضافة إلى أن تحليل الكلمات الرئيسية على موقع WeChat، جاء في مقدمتها كلمة ووهان، ثم مصطلح الإلتهاب الرئوى ثم لحوم الكلاب والخفافيش ثم كلمة قناع ثم كلمة لقاح.

وبينت دراسة ولاء ابو سنة ارتفاع نسبة المصريين المغتربين بالسعودية الذين يعتمدون على صحافة الهاتف المحمول في الحصول على معلومات عن لقاح فيروس كورونا المستجد، وجاء المصريون المغتربون الذين كوّنوا اتجاه إيجابي نحو موضوعات لقاح فيروس كورونا المستجد نتيجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول في الترتيب الأول، مع وجود علاقة دالة إحصائيًا بين مستوى اعتماد المصريين المغتربين على صحافة الهاتف المحمول في الحصول على معلومات عن لقاح فيروس كورونا المستجد واتجاهاتهم نحوه.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ساهمت الدراسات السابقة في لقاء الضوء على المشكلة البحثية من جميع الجوانب، فمن حيث طبيعة المواقع الاليكترونية والمنصات الاجتماعية تنوعت ما بين الحكومية والخاصة، ومن حيث العينات التحليلية تنوعت ما بين تحليل مضامين الصحف والمجلات والإعلام التقليدي كالاذاعة والتلفزيون، والإعلام الجديد مواقع اليكترونية ومدونات ومضامين الشبكات الاجتماعية التواصلية، وفي الدراسات الميدانية تنوع العينات البشرية ما بين الأفراد العاديين وطلاب الجامعات والخبراء وصناع القرار وما بين الذكور والإناث ومن مختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية وعلى مستوى المناهج تنوعت ما بين المناهج الوصفية والمسحية والمقارنة، وان تميزت الدراسات الأجنبية في تطبيق الدراسات شبه التجريبية، وتنوعت الأدوات ما بين المقابلات والملاحظة والاستبيانات وتحليل المضمون ودراسات الحالة، وعلى مستوى التوزيع الجغرافي وجدنا دراسات عربية من اغلب الأقطار العربية، بالإضافة إلى دراسات أجنبية أمريكية وبريطانية وفرنسية وكندية وصينية بل ومن أفريقيا واسيا وأمريكا اللاتينية، وهو ما ساهم في تأكيد الفكرة البحثية.
- تنوعت الدراسات السابقة في زوايا التناول لازمة كورونا من بين تناول الأسباب والانعكاسات والتأثيرات والحلول والجهود المبذولة من جان بالحكومات وما قدمته الوسائل الإعلامية من حلول، دراسات ميدانية على المرضى والأطباء وصناع القرار السياسي والصحي في البلدان المختلفة، والجديد في التناول الإعلامي لهذه الجائحة، وهو ما انعكس في هذا البحث حيث تعددت زوايا التناول واليات التأطير ومسارات البرهنة التي تم تحليلها وإلقاء الضوء عليها .

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

تم الاعتماد على نظرية الاتصال الحوارى، كإطار نظرى يمكن الإستفادة منه أثناء تحليل المضمون الكيفى، وقدمت نظرية الاتصال الحوارى على يد كل من ميشيل كينت ومورين تايلور – Michael L. Kent and Maureen Taylor (1998)⁽³²⁾ وذلك من خلال دراستهما حول بناء العلاقات بين المنظمات والجماهير عبر شبكة الإنترنت. وانطلقت الدراسة من النموذج الرابع لجرونينج Gruning وزملائه حول الاتصال ذى الإتجاهين. وقد بدأ Kent and Taylor التركيز على خصائص الموقع الإلكتروني من حيث الشكل والمضمون، وتوصلا إلى أن الموقع الإلكتروني الفعّال لابد وأن يشتمل على عناصر تفاعلية تشجع الجمهور على التفاعل معه، إلى جانب أهمية تضمينه بعناصر تشجع الجمهور على إقامة علاقات حوارية تبادلية معه.⁽³³⁾

● تستند نظرية الاتصال الحوارى إلى مفهوم الحوار Dialogue الذى يفترض وجود أطراف فى عملية تنظيمية متكاملة تشمل المنظمة والعملاء الحاليين والمرقبين. وتستهدف النظرية أساساً مفهوم الجودة Quality والتميز Excellence على اعتبار أن الحوار يُفضى إلى التفاهم بين أطراف العملية التنظيمية، وبالتالي تحقيق مستوى متزايد بين أطراف تلك العملية وهو الغاية المثلى للجودة والتميز. ويحقق الحوار عدداً من الوظائف فى ضوء النظرية الحالية⁽³⁴⁾، وهى كالتالى:

- 1- الوقوف على إشكاليات العلاقة بين المنظمة والأطراف المستفيدة من خدماتها.
- 2- توفير قاعدة معلومات مستفيضة وتنسم بالتلقائية والواقعية عند الأطراف المشتركة ضمن إطار الاتصال التنظيمى.
- 3- يسمح الحوار بالوقوف على خصائص الأطراف المستهدفة كجمهور الداخلى والخارجى، بما يتضمن وضع الإستراتيجيات التى تكفل تفعيل الإتصال ذى الإتجاهين.

● تتضمن نظرية الحوار خمسة مبادئ أساسية كالتالى: ⁽³⁵⁾

- أ - التبادلية Mutuality، أى وجود إرتباط وتعاون بين المنظمة وجماهيرها، وتتضمن التبادلية عنصران، وهما:
 - التعاون Collaboration، أى تحقيق التعاون بين المنظمة وجماهيرها وخلق علاقة المنفعة وهو ما يساعد المنظمة فى خدمة مصالحها.

- روح المساواة، أي أنه علي كل طرف من أطراف الحوار (المنظمة والجمهور) أن يشعر بالحرية في مناقشة أية قضية دون التقليل من شأنه.
- ب- التواصل Propinquity، أي وجوب استشارة الجماهير في القضايا التي تهمهم، من وجهة نظر الجمهور، ويشير تواصل الحوار إلي استعداد الجمهور وقدرته علي تجميع مطالبه ومصالحه وتقديمها للمنظمة، ويمكن تحقيق التواصل من خلال ثلاثة أساليب كالتالي:
- الفورية، وتعني قيام المشاركين في الحوار بالتواصل الفوري لمناقشة القضايا المثارة قبل إتخاذ أي قرار بشأنها.
- التواصل الزمني Temporal Flow، فالحوار يتضمن فهماً لماضي وحاضر كل المشاركين فيه، ويؤكد علي مستقبل مشترك ومستمر لهم.
- الإشتراك Engagement، ويعني الإشتراك الفعلي في الحوار وعدم الإكتفاء بالإستماع لما يقال، ويكون المستوى الأدنى في اشتراك العلاقات العامة في الحوار هو أخذ احتياجات الجمهور بعين الإعتبار.
- ج- التقمص Empathy، ويقصد به الحوار على أساس من الثقة والمساواة، أي تقمص المنظمة لدور الجمهور، ويتضمن التقمص: التدعيم وتشجيع الآخر على التعبير عن رأيه، والإستماع لأراء الجمهور وتقبل شكواه وآرائه.
- د - المخاطرة Risk، أي أنه يجب على المنظمة أن تخاطر بالدخول في حوار متواصل مع جماهيرها، لأنه يحقق أهداف المنظمة الإستراتيجية. وتقبل المخاطرة يخلق درجة من الفهم المشترك بين المنظمة وجماهيرها.
- هـ- الإلتزام Commitment، أي أنه يتحتم الإلتزام بتدريب الممارسين على أسس الحوار وقواعده لتحقيق المنفعة المتبادلة، ويندرج تحت هذا المبدأ معاني الصدق، أي صدق معلومات أطراف الحوار. إلى جانب التزام أطراف الحوار بأن يبذل كل منهم كل الجهود الممكنة في سبيل فهم قيم ومعتقدات الآخر.
- تتحدد مبادئ التصميم الجيد للمواقع والمنصات الإلكترونية فيما يلي: (36)
- يساعد المستخدم على الاستخدام السهل للموقع.
- يتسم بخصائص وسمات واحدة في تجمع بين الصفحة الرئيسية والصفحات الفرعية.
- أن يتوافق المضمون المتاح على الموقع مع أهداف الموقع.

- سهولة الإبحار أو التجول داخل الموقع.
 - يحتوى على روابط فعالة.
 - سهولة الوصول إلى معلومات الاتصال بالموقع كالبريد الإلكتروني وأرقام الهواتف.
 - التحديث المستمر للموقع ومضمونه.
 - أن يتميز عن المواقع الأخرى المشابهة والمنافسة.
 - إمكانية التعامل مع المضمون من خلال الحفظ أو الطباعة.
 - أن يحتوى على خريطة للموقع، يستطيع من خلالها المستخدم البحث بسهولة.
 - يدعم الموقع الصورة الذهنية للمنظمة.
 - التعرف الدائم على عدد الزوار.
- يؤكد كل من Kent and Taylor على أن هناك خمسة معايير لإقامة علاقة تفاعلية ناجحة مع الجمهور من خلال الموقع الإلكتروني، كالتالي: (37)
- 1- سهولة استخدام الموقع والتفاعل من خلاله Ease of interface.
 - 2- تقديم معلومات ذات فائدة للجمهور Useful information.
 - 3- الاحتفاظ بزوار الموقع Conservation of Visitors وذلك من خلال قلة عدد الإعلانات التجارية داخل الموقع، وقلة وجود صور أو رسوم كبيرة الحجم تزيد من وقت التحميل.
 - 4- الأدوات التي تشجع على تكرار زيارة الموقع generation of return visits وذلك من خلال بعض الأدوات، كتقديم روابط لمواقع تابعة للمجال، الإعلان عن جداول منتظمة لأخبار المنظمة، تحديث المعلومات بصفة دورية، العروض، الخدمات والخصومات.
 - 5- إقامة علاقة حوارية مع زوار الموقع dialogic loop، أى الإعتماد على مبدأ الاتصال ذى الإتجاهين فى التعامل مع الزوار، وإشراكهم فى الحوار واتخاذ القرار والتصويت على بعض القضايا والموضوعات الهامة، وطلب آراء ومقترحات الجمهور.
- تشير إحدى الدراسات إلى أنه لا بد وأن يشتمل الموقع الفعال على ستة مكونات لتحقيق التفاعلية مع الجمهور: (38)

- 1- أن يكون للجمهور القدرة على التجول في الموقع واستدعاء أية معلومات في أى وقت User Control.
- 2- الاستجابة الفورية للموقع Responsiveness.
- 3- إحساس الجمهور بالتفاعل المستمر والدائم مع المنظمة من خلال الموقع Real time interaction.
- 4- إحساس الجمهور بتقدير المنظمة له وارتباطها به من خلال الموقع Connectedness.
- 5- الإحساس الدائم لدى الجمهور أنه شخص مفضل لدى المنظمة وتهتم به بشكل شخصى من خلال التعرف على آرائه ومقترحاته على الموقع Personalization.
- 6- تهيئة الجمهور من خلال الموقع وإحساسه بروح الصداقة مع المنظمة، وإظهار الإهتمام له Playfulness.

رابعاً: أهداف البحث والدراسة :

- تحليل محتوى الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة وخدمة المجتمع ومنصتها الاجتماعية على الفيسبوك شكلاً ومضموناً.
- إلقاء الضوء على اليات تعامل الوزارة مع جائحة كورونا عبر موقعها الإلكتروني وموقعها على الفيسبوك.
- تبيان نقاط القوة فى المحتوى المقدم على موقع الوزارة الإلكتروني وموقعها على الفيسبوك فى ادارة الجائحة.
- إجراء الدراسات المقارنة الشكلية والموضوعية لموقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإلكتروني ومنصتها على الفيسبوك "
- تقديم رؤية نقدية موضوعية حول مسارات إدارة الوزارة لهذه الجائحة ومدى نجاح هذه الإدارة، وتقديم اطروحات مستقبلية للتعامل مع أزمات مشابهة.

خامساً: نوع الدراسة:

تنتمى الدراسة الى نمط البحوث الوصفية، والتي تسعى الى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات المختلفة للدراسة ووصف الظاهرة التي يتم دراستها كما هي، أى فى

الظروف التي تتواجد فيها⁽³⁹⁾ من خلال وصف وتحليل المحتوى المقدم لموقع وزارة الصحة وخدمة المجتمع ومنصتها على الفيسبوك في التعامل مع جائحة كوفيد 19.

سادسا منهج الدراسة :

تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة والذي يستخدم في دراسة المنظمات Organizational research، حيث يتم إلقاء الضوء على عدة منظمات من حيث إبراز العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة عليها، وهذا المنهج يساعد في اختيار عدد محدود من الحالات الممثلة لمجتمع البحث ودراستها دراسة شاملة متعمقة بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة واكتشاف جوانب جديدة للظاهرة التي تتم دراستها، بالإضافة إلى أن دراسة الحالة تتيح الحصول على قدر كبير من المعلومات عن الظاهرة مما يجعلها أكثر دقة⁽⁴⁰⁾.

بالإضافة إلى المنهج المقارن، والذي تم استخدامه في إجراء المقارنات الشكلية والموضوعية لموقع وزارة الصحة وخدمة المجتمع الإلكتروني والمنصة الاجتماعية لذات الوزارة على منصة الفيسبوك التواصلية.

سابعا: تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية من خلال تحليل المضمون الكيفي للموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك منصة الوزارة على الفيسبوك، لمعرفة كيفية إدارة كل من الموقع الإلكتروني ومنصة الفيسبوك لجائحة كورونا، وتنقسم التساؤلات على النحو التالي:

أ) تساؤلات خاصة بتحليل الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع:

- 1- ما الجوانب الشكلية للموقع الإلكتروني التابع لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟
- 2- ما الجوانب الخاصة بمضمون ومحتوى الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟
- 3- ما حجم وشكل المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا المقدمة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟
- 4- ما مؤشرات وسائل الاتصال الحواري داخل الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

5- ما الخدمات التي توجه للجمهور من خلال الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

(ب) تساؤلات خاصة بتحليل منصة الفيسبوك لوزارة الصحة ووقاية المجتمع:

1- ما الجوانب الشكلية لمنصة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

2- ما الجوانب الخاصة بمضمون ومحتوى منصة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

3- ما حجم وشكل المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا عبر منصة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

4- ما مؤشرات وسائل الاتصال الحواري داخل منصة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

5- ما الخدمات التي توجه للجمهور من خلال منصة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع؟

ثامنًا: مجتمع وعينة الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة في المواقع والمنصات الإلكترونية للمنظمات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة. وقد تحددت عينة الدراسة في تحليل شكل ومضمون الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك تحليل شكل ومضمون منصة الوزارة على الفيسبوك.

تاسعًا: الأدوات البحثية المستخدمة:

تمثلت أداة جمع البيانات في هذه الدراسة في إستمارة تحليل المضمون الكيفي للموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك منصة الوزارة على الفيسبوك، وذلك خلال الفترة من 15 أغسطس 2021 وحتى 15 سبتمبر 2021، وقد تضمنت استمارة تحليل المضمون محاور عدة لتغطي تساؤلات الدراسة المتعلقة بالجوانب الشكلية والموضوعية لمحتوى الموقع الإلكتروني ومنصتها على الفيسبوك، والخدمات المقدمة، وحجم وشكل المعلومات المتعلقة، و مؤشرات وسائل الاتصال الحواري في الموقع والمنصة الاجتماعية.

عاشراً: نتائج الدراسة التحليلية:

يمكن استعراض نتائج تحليل المضمون الكيفي للموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بالإمارات، كذلك منصة الوزارة عبر الفيسبوك كالتالي:

أولاً: تحليل محتوى موقع وزارة الصحة وخدمة المجتمع الإلكتروني .

1. الجوانب الشكلية للموقع الإلكتروني:

- تم استخدام اللغتين العربية والإنجليزية في إدارة الموقع الإلكتروني لجائحة كورونا، وبذلك يمكن القول أن وزارة الصحة تستهدف جمهور مختلف ومتنوع الجنسيات، مما يخلق مزيد من التفاعل بين الجمهور والوزارة حول ما يحيط بجائحة كورونا من معلومات متعددة.

- وفيما يتعلق بالشكل العام للموقع، فإنه يمكن الارتكاز إلى بعض فنون تصميم الموقع مثل عدد الألوان المستخدمة وحجم الخط ودرجة وضوح المواد المنشورة، حيث وظفت تلك العناصر أيضاً في إدارة الجائحة، وقد أظهر التحليل الكفاءة العالية التي تم بها التصميم، إلى جانب الاستناد إلى الألوان الأكثر عدداً والأقل إجهاداً للعين مثل الاعتماد على اللون الأسود في الكتابة، وعدم الاعتماد على الألوان التي تجهد البصر، إلى جانب وضوح الصور داخل الموقع، وفي هذا الصدد يشير الباحثان إلى عنصر تميز به الموقع، وهو إمكانية تغيير الألوان المستخدمة، إلى جانب إمكانية تغيير حجم الخط بالتكبير أو التصغير، وهو ما يتيح فرصة الاستخدام بالشكل المناسب لكل متلقى على حدة. وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة فلورا متى (2021)⁽⁴¹⁾ حيث أكدت على التأثير الإيجابي لمكونات الموقع كعدد الصور والألوان لمواقع لوفيجارو واليوم السابع.

- وكان هناك سهولة في تصفح الموقع والانتقال من صفحة لأخرى ومن قسم لآخر نتيجة وجود العديد من الخيارات أمام الزوار والتي تمكنهم بسهولة من التنقل بين الأقسام المختلفة للحصول على المعلومات. وتتوافق هذه النتيجة مع رؤية Peter and Elsbeth (2003)⁽⁴²⁾ حول عناصر نظرية الاتصال الحوارى وخاصة مؤشر سهولة استخدام الموقع الإلكتروني والتحول فيه وعلاقة ذلك بفاعلية الموقع.

- واحتوى الموقع على خريطة تسهل إمكانية البحث عن المعلومة بداخله، وهي مؤشرات إيجابية تسهل على وزارة الصحة إحداث التفاعل والاتصال الحوارى مع الجمهور حول الجائحة.

- **واتضح نشر آخر تحديث للموقع،** والذي كان بتاريخ حديث جداً وقت تحليل المضمون، وهو ما يعطى انطباع للزائر أنه على وعى بأخر المستجدات، وتتفق هذه النتيجة مع رؤية Kent and Taylor (1998)⁽⁴³⁾ مؤسسى نظرية الاتصال الحوارى حول معايير إقامة علاقة تفاعلية ناجحة مع الجمهور من خلال الموقع الإلكتروني، هذا إلى جانب استعراض الموقع للمتصفحات المختلفة التى يمكن تصفح الموقع من خلالها.

- كان فى صدارة الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني أهم الأخبار التى يحتاجها الجمهور عن جائحة كورونا وكان ذلك من خلال عناوين كبيرة وملونة وجاذبة للنظر مصحوبة بصور واضحة متحركة بشكل تلقائى ومستمر حتى يمكن استعراضها أمام الجمهور بشكل جيد، أهمها: أماكن تقديم لقاح كوفيد 19 للفئات العمرية من 3 الى 12 عام، ومراكز الفحص.

- **عند الحديث عن الشكل العام للموقع،** فإنه لا بد من الإنتباه إلى العناوين الرئيسية لصفحات الموقع والتى تكون فى وجهة الموقع، وفى ذلك الصدد فقد قسم الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع إلى تسع صفحات مختلفة والتى كان أولها الصفحة الرئيسية، إلى جانب تخصيص صفحة كاملة تحت إسم (كوفيد 19)، وهو ما يشير إلى اهتمام الوزارة بإدارة جائحة كورونا من خلال موقعها الإلكتروني. ويتفق ذلك مع رؤية كل من Jad Ouaidet (2020)⁽⁴⁴⁾ و Xinghua Chang and Maoxing Liu (2020)⁽⁴⁵⁾ حول فاعلية المواقع الإلكترونية التى تخصص أجزاء وصفحات معينة للتعامل مع أزمة كورونا.

2. المضمون الذى يحتويه الموقع الإلكتروني حول جائحة كورونا:

- **حول نوعية الموضوعات المتعلقة بالجائحة** من حيث كونها موضوعات محلية أو إقليمية أو دولية، فأتضح أن التركيز الأكبر للموقع كان حول القضايا والأخبار المحلية الخاصة بالجائحة والمتعلقة بالمجتمع الإماراتى، بينما قلت إلى حد كبير الأخبار الإقليمية والدولية وهو أمر طبيعى نظراً لأنها منظمة خدمية تسعى لتحقيق خدمات للمجتمع، مع إظهار الدور المنوط لها فى خدمة المجتمع، وتعريف الجمهور ببعض القرارات واللوائح والقوانين وذلك لإدارة الجائحة بالشكل الجيد.

- **أما عن إمكانية تفاعل الوزارة مع جمهورها** حول جائحة كورونا من خلال الأشكال المختلفة للمادة الإعلامية الموجودة على الموقع الإلكتروني، فأتضح توافر شكل المادة الإعلامية فى صورة الأخبار التحريرية المكتوبة، إلى جانب الصور

المصاحبة للخبر، أو الصور المنفردة التي تحتها شرح بسيط، إلى جانب توافر المادة الإعلامية في شكل العديد من الفيديوهات التي تفسر معلومات معينة تخص جائحة كورونا، وتعد تلك الفيديوهات من الأدوات الهامة لإدارة الوزارة للجائحة وتعزز تفاعلها مع الجمهور ويمكن من خلالها تفسير بعض القضايا والتوعية والتعريف بأحداث معينة تحتاج إلى تفسير دقيق من خلال الفيديو. وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ميلود مراد وصادقى فوزية (2020) (46) حيث أشارا إلى أن المنصات التابعة لبعض المنظمات وظفت الصور والرسوم بشكل جيد، بينما كان الاختلاف حول ضعف استخدام الإمكانيات الأخرى مثل ملفات الصوت أو الفيديو.

- **احتوى الموقع على معلومات هامة على شكل أسئلة وإجابات تضمنت التعريف بكوفيد 19 والأشخاص المعرضين للعدوى وكيف يمكن تجنب العدوى وما هو اللقاح والأفراد المستثنين من اللقاح وما هو الحجر الصحي، وغيرها من الأسئلة المفيدة التي يحتاجها الجمهور.** وتتوافق تلك النتيجة مع نتائج دراسة نجوى إبراهيم (2021) (47) حول تفعيل الحوار مع القراء من خلال الأسئلة والأجوبة حول فيروس كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

- **خصت الوزارة صفحة هامة على موقعها الإلكتروني بعنوان المركز الإعلامي، والتي احتوت على الكثير من الصور والأخبار والفيديوهات الهامة والمواد الإعلامية المختلفة التي تناولت جائحة كورونا، وبذلك يمكن القول أن وزارة الصحة استطاعت أن توضح لجمهورها من خلال الموقع كيف أدار الإعلام الدولي والإعلام المحلي الإماراتي أزمة جائحة كورونا، وكان ذلك من النقاط الإيجابية بالموقع الإلكتروني.**

- **لم يحتوى الموقع الإلكتروني على لقاءات وحوارات مسجلة مع مسئولين لتوضيح كيفية إدارة الأزمة، على الرغم من أهمية تلك الحوارات. ولكن يمكن القول أن الوزارة قد استعانت بمثل تلك الحوارات واللقاءات من خلال وسائل إعلامية أخرى مختلفة منها وسائل التواصل الاجتماعي. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة Sabine Lee and others (2020) (48) حيث بينت أن حكومة كوريا الجنوبية كانت تميل من خلال وسائل الإعلام الإلكتروني إلى نشر مقاطع عن الحوارات مع المسؤولين والمتخصصين عن كيفية إدارة الأزمة.**

- **خصت وزارة الصحة صفحة خاصة على الموقع بعنوان مركز التوعية، والتي احتوت على نصائح عامة حول موضوعات صحية عديدة تصدرتها نصائح حول كوفيد 19، من أهمها نصائح توعوية للمسافرين المتجهين لمناطق ينتشر بها فيروس كورونا، ونصائح غذائية للوقاية من الفيروس، إلى جانب العديد من الإرشادات**

الوقائية، ويتفق ذلك مع نتائج العديد من الدراسات أهمها عمر عيشوش وحسان بوسرسب (2020)⁽⁴⁹⁾ حول تفعيل منصة الفيسبوك للتوعية بفيروس كورونا.

3. وسائل الاتصال الحواري التي وظفتها وزارة الصحة من خلال الموقع الإلكتروني لإدارة جائحة كورونا.

- **أظهرت نتائج التحليل وجود روابط مباشرة** تمكن زوار الموقع من الدخول إلى صفحات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة مثل Facebook الفيس بوك و Instagram انستجرام و Twitter تويتر و Linked In لينكدان و Snapshat سنابشات لتسهيل استقبال وإرسال معلومات حول كوفيد 19 من خلال تلك المواقع، وتتفق تلك النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (2020) Reema Karasneha⁽⁵⁰⁾ والتي أشارت إلى فاعلية الموقع الإلكتروني عندما يحتوى على منصات المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي، ولهذه الروابط الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي أهمية وميزة كبيرة داخل الموقع، حيث يمكن للزوار إحداث نوع من التفاعل والتواصل مع الوزارة حتى وإن كان ذلك يتم من خلال إبداء التعليقات المختلفة على عمل الوزارة أو إبداء الرأي حيال سياسات الوزارة تجاه القضايا المختلفة.

- **كما اتضح وجود جزء آخر بعنوان** روابط هامة، من شأنها تزيد من التفاعل بين الجمهور والموقع الإلكتروني حول جائحة كورونا، تدور حول بعض التشريعات والقوانين المتعلقة بكوفيد 19، وميزانية الدولة في إدارة الجائحة، وأهم الأبحاث العلمية المتعلقة بكورونا.

- **وفى ما يتعلق بالطرق المباشرة للحوار مع الجمهور** حول جائحة كورونا من خلال الموقع، فكانت من خلال البريد الإلكتروني ورقم للخط الساخن، إلى جانب قسم للإجابة على استفسارات الجمهور وأسئلتهم، وجزء هام حول الأسئلة الشائعة والمتكررة والتي من شأنها تهدئة الجمهور، إلى جانب إمكانية تلقي الشكاوى والملاحظات، حيث تم تخصيص نموذج خاص للشكاوى. وتختلف هذه النتيجة مع عدد من الدراسات التي أشارت نتائجها إلى استخدام بعض المواقع والمنصات الإلكترونية في إثارة الخوف والفرع والقلق النفسى لدى الجمهور، وخاصة مع نشر أخبار الوفيات بسبب فيروس كورونا، وقد أشار البعض إلى أن الفيسبوك كان من أكثر المواقع في إثارة الهلع من نقشى فيروس كورونا، وأن الأسئلة التي كانت تثار على تلك المنصات كانت تحتوى إجاباتها على تضارب حول مسببات المرض وكيفية الوقاية منه، إلى جانب التثرة حول أنواع العقاقير المختلفة المستخدمة في

العلاج، ومن هذه الدراسات: دراسة ستيميسيز وآخرون Stechemesser and Others (2020)⁽⁵¹⁾ حول معرفة طبيعة الخطاب الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة تويتر عن أزمة كورونا، دراسة آزاد شكري وآخرون Azad Shokri and Others (2020)⁽⁵²⁾ حول علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالحالة النفسية للشعب الإيراني، دراسة هيرش مراد Hersh Murad (2020)⁽⁵³⁾ للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة الذعر والخوف في إقليم الكردستان بالعراق، دراسة كريستين ميچيا Christine Mejia (2020)⁽⁵⁴⁾ للتعرف على دور الإعلام التوعوي من خلال الإنترنت في مواجهة فيروس كورونا.

- **يضاف إلى طرق التفاعل والحوار من خلال الموقع، جزء يتعلق بالاستبيانات** واستطلاعات رأى الجمهور حول القضايا المختلفة، منها ما قد يتعلق بحائحة كورونا أو إدارة الوزارة للجائحة، ولكن لم يتضح وجود استطلاع رأى حول موضوع معين أثناء فترة تحليل المضمون. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج Qiang Chen (2020)⁽⁵⁵⁾ والذي أكد أنه على الرغم من تكتم حكومة الصين إلا أنها كانت تستند إلى الحوار والنقاش، ويجدر الإشارة أيضاً إلى نتائج دراسات كل من June and Joshua (2020)⁽⁵⁶⁾ و A. Qazi and Others (2020)⁽⁵⁷⁾ حيث أكدوا على ضرورة وجود فلسفة الحوار والنقاش بين الجمهور والجهات الصحية من خلال المواقع الإلكترونية. وتتفق أيضاً النتيجة مع مبادئ نظرية الاتصال الحواري التي أوضحها Peter and Elsbeth (2003)⁽⁵⁸⁾.

4. **الخدمات المتعلقة بجائحة كورونا والتي تقدمها وزارة الصحة ووقاية المجتمع من خلال موقعها الإلكتروني.**

- **وظفت وزارة الصحة موقعها الإلكتروني لإدارة جائحة كورونا أيضاً من خلال تقديم** الخدمات المتعلقة بكورونا إلى جمهور الوزارة، وتعددت تلك الخدمات وكان من أهمها وجود الصفحة المخصصة لكوفيد 19 على الموقع، والتي من خلالها طرح تطبيق كوفيد 19 برعاية مؤسسة الإمارات للخدمات الصحية، ومن خلال ذلك التطبيق يمكن تخليص الكثير من المعاملات المرتبطة بكوفيد 19 سواء تحاليل أو تطعيم أو تقارير وغيره.

- **واشتملت تلك الصفحة أيضاً على إظهار أماكن تقديم اللقاح وأماكن تقديم الفحص** والتي وضعت أيضاً في وجهة الموقع الإلكتروني بشكل متحرك لافت للأنظار.

- كما احتوت صفحة كوفيد 19 على مركز معلومات فيروس كورونا، وقد تصدرت خدمات هذا المركز وجود الطبيب الافتراضي وإمكانية توجيه الأسئلة له في أي وقت، إلى مجموعة من الأسئلة الشائعة. وتتوافق تلك النتيجة مع نتائج دراسة ولاء يحيى (2021)⁽⁵⁹⁾ حول ارتفاع مستوى الوعي الصحي نتيجة للاستشارات الطبية على المواقع على مدار الساعة.

- من أهم المعلومات والخدمات التي قدمتها الوزارة من خلال موقعها هي إحصاءات بالمستجدات في الإمارات كعدد حالات الشفاء والوفيات والإصابات والفحوصات، وتغيير تلك الإحصاءات بشكل يومي. كما أعطت الوزارة أهمية لإحصائية عدد زوار الموقع والتي أيضاً تم تحديثها بشكل يومي، وتفيد تلك الإحصائية من فرص التفاعل بين الجمهور والموقع، كذلك تفيد الموقع نفسه، حيث تعد مؤشراً دالاً على فعاليته وتميز المحتوى الإلكتروني، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج سماح المحمدى (2021)⁽⁶⁰⁾ والتي أوضحت ثقة الشباب في أعداد المصابين من خلال المنصات الحكومية، وأيضاً نتائج رياض حمدوش وأحمد دعاس⁽⁶¹⁾ حيث أكدوا على سياسة الإعلان الحقيقي عن أعداد المصابين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. بينما اختلفت النتيجة مع نتائج Rama Krishna (2020)⁽⁶²⁾ والتي أشارت إلى تكتم الصين على الأعداد الحقيقية للوفيات والمصابين.

ثانياً: تحليل موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك .

- بداية الصفحة الخاصة بوزارة الصحة وخدمة المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة مرتبطة بالموقع الرسمي للوزارة، بحيث يكون من السهولة بمكان التنقل بين موقع الوزارة على الانترنت ومنصاتها الاجتماعية، فالوزارة لها مواقع ومنصات اجتماعية على تويتر والانستجرام والفيسبوك ولها قناة على اليوتيوب .

1. العناصر الشكلية للمنصة الاجتماعية بوزارة الصحة وخدمة المجتمع على الفيسبوك :

أولاً: نبهت الصفحة الى تاريخ إنشاء الصفحة - 5 مايو 2011، ثم تم تغيير الاسم إلى Ministry of Health & Prevention 25 فبراير 2016، ووفرت الصفحة رقم الهاتف المجاني للتواصل مع الوزارة وهو (800 11111). بل وأكدت باللغة الإنجليزية أن هذه الصفحة هي الصفحة الرسمية لوزارة الصحة وخدمة المجتمع

This is the official page of Ministry of Health & Prevention United Arab Emirates.

- تحتوي الصفحة الرئيسية على روابط رئيسية وهي (الصفحة الرئيسية، حول، YouTube، الآراء، المزيد) وهذا يحوي روابط عدة وهي: سياسات التعليقات، الصور، مقاطع الفيديو، المناسبات، المجتمع). بالإضافة إلى الروابط التواصلية بالصفحة مثل: اعجبني، مشاركة، مراسلة، اتصل بنا).
- **تبدأ الصفحة من الأعلى** بوضع إعلان حول تطبيق اليكتروني للوزارة خاص بالحصول على التطعيمات الخاصة بفيروس كورونا الكوفيد 19 (للحصول على لقاح كوفيد 19، الرجاء حجز موعد مسبق قبل زيارة المركز من خلال التطبيق) (COVID 19 UAE APP).
- **اعلى الصفحة** على اليسار توجد صورة لطبيبة ذات ملامح إماراتية ذات نظرة نفاؤولية، واسفل التطبيق يوجد لوجو وشعار وزارة الصحة والسكان وخدمة المجتمع مكتوب بجوارها اسم الوزارة باللغة الإنجليزية مع رابط للاتصال بالوزارة هاتفيا، ثم إشارة إلى فلسفة وزارة الصحة وخدمة المجتمع في التعاطي مع جائحة كورونا باللغتين العربية والإنجليزية.
- ركن في يمين الصفحة حول فلسفة وزارة الصحة وخدمة المجتمع بصفة عامة في مجال الصحة ووقاية المجتمع والخدمات التي تقدمها للمواطنين والمقيمين والهيكل التنظيمي للوزارة، واختصاصات الوزير والعاملين في الوزارة، والفلسفة مكتوب باللغتين العربية والإنجليزية.
- ثم صور لتطبيقات الاليكترونية المعتمدة من وزارة الصحة والسكان المعتمدة للحصول على اللقاحات والتطبيقات Apple Store وعلى Google Play، وأسفل التطبيق تم تخصيص أماكن لتعليقات القراء .
- مادة فيلمية مصورة لا تتعدى 60 ث حول وزارة الصحة وخدمة المجتمع وما تقدمه من خدمات، والمادة تم تصويرها من مدخل الوزارة حيث الاستقبال والمواطنين القادمين للحصول على الخدمات المقدمة من الوزارة.
- جزء من الصفحة مخصص للتوعية بأهمية المشي، حيث يتم اختيار مكان محدد ومميز ومعروف من كل إمارة والتنبيه على زوار المنصة بأهمية التواجد في هذا المكان لممارسة رياضة المشي.

- جزء مخصص وثابت ويتم تحديثه على مدار الساعة تحت عنوان نسبة متلقي لقاح كوفيد-19 من السكان في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويتم فيه الإشارة إلى نسبة الإصابات والتعافى والوفيات ومن تعاطي جرعات اللقاحات، نسبة متلقي الجرعة الأولى ونسبة متلقي الجرعة الثانية باللغتين العربية والانجليزية .
- ركن الصور ويتضمن صوراً للوزارة وخدماتها ونسبة المصابين والمتعافين من كوفيد 19، بالإضافة الى صوراً تحمل طابعاً سياحياً دعائياً للأماكن السياحية والأثرية في دولة الإمارات العربية المتحدة ومدنها المختلفة .
- ركن مخصص للتنبيه والتوعية بالخدمات التي تقدمها الوزارة على مدار الساعة من خلال مواقعها الالكترونية المتعددة ومنصاتها الاجتماعية المختلفة، والمادة مقدمة بالصوت والصورة باللغة العربية الفصحى الجميلة مصحوبة بلغة الإشارة لذوى الهمم والاحتياجات الخاصة.
- ركن مخصص للخدمات تانة توفرها وزارة الصحة وخدمة المجتمع بعنوان: #وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإمارات خدمات حجز موعد طبي عبر موقعها الإلكتروني لتلبية احتياجات المتعاملين وفق أرقى المعايير والممارسات الطبية للإطلاع على الملفات المطلوبة وخطوات تقديم الخدمة، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني.
- ركن حول خدمات العيادات التخصصية التي توفرها الوزارة وتشمل عيادات طب الأطفال، طب النساء والتوليد، طب الجراحة، الطب النفسي، طب الأنف والأذن والحنجرة، طب العيون، طب الجلد والبشرة طب الباطنية).
- خصصت الصفحة ركن بعنوان توفر #وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإمارات خدمات تقديم الشكاوي الطبية على القطاع الحكومي عبر موقعها الإلكتروني لتلبية احتياجات المتعاملين وفق أرقى المعايير والممارسات الطبية. للإطلاع على الملفات المطلوبة وخطوات تقديم الخدمة، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني.
- ركن بعنوان توفر #وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإمارات خدمات فحوصات وشهادات اللياقة الصحية عبر موقعها الإلكتروني لتلبية احتياجات المتعاملين وفق أرقى المعايير والممارسات الطبية. للإطلاع على الملفات المطلوبة وخطوات تقديم الخدمة، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني.

- ركن حول احتفالات الوزارة بالمناسبات المختلفة وما تقوم به من فعاليات ، مثل احتفال الوزارة بيوم العلم 11/3 من كل عام، احتفال الوزارة بالمواد النبوي الشريف، الاستعدادات للاحتفال بالعيد الوطني 12/2 من كل عام .

2. تحليل المضمون المقدم في صفحة وزارة الصحة وخدمة المجتمع على منصة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

- بداية في صدر الصفحة للوزارة على منصة الفيسبوك تم وضع استراتيجية وزارة الصحة وخدمة المجتمع في التعامل بصفة عامة في الأوقات العادية أو في أوقات الأزمات، حيث كتبت الصفحة "لقد تبنت حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة والمتمثلة بوزارة الصحة سياسة:

- "توفير الرعاية الصحية الشاملة لجميع المواطنين والمقيمين" . ويمكن تحقيق ذلك عن طريق برامجها الوقائية و العلاجية من خلال شبكة الخدمات الصحية على جميع مستوياتها التي تضم الرعاية الصحية الأولية، والرعاية الصحية الثانوية والرعاية السريرية .
- وقد تحملت وزارة الصحة و بصورة أساسية مسؤولية تنفيذ هذه السياسة في كافة المجالات الفنية والمادية ، و التنسيق مع وزارات الدولة، والتعاون مع القطاع الخاص في المجال الصحي محلياً ودولياً ، بالإضافة إلى أفراد المجتمع.
- ويمثل وزير الصحة قمة الهيكل التنظيمي لوزارة الصحة، وعضواً في مجلس الوزراء. ويعاون وزير الصحة وكيل الوزارة وثلاث وكلاء مساعدين .
- تتركز خطط الوزارة الإستراتيجية على الاستمرار في تطوير نوعية وكمية خدمات الرعاية الصحية الأولية، لذا تمت زيادة العيادات المخصصة لرعاية مرضى السكر وخصصت عيادة لمعاينة كبار السن.
- كما تمت توسعة خدمات طب الأسنان ، حيث تم تأسيس وحدة طب الأسنان ، وذلك لتقديم رعاية خاصة لهذه الفئة وبالتحديد في مجال الرعاية الوقائية. وتم تزويدهما بخدمات المختبر والأشعة، بغرض تمديد الوقت المتاح للمواطنين و الوافدين للاستفادة من الخدمات المقدمة.
- إن الكثير من هذه الإنجازات ما كانت لترى النور دون التنسيق والتعاون مع القطاع العام والجهات الأخرى في وزارة الصحة، كمشروع مكافحة السكري

بالتنسيق بين وزارة الصحة ووزارة التربية والتعليم .. إن مشاركة قطاع المجتمع في اتخاذ القرارات المتعلقة بمجال الخدمات الصحية من أولويات اهتمامنا.
- في التعامل مع جائحة كورونا، ركزت صفحة الوزارة على الفيسبوك على المبادرات التي تم إطلاقها للتعامل مع جائحة كورونا مثل مبادرات :

(a) #بدا_بيد_نتعافى

(b) #كوفيد19

(c) #وزارة_الصحة_وقاية_المجتمع_الإمارات

(d) #togetherwerecover

(e) #covid_19

(f) #mohap_uae

(g) #نلتزم_لننتصر

(h) #التزامك_حياتك

(i) #ملتزمون_يا_وطن

(j) #كوفيد19

(k) #وزارة_الصحة_وقاية_المجتمع_الإمارات

(l) #we_commit_until_we_succeed

(m) #covid19

(n) #mohap_uae

- دائما ما ركزت الصفحة على الإشارة بصورة متكررة إلى النسب والإحصاءات التي تشير إلى أعداد الذين اخذوا اللقاحات، حيث أشارت إلى أن نسبة متلقى الجرعة الأولى من سكان دولة الإمارات العربية المتحدة بلغت (98.19%) ومن تلقوا الجرعة الثانية بلغت (88.12%) ، وهي ارقام تعطي درجة من الاطمئنان لدى المواطن والمقيم في فعالية ونجاعة هذه التطعيمات والتي وفرتها الدولة بالمجان للمواطن وللمقيم على حد سواء ، ولتحديث بيانات الصفحة أشارت يوم الاثنين الموافق 2021/11/1 إلى أن آخر الأرقام تشير إلى ان نسبة من اخذ جرعة واحدة

من لقاح مكافحة كوفيد 19 بلغت (97.83%) وان نسبة من اخذ الجرعتين بلغت (87.76%) من اجمالي عدد سكان الإمارات مواطنين ومقيمين .

تقوم الصفحة بعمل تحديث مستمر وبصورة يومية على نشر آخر الإحصائيات المتعلقة بالجائحة من حيث عدد حالات الإصابات الجديدة، عدد حالات التعافي، عدد حالات الوفاة، وعدد من تلقى الجرعة الأولى من اللقاح، ومن تلقى الجرعة الثانية من اللقاح.

حرصت الصفحة على الإشارة إلى الأرقام التي تبين حالات الإصابة الجديدة، ونسب التعافي، حالات الوفاة، فقد نشرت الصفحة يوم الخميس 4 نوفمبر 2021، الى ان نسب الحالات على مستوى الدولة كانت كالآتي: نسبة حالات الوفاة الجديدة (0 %) وعدد حالات الشفاء الجديدة (112 حالة) ، ونسبة حالات الإصابة الجديدة (73 حالة)، وان اجمالي عدد حالات الإصابة بالدولة منذ بداية الجائحة 2019 بلغت (740.209 حالة)، واجمالي عدد حالات الشفاء بالدولة بلغت (562.734 حالة)، وان اجمالي عدد حالات الوفاة بلغت (2137 حالة)، وهي أرقام تدعو إلى التفاؤل .

اعتادت الصفحة على الإشارة الى الخدمات الصحية التي تقدمها الوزارة بصفة عامة على مستوى الدولة في الأوقات العادية وفي الأزمات، وتضمنت هذه الخدمات الاعتيادية أيضا خدمات مرتبطة بمكافحة كوفيد 19، فنشرت الصفحة مثلا الى ان" الوزارة توفر #وزارة_الصحة_ووقاية_المجتمع_الإمارات خدمات العيادات التخصصية عبر موقعها الإلكتروني لتلبية احتياجات المتعاملين وفق أرقى المعايير والممارسات الطبية. للإطلاع على الملفات المطلوبة وخطوات تقديم الخدمة، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني" مصحوبا بالمبادرات والهاشجات المرتبطة بها والتي قدمتها الوزارة في هذا الشأن مثل مبادرات:

(a) #التنمية_المستدامة

(b) #خدمات_الصحة_الإلكترونية_2021

(c) #خدماتي_رقمية

في ما يتعلق مؤشرات وسائل الاتصال الحوارى داخل منصة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع، بينت نتائج التحليل إلى تعدد آليات الاتصال الحوارى بين الصفحة ومتصفحها من القراء من خلال العديد من آليات التواصل وأهمها :

(a) اتصل بنا

- (b) مراسلة
- (c) تعليقات القراء
- (d) الإعجاب بالصفحة
- (e) مشاركة الصفحة
- (f) دعوة الأصدقاء
- (g) الآراء

— وهو ما يؤكد ان الصفحة امتازت بكل السمات المميزة للصفحة التفاعلية من حيث الفورية والتفاعلية والتشاركية والتشابكية والانفتاح والترابط والنص الفائق والالتزامية، التنوع، والتكامل، تجاوز الحدود الزمانية والمكانية والثقافية، بل والعناصر الموضوعية لصلب الخبر اعتبرتها بعض الدراسات قيما إخبارية مثل سهولة التجوال والإبحار والمزاوجة بين الصورة والنص والجادبية المرئية، وضوح العناصر التيبوغرافية وتناسق الألوان وإتاحة الفرصة للقراء لإرسال تعليقاتهم وإضافة مضمون، والتغطية الشاملة للأحداث الجارية بالصوت والفيديو مصحوبة بالتفسير والتحليل وسهولة الإتصال الشخصي وسهولة إضافة المعلومات، وهي نتائج تتفق ودراسة مروة عطية (2017) حول آليات توظيف لقطات الفيديو داخل البناء الفني للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت⁽⁶³⁾ ومع دراسة تاله اليماني حول دور تكنولوجيا المعلومات الصحفية في تطوير الخدمة الإخبارية على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي⁽⁶⁴⁾.

— امتازت لغة المضمون المقدم على صفحة وزارة الصحة وخدمة المجتمع على الفيسبوك باللغة السهلة البسيطة المباشرة البعيده عن المصطلحات الفنية التي لا يفهمها إلا أهل الاختصاص، حتى في حالات استخدام مصطلحات علمية كان بطريقة سهلة وبسيطة لمفهوم هذا المصطلح، خاصة في الحديث عن الامصال واللقاحات والجرعات مفهوم الفاكسين وكوفيد 19 والجرعات التعزيزية والاسيام وغيرها من المصطلحات، وكيفية معرفة أعراض الإصابة بالفيروس وكيفية التصرف، والوضع الصحي للمريض اثناء فترة التعافي، وهي ما يشير الى تيسر هذه الصفحة على القراء الوعي التام بهذا الفيروس من حيث الأسباب والأعراض وكيفية العلاج وهي نتيجة تتفق والعديد من لدراسات التي أشارت إلى ميزات شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار وباء كورونا، مثل دراسة رياض حمدوش واحمد دعاس (2020) حيث لعبت هذه الوسائل دورا مهما في تعبئة الرأي العام وتوجيهه في ظل

أزمة كوفيد - 19، وجعلت هذه الوسائل الأفراد على قدر من الاهتمام بهذا الوباء، حيث عظمت من خطورته أمام الرأي العام من مختلف المناشير التخويفية من هذا الوباء، والتي تلزم الجميع بالتزام أقصى درجات الوقاية(65).

— **اتضح من تحليل مضمون الصفحة** ارتفاع نسبة مشاركة القراء على رابط اتصال بنا، حيث نشرت الصفحة بتاريخ 7 مايو 2021 تنوية حول يشترط حجز موعد مسبق قبل التوجه لأخذ تطعيم كوفيد-19، حمل التطبيق الآن واحجز موعدا بسهولة!، تفاعل مع هذا التنوية أكثر 140 تعليق ما بين استفسار او الرد من جانب القراء وهو ما يؤكد على أهم ما تمتاز به شبكات التواصل الاجتماعي وهي خاصية التفاعلية، وهي نتيجة تتفق والعديد من الدراسات مثل دراسة (Kiang Chen، 2020) حول إستراتيجيات موقع Sina Weibo الصيني في مواجهة فيروس كورونا، فقد استخدم هذا الموقع إستراتيجية الوسائل المتاحة التي تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة رئيسية للتواصل السريع مع الجمهور وإمدادهم بالمعلومات عن تطورات الوضع الصحي، أيضا إستراتيجية الحوار والنقاش والاستشهاد بالشخصيات العامة والمشاهير لإقناع الجمهور بالرسالة المقدمة من الدولة لدعم جهودها في مواجهة أزمة تفشي كورونا(66).

الختام :

— **تناول هذا البحث** كيف أدارت المنصات الإلكترونية الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لجائحة كورونا وذلك بالتطبيق على موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإلكتروني ومنصتها على شبكة الفيسبوك، لإلقاء الضوء على آليات تعامل الوزارة مع جائحة كورونا عبر هذين المنصتين، وتبيان نقاط القوة والضعف في المحتوى المقدم على موقع الوزارة الإلكتروني وموقعها على الفيسبوك في إدارة أزمة جائحة كورونا، مع تقديم رؤية نقدية موضوعية حول مسارات إدارة الوزارة لهذه الجائحة ومدى نجاح هذه الإدارة، وتم الاعتماد على نظرية الاتصال الحواري كإطار نظري انطلقت منه الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك تحليل شكل ومضمون منصة الوزارة على الفيسبوك. وتمثلت أداة جمع البيانات في إستمارة تحليل المضمون الكيفي للموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة، كذلك منصة الوزارة على الفيسبوك، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

— **وظفت وزارة الصحة موقعها الإلكتروني** لإدارة جائحة كورونا بصورة احترافية من خلال تقديم الخدمات المتعلقة بكورونا إلى جمهور الوزارة، وتعددت تلك

الخدمات وكان من أهمها وجود الصفحة المخصصة لكوفيد 19 على الموقع، والتي من خلالها طرح تطبيق كوفيد 19 برعاية مؤسسة الإمارات للخدمات الصحية، ومن خلال ذلك التطبيق يمكن تخليص الكثير من المعاملات المرتبطة بكوفيد 19 سواء تحاليل أو تطعيم أو تقارير وغيره.

— **خصصت الوزارة صفحة هامة** على موقعها الإلكتروني بعنوان المركز الإعلامي، والتي احتوت على الكثير من الصور والأخبار والفيديوهات الهامة والمواد الإعلامية المختلفة التي تناولت جائحة كورونا، وبذلك يمكن القول أن وزارة الصحة استطاعت أن توضح لجمهورها من خلال الموقع كيف أدار الإعلام الدولي والإعلام المحلى الإماراتى أزمة جائحة كورونا، وكان ذلك من النقاط الإيجابية بالموقع الإلكتروني.

— **من أهم المعلومات والخدمات** التي قدمتها الوزارة من خلال موقعها إحصاءات بالمستجدات فى الإمارات كعدد حالات الشفاء والوفيات والإصابات والفحوصات، وتتغير تلك الإحصاءات بشكل يومية. كما أعطت الوزارة أهمية لإحصائية عدد زوار الموقع والتي أيضاً تم تحديثها بشكل يومية، وتفيد تلك الإحصائية من فرص التفاعل بين الجمهور والموقع، كذلك تفيد الموقع نفسه، حيث تعد مؤشراً دالاً على فعاليته وتميز المحتوى الإلكتروني.

— **ركزت صفحة الوزارة على الفيسبوك** فى التعامل مع جائحة كورونا، على المبادرات التي تم إطلاقها للتعامل مع جائحة كورونا ، ودائما ما ركزت الصفحة على الإشارة بصورة متكررة الى النسب والإحصاءات التي تشير إلى إعداد الذين اخذوا اللقاحات، مع نشر مقاطع الفيديو حول الأنشطة المختلفة التي تقوم بها الوزارة فى مختلف إمارات الدولة ومدنها المختلفة ، وتخصيص ركن مخصص للتنبيه والتوعية بالخدمات التي تقدمها الوزارة على مدار الساعة من خذل مواقعها الاليكترونية المتعددة ومنصاتهما الاجتماعية المختلفة، والمادة مقدمة بالصوت والصورة باللغة العربية الفصحى الجميلة مصحوبة بلغة الإشارة لذوى الهمم والاحتياجات الخاصة .

— **امتازت صفحة وزارة الصحة وخدمة المجتمع على الفيسبوك** بكل السمات المميزة للصفحة التفاعلية من حيث الفورية والتفاعلية والتشاركية والتشابكية والانفتاح والترابط والنص الفائق واللاتزامنية، التنوع، والتكامل، تجاوز الحدود الزمانية والمكانية والثقافية، بل وسهولة التجوال والإبحار والمزاوجة بين الصورة والنص والجاذبية المرئية، وضوح العناصر التيبوغرافية وتناسق الألوان وإتاحة الفرصة للقراء لإرسال

تعليقاتهم وإضافة مضمون، والتغطية الشاملة للأحداث الجارية بالصوت والفيديو مصحوبة بالتفسير والتحليل وسهولة الاتصال الشخصي وسهولة إضافة المعلومات.

_____ **امتازت لغة المضمون المقدم** على صفحة وزارة الصحة وخدمة المجتمع على الفيسبوك باللغة السهلة البسيطة المباشرة البعيدة عن المصطلحات الفنية التي لا يفهمها إلا أهل الاختصاص، حتى في حالات استخدام مصطلحات علمية كان يتم بطريقة سهلة وبسيطة لمفهوم هذا المصطلح، خاصة في الحديث عن الامصال واللقاحات والجرعات مفهوم الفاكسين وكوفيد 19 والجرعات التعزيزية وغيرها من المصطلحات، وكيفية معرفة أعراض الإصابة بالفيروس وكيفية التصرف، والوضع الصحي للمريض اثناء فترة التعافي، وهي ما يشير الى تيسر هذه الصفحة على القراء الوعى التام بهذا الفيروس من حيث الأسباب والأعراض وكيفية العلاج.

_____ **أدارت وزارة الصحة وخدمة المجتمع عبر موقعها الإلكتروني ومنصتها على الفيسبوك باحترافية**، حيث امتاز موقعها الإلكتروني بالسرعة وسهولة الوصول إليه مع سهولة الاستخدام والتنقل بالإضافة إلى جمال الموقع ووضوح الهدف منه واستخدام لغات البرمجة المناسبة مع ارتفاع درجة الموثوقية في الموقع والتطوير المستمر الذي يحدث في الموقع على مدار اليوم، أيضا صفحة الوزارة على الفيسبوك بالإضافة الى سمات التحديث على مدار الساعة والتفاعلية الواضحة وروابط التواصل مع الجمهور، امتازت الصفحة أيضا بحفظ الروابط لقراءتها لاحقا من جانب القراء بل وإمكانية حفظها لإمكانية العودة إلى هذه الروابط في أي وقت تريد، حيث يمكنك إيجادها على يسار الشاشة تحت الرسائل، واعتادت الصفحة بترتيب أقسام الصفحة عبر التحكم بالمحتوى الجانبي، مثل الصور والتطبيقات والمراجعات وغيرها، وامتازت الصفحة بتفصيل الإحصائيات الخاصة بمتابعي الصفحة على الفيس بوك في نهاية الصفحات، من حيث عدد الأشخاص الذين دخلوا إليها وتفاعلوا معها، وطبيعة تفاعلهم والوقت الذي أمضوه في الصفحة، والروابط التي نقرروا عليها، والمشاركات، وامتازت الصفحة أيضا بسهولة استخدام البريد الإلكتروني للمتصفح مع إعطائه إمكانية الذهاب إلى صفحة الإعدادات والضغط على "تحميل بيانات فيس بوك"، للحصول على كامل البيانات التي ترتبط المتصفح عبر هذا الموقع، وهي ميزات جعلت من الاثنين الموقع الإلكتروني ومنصتها على الفيسبوك على درجة كبيرة من التميز والاحتراف.

_____ **في النهاية يمكننا القول ان وزارة الصحة وخدمة المجتمع الإماراتية تعاملت** باحترافية مع جائحة كورونا عبر موقعها الإلكتروني على الانترنت ومنصتها التواصلية عبر الفيسبوك، وهذا اتضح من خلال كثافة وعمق وتنوع المضمون عن

الجائحة، مع سهولة الأبحار والتنقل في الموقع والمنصة الاجتماعية، واتضح تأثر هذه الإدارة الناجحة في إعلان القائمين على وزارة الصحة وخدمة المجتمع ان دولة الإمارات العربية المتحدة من أوائل الدول على مستوى العالم تجاوبا مع الجائحة منذ اليوم الأول، بل وتربعت الإمارات على قمة دول العالم في العديد من المؤشرات الخاصة بالتعامل مع فيروس كورونا المستجد - كوفيد 19- بدءا من مرحلة التصدي وصولا إلى مرحلة التعافي وتخطي التداعيات الصحية والاقتصادية والاجتماعية للفيروس، وجاءت الإمارات في المرتبة الخامسة على مستوى العالم في توفر جرعات لقاح كوفيد - 19، بل نجحت دولة الإمارات في أن تكون أول دولة على مستوى العالم يتخطى فيها عدد الفحوصات الخاصة بفيروس كورونا المستجد عدد السكان الفعليين حيث تخطت الإمارات في 6 أكتوبر الماضي حاجز 10 ملايين فحص منذ بدء الجائحة، لتصبح أول دولة في العالم يتخطى فيها عدد الفحوصات عدد السكان وذلك بالنسبة للدول التي يتجاوز عدد سكانها مليون نسمة، بل وحقت دولة الإمارات في يوليو الماضي إنجازا بارزا، ضمن جهودها المتواصلة للحد من انتشار الفيروس وذلك بعد التطبيق العملي الناجح لاستخدام الكلاب البوليسية في مطارات الدولة للكشف عن مصابين محتملين بفيروس كورونا المستجد، لتكون بذلك الدولة الأولى عالميا التي تنجح في التطبيق الفعلي لهذه التجربة العلمية، وأخيرا تصدرت الإمارات دول منطقة الشرق الأوسط في قائمة أفضل تعامل لقيادة الدول خلال أزمة فيروس كورونا المستجد كوفيد- 19/ العالمية، وذلك وفق استبيان للمؤشر العالمي للقوة الناعمة، الذي أصدرته مؤسسة براند فايننس البريطانية وهو التقرير السنوي عن أقوى وأقوى العلامات التجارية العالمية" وكان موقع الوزارة الإلكتروني ومنصتها الاجتماعية على الفيسبوك مكان نشر كل هذه الإنجازات التي حققتها دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي تعاملت باحترافية ومعنية عالية تمثلت في تحقق سمات الموقع الإلكتروني الفعال ومنصتها الاجتماعية على الفيسبوك بأعلى درجات التميز والاحترافية.

المراجع :

- (1) محمود، احمد عمران (2020) "دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا: دراسة ميدانية" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، المجلد 55، العدد 4، الصيف 2021، الصفحة 2380-2446
- (2) بخوش، مديحة (2020) "دور الإبداع التكنولوجي في استدامة الميزة التنافسية" تجربة شركة علي بابا الصينية في ظل جائحة كورونا" مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، الجزائر، المجلد 03 العدد 05 – جوان ص ص 1- 21 ، يوليو 2020، -2602 : ISSN 6570
- (3) بن ورقلة، نادية، بلقماري، هدي (2020) " طرق تداول أزمة كورونا في منصات التواصل الاجتماعي" مجلة افاق العلم، الجمهورية الجزائرية، المجلد (05)، العدد (04)، أغسطس (2020) ص ص 209 _ 217
- (4) بن ورقلة، نادية، بلقماري، هدي (2020) " طرق تداول أزمة كورونا في منصات التواصل الاجتماعي" مجلة افاق العلم، الجمهورية الجزائرية، المجلد (05)، العدد (04)، أغسطس (2020) ص ص 209 _ 217
- (5) المحمدي، سماح محمد (2021) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، المجلد 56، العدد 5 - الرقم المسلسل للعدد 56، الشتاء 2021.
- (6) نجمي، هاني محمد (2021) "مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا لدى طلاب جامعة جازان" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 10، المجلد 59، العدد 1، الخريف 2021، الصفحة 451-
- (7) متى، فلورا إكرام متى (2021) أطر الصورة لأخبار جائحة كورونا (دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي صحيفتي: لوفيجارو الفرنسية واليوم السابع المصرية)" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 7، المجلد 58، العدد 1، الصيف 2021، الصفحة 369-408
- (8) Madurai, Rajvikram, (2020) "Restructured Society and environment: A review on potential technological strategies to control the Covid 19 Pandemic. Science of the Total Environment. Vol. 9. p. 37-60
- (9) Krishna, Rama, (2020). "Smart technologies for fighting pandemics: The techno and human driven approaches in controlling the virus transmission". Government information Quarterly. Vol. 24. p. 1-9.
- (10) Chen, Qiang, (2020) "Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the Covid 19 Crisis". Computer in Human behavior. Vol. 9. April. P. 501-529.
- (11) M, Obrien and K, Moore (2020) "Social Media spread during Covid 19: The pros and Cons of likes and shares". Irish Journal of Medical Science. Vol. 113. p. 137-154
- (12) اللواتي ، نشوي يوسف أمين (2021) " التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية "دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني و France 24 الفرنسي في نسختها الناطقة بالعربية" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، المجلد 58، العدد 4، الصيف 2021، الصفحة 1703-1764 XMLPDF (5.81 MB)

- (13) Lee, Sabinne and Others, (2020). "Policy Learning and Crisis Policy Making: a Quadruple – Loop learning and Covid 19 Responses in South Korea". Policy and Society. Vol. 19. p. 1-24
- (14) بجي، جيهان سيد أحمد (2021) "التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصادقية المصدر" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، المجلد 56، العدد 4 - الرقم المسلسل للعدد 56، الشتاء 2021، الصفحة 1572-1525
- (15) Christensen, Tom, (2020). "Balancing Governance Capacity and Legitimacy: How the Norwegian Government handled the Covid 19 Crisis as a high performer". Public Administration Review. Vol. 51. p. 1-16.
- (16) عيشوش، عمر، بوسرسب، حسان (2020) " دور شبكة الفايبيوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايبيوك ، صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً" مجلة التمكين الاجتماعي المجلد 02 / العدد: 02) جوان 2020، ص ص 288-309
- (17) Wen, June and Aston, Joshua, (2020). "Effects of Misleading Media Coverage on Public health Crisis, A Case of the 2019 Novel Corona Virus outbreak in China". Latest Article. Vol. 28. March. P. 130-153
- (18) A, Qazi, (2020). "Analyzing situational Awareness through public opinion to predict Adoption of social distancing Amid pandemic Covid 19. Journal of Medical Virology. Vol. 30. p. 18-37
- (19) صالح، هبة الله السيد (2021) "فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 9، المجلد 56، العدد 5 - الرقم المسلسل للعدد 56، الشتاء 2021، الصفحة 2352-2400
- (20) جلال، سمر عز الدين (2021) "تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر المقالة 7، المجلد 57، العدد 4، الربيع 2021، الصفحة 1875-1920
- (21) إبراهيم، نجوى إبراهيم سيد (2021) سمات خطاب تعليقات القراء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا "بال تطبيق على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة فيسبوك" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 7، المجلد 58، العدد 3، الصيف 2021، الصفحة 1459-1518
- (22) Singh, Liza and Bansal, Shweta (2020). "First look at Covid 19: Information and misinformation sharing on Twitter". Journal of Social and information Networks. Cornell University. Vol. 1. March. P 36-54
- (23) Ouaidat, Jad, (2020). "University Youth interact with crohn's Virus prevention methods via Facebook: A field study on the users of my page channel" Kingdom of Jordan" and Channel "France 24 Arabic".

- Journal of Media Studies. The democratic Arabic center – Germany – Berlin. Vol. 11. p. 586-572
- (24) مصطفى، ولاء يحيى (2021) "فاعلية تقنية الشات بوت "روبوتات المحادثة" بالمؤسسات الصحية في التوعية الصحية بفيروس كورونا" المستجد" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 5، المجلد 58، العدد 1، الصيف 2021، الصفحة 263-308.
- (25) Park, Sejung and Others, (2020). "Conversations and Medical News frames on twitter: Infodemiological study on Covid 19 in South Korea". Journal of Medical Internet Research. Vol. 22. p. 130-149
- (26) Chang, Xinghua and Liu, Maoxing, (2020). "Studying on the impact of media coverage on the spread of Covid 19 in Hubei province, China". Journal of Mathematical Biosciences and Engineering. Vol. 17. p. 229-256.
- (27) The British Infection Association, (2020) "Social media WeChat infers the development trend of Covid 19". Journal of Infection. Vol. 81. p. 540-567.
- (28) Li, Jiawei and Others, (2020). "Data Mining and Content Analysis of the Chinese social Media platform Weibo during the early Covid 19 outbreak: Retrospective observational infoveillance study". Journal of JMIR Public health surveill. Vol. 6. p. 311-330.
- (29) Karasneha, Reema, (2020) "Media effect on shaping Knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic Covid 19 among pharmacists". Science Direct. Vol. 22. April. P. 21-48.
- (30) Park, Han Woo, (2020) "Conversations and Medical News frames on twitter: Infodemiological study on Covid 19 in South Korea". Journal of medical Internet research. Vol. 5. May. P. 15-36.
- (31) ابو سنه، نورا حمدي محمد (2021) "علاقة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات باتجاه المصريين المغتربين في السعودية نحو لقاح فيروس كورونا المستجد" مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الازهر، المقالة 1، المجلد 58، العدد 1، الصيف 2021، الصفحة 200-262.
- (32) Michael L. Kent and Maureen Taylor, 1998. "Building dialogic relationships through the world wide web". Public relations review. Vol. 24. no. 3. p. 321-334.
- (33) Justin E. Petitgrew, 2008. "The new dynamic of Corporate media relations: Engaging the press through dialogic components of world-wide websites". Unpublished M.A. Thesis. University of Georgia the Graduate Faculty.
- (34) Weaver, (2009). "The effective organizational communication". Journal of management. Vol. 3. no. 1. p. 124.
- (35) راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد، (2014) "إدارة العلاقات العامة: المدخل الإستراتيجي". القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر. ص73-78.

- (36) رضوان، أحمد فاروق، موسى، وشيرين على (2012) " أدوات الاتصال التفاعلي المستخدمة في المواقع الالكترونية الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة" مجلة الاتصال والتنمية، الرابطة العربية لعلوم الاتصال، العدد (4)، ص 7-24.
- (37) Michael L. Kent and Maureen Taylor, 1998. Op.cit., p. 326.
- (38) Petter Alexander Gustavsen and Elspeth Tilley, 2003. "Public relations communication through corporate websites: Towards an understanding of the role of interactivity". PRIS. No. 1. p. 1.
- (39) طابع، سامي (2001). "بحوث الإعلام". القاهرة: عالم الكتب للنشر. ص 167-168
- (40) سليمان، سلوي (2009). "الاتصال التسويقي المتكامل في الشركات متعددة الجنسيات العاملة في مصر: دراسة تطبيقية" رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام
- (41) فلورا متى (2021). مرجع سابق.
- (42) Petter Alexander Gustavsen and Elspeth Tilley, 2003. Opcit.
- (43) Michael L. Kent and Maureen Taylor, 1998. Op.cit
- (44) Ouaidat, Jad, 2020. Opcit
- (45) Chang, Xinghua and Liu, Maoxing, 2020. Opcit.
- (46) ميلود، مراد وصادق، فوزية (2020). "مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر". المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأى العام. المجلد 3. العدد 1. ص 145-159.
- (47) ابراهيم، نجوى إبراهيم سيد (2021). مرجع سابق.
- (48) Lee, Sabinne and Others, 2020. Opcit.
- (49) عيشوش، عمر، بوسرسب، حسان (2020). مرجع سابق.
- (50) Karasneha, Reema, 2020. Opcit
- (51) Stechemesser, Wenz and Levermann, Anders and Wesley, George, 2020. "Corona Crisis fuels – Annika racially profiled hate in Social media networks". Eclinical Medicine, The Lancet Regional Health. Vol. 3. p. 27-39.
- (52) Shokri, Azad and Others, 2020. "Perceived stress due to Covid 19 in Iran: Emphasizing the role of social networks". Medical Journal of the Islamic Republic of Iran. Vol. 14. p. 202-221
- (53) Murad, Hersh Rasool, 2020. "The impact of social Media on panic during the Covid 19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study". Journal of Medical Internet Research. Vol. 22. p. 151-165
- (54) Mejia, Christian R. 2020. "The Media and their informative role in the face of the Corona Virus disease 2019 (Covid 19): Validation of fear perception of Magnitude of the issue (Med-Covid 19). Electronic Journal of General Medicine. Vol. 17. p. 332-358.
- (55) Chen, Qiang, 2020. Opcit.
- (56) Wen, June and Aston, Joshua, 2020. Opcit.
- (57) A, Qazi, 2020. Opcit.

- (58) Petter Alexander Gustavsen and Elspeth Tilley, 2003.Opcit.
- (59) مصطفى، ولاء يحيى (2021). مرجع سابق
- (60) المحمدي، سماح محمد (2021). مرجع سابق
- (61) حمدوش، رياض و دعاس، أحمد (2020). " وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار وباء كورونا ". المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام. المجلد3. العدد1. ص160-173
- (62)Krishna, Rama, 2020.Opcit.
- (63) عطيه، مروة عطيه (2017) " آليات توظيف لقطات الفيديو داخل البناء الفني للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة" المؤتمر العلمي الدولي حول الاتصال الرقمي في عصر التحولات الاجتماعية: المسؤوليات، الإمكانيات، التحديات "16 – 17 إبريل، كلية الإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان، الإمارات العربية المتحدة
- (64) اليماني، تالة محمد زهير (2017) " دور تكنولوجيا المعلومات الصحفية في تطوير الخدمة الإخبارية على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية ميدانية على الصحافة الإلكترونية السورية ومستخدميها" اطروحة دكتوراه غير منشوره، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (65) حمدوش، رياض، ودعاس، احمد (2020) " وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار وباء كورونا (كوفيد- 19)" المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد (03) ، العدد (01)، جوان 2020، ص ص 160-173.
- (66) Chen, Qiang, 2020.Opcit