Dirasat, Human and Social Sciences, Volume 49, No. 3, 2022

Deanship of Scientific Research

The Media Briefings of the MOHAP and its Communication Content to Raise Awareness of the Coronavirus

Rahima Aissani*

Department of Communication and Media, AL- Ain University, United Arab Emirates.

https://doi.org/10.35516/hum.v49i3.1367

Received: 20/8/2020
Revised: 11/10/2020
Accepted: 27/4/2021
Published: 15/5/2022

* ***Corresponding author:***
rahima.aissani@aau.ac.ae

Abstract

At the outbreak of disease and epidemics, governments and health-care organizations prepare emergency crisis management plans, developed based on information and guidance from the World Health Organization. These include preparedness, response and recovery strategies, media and public communication are an important component of their implementation. The concept of crisis communication implies that honest, candid, quick, accurate and full response to the crisis is one of the basic requirements of crisis management. The study aims to reveal the type of communication content presented by the media briefings of the MOHAP awareness of the Coronavirus and to curb its spread. The study adopted a curriculum for content analysis(quantitative and qualitative)of the periodic briefings organized by the Ministry over four months (March, April, May, June), starting from the first briefing held on Saturday, March 7, 2020 ended with the last regular briefing on Tuesday, June 27, 2020. The study found several results, the most important of which were: The MOHAP has been quick, organized and effective in its communication response; Periodic briefings were organized on the latest developments and figures regarding Coronavirus cases in the State, government actions and initiatives announced to curb the spread of COVID19. The study recommends that further studies be undertaken to implement the CERC Crisis and Risk Management Communications Model, in order to reveal the effectiveness of crisis communication applied by the bodies and organizations in the Arab region to manage crises and risks, both in communications and in the media.

Keywords: Media briefing; awareness campaigns; community initiatives; new coronavirus (COVID19); pandemic.

الإحاطات الإعلامية لوزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية ومحتواها الاتصالي للتّوعية بفيروس كورونا

*رحيمة عيساني**

قسم الاتصال والإعلام، كلية الاتصال والإعلام، جلمعة العين، الإمارات العربية المتحدة.

ملخّص

عند تفشي الأمراض والأوبئة تُعِدُّ الحكومات ومنظمات الرّعاية الصّحية خططًا طارئة لإدارة الأزمات النّاتجة عنها؛ بحيث تشمل استراتيجيات التّأهب والاستجابة والتّعافي، وتعد وسائل الإعلام والاتصال بالجمهور أحد المكونات المهمة في تنفيذها، وينطوي مفهوم اتصال الأزمات على أنّ الاستجابة الصّادقة والصّريحة والسّريعة والدّقيقة والكاملة للأزمة هي أحد المتطلبات الأساسية في إدارة الأزمة. هدفت الدّراسة إلى الكشف عن نوع المحتوى الاتصالي الذي قدمته الإحاطات الإعلامية لوزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتي للتّوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره بتطبيق نموذج CERC لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا، واعتمدت الدّراسة منهج تحليل المحتوى (الكمي والكيفي) للإحاطات الإعلامية الدّورية التي نظمتها الوزارة على مدار أربعة أشهر(مارس، إبريل، مايو، يونيو) ابتداء من أول إحاطة التي عقدت يوم السّبت 7 مارس 2020، وانتهاء بآخر إحاطة دورية التي عقدت يوم الثّلاثاء 27 يونيو 2020. وتوصلت الدّراسة إلى عدة نتائج أهمها: 1. أنّ وزارة الصّحة ووقاية المجتمع، وقد كانت استجابتها الاتصالية سريعة ومنظمة وفعالة؛ فقد نظمت إحاطات إعلامية دورية تناولت آخر المستجدات والأرقام بخصوص الحالات المرتبطة بمرض كورونا في الدّولة، والإجراءات الحكومية التي يتم اتخاذها، والمبادرات المعلن عنها للحد من انتشار فيروس كوفيد19، 2. وبالاستناد إلى المبادئ السّتة لنموذج CERC كانت وزارة الصّحة الإماراتية من خلال الإحاطات الإعلامية الدّورية الـ44 التي نظمتها؛ الأولى في الوصول إلى الجمهور وتوعيته، قدّمت محتوى اتصاليا صادقا ودقيقا. وجّهت وبأشكال متعددة رسائل تعاطف لمختلف الفئات الاجتماعية في المجتمع؛ عزّزت من إجراءاتها. وتوصي الدّراسة بإجراء المزيد من الدّراسات بتطبيق نموذج CERC لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا، للكشف عن مدى فعالية اتصالات الأزمات التي تطبقها الهيئات والمنظمات في المنطقة العربية لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا وإعلاميا.

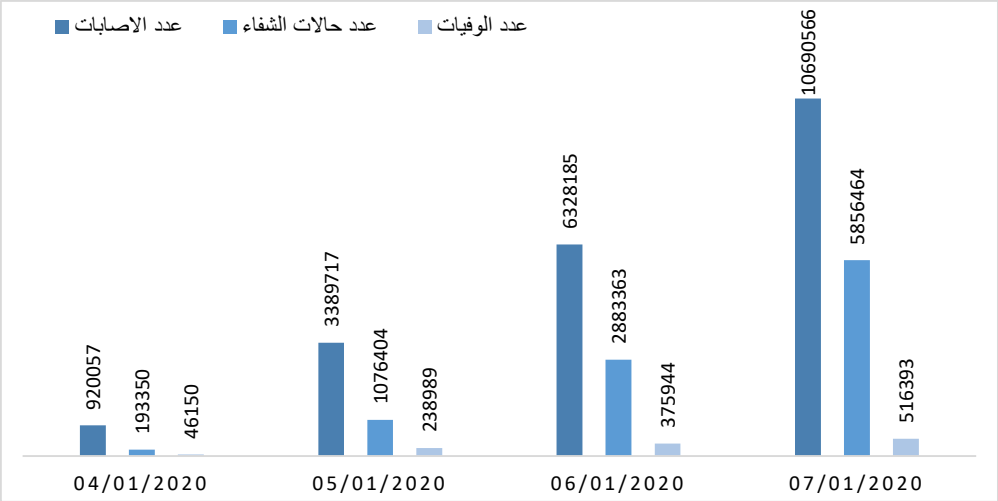
الكلمات الدالة :الإحاطة الإعلامية، الحملات التّوعوية، المبادرات المجتمعية، فيروس كرونا المستجد (كوفيد19)، جائحة.

© 2022 DSR Publishers/ The University of Jordan. All Rights Reserved.

المقدّمة

شهد العالم منذ أكثر من ستة أشهر حالة طوارئ نتيجة جائحة كورونا التي باتت تشكل تهديدا حقيقيا على حياة الإنسان في كل أنحاء العالم، ما دفع الإعلام بكل أنواعه للتّحرك، والعمل على مواجهة هذه المرحلة، من خلال تغطية الأحداث، وتخصيص برامج تعريفية بفيروس كوفيد-19. وتبيين طرق الحماية والوقاية منه، بهدف العمل على رفع درجة الوعي الفردي والمجتمعي وبناء مناعة، للحد من انتشار الفيروس القاتل.

وقامت المجموعات المختصة بالصّحة العامة، مثل مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها في الولايات المتحدة (CDC) ومنظمة الصحة العالمية (WHO)، بمراقبة الجائحة، ونشر التّحديثات على مواقعها على الإنترنت، كما أصدرت هذه المجموعات توصيات حول الوقاية من المرض وعلاجه، وقد تسارعت أعداد الاصابات والمصابين بالفيروس، وكذا عدد الوفيات خلال الأشهر الأربعة (مارس، إبريل، مايو، يونيو 2020).



خطط بياني رقم 1: يوضح احصائيات الاصابات، الشّفاء والوفيات بسبب فيروس كرونا حول العالم خلال أربعة أشهر

المصدر: https://covid19.who.int/

وقد نال موضوع تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19) التّغطية الإعلامية الأكبر من بين كل الأوبئة التي اجتاحت العالم على مرّ العصور، بما في ذلك تفشي إيبولا الأخير، فقد توصلت دراسة أجرتها مجلة التّايمز الأمريكية أن عدد الصّحف التي تناولت خبر انتشار الفيروس كان أكثر بـ 23 مرةً مقارنةً بالفترة الزّمنية نفسها لوباء إيبولا في 2018 وخلال الشهر الأول فقط من تفشي الفيروس (Ducharma, 2020).

وحاول الإعلام العربي منذ بدء انتشار فيروس كورونا حول العالم نقل الأخبار، وتعقب سير الفيروس وانتشاره، ومدى جدية تهديده، في الوقت الذي كان لا يزال انتشاره أكبر خارج حدود المنطقة، في الصين وأوروبا ومناطق أخرى، فكان نشاطه . حينها - مقتصرًا على نقل أخبار الدول التي تفشى فيها الفيروس، والخطط التي تسعى الحكومات لتطبيقها أو فرضها للسيطرة على الوضع.

كما استمرت التّغطيات بمتابعة ماهية الفيروس، وكيف وصل إلى مرحلة "الجائحة"، مستعينًا بنقل الأخبار عن مصادر موثوقة أو غير موثوقة أحيانًا، الأمر الذي ساهم لاحقًا في انتشار كميةٍ مهولة من المعلومات غير الصّحيحة، وقد تناولت عدة مقالات صحفية موضوع المعالجة الإعلامية في وسائل الإعلام العربية المختلفة، وانتهت بعضها إلى أنّ: "نقص المعلومات كان السّمة الأبرز في المشهد، على صعيد رسمي وشعبي وإعلامي كذلك؛ ذلك أنّ الفيروس مستجدّ، بل كانت هذه السّمة بادية حتى لدى منظمة الصّحة العالمية والجهات الصحية المختصة، في الأيام الأولى، ورصد بعض التحليلات للباحثين والمهتمين بالموضوع جملة ممارسات غير صحيحة ميزت هذه المعالجات، سواء كان هذا على صعيد الإعلام المرئي والمسموع والمقروء، أو على صعيد منصات التّواصل الاجتماعي، منها (سلامة، 2020):

1. استخدام نبرة عنصرية في الحديث عن وباء كورونا من حيث بؤرة انتشاره.
2. الاحتكام لأمور غير مثبتة، وترويجها كما لو كانت حقاق مثل نظرية المؤامرة.
3. ضيق الأفق في التّعامل مع الحدث باعتباره عقاباً إلهياً.
4. نشر الإشاعات والمعلومات والصّور والفيديوهات المفبركة، وغير الموثوقة من دون تدقيق.
5. غياب الصّحافة العلمية المتخصصة، ما خلق فجوة كبيرة وأشار لمكمن خلل في تخصصات الصّحافة في العالم العربي.
6. غياب المعلومات الدّقيقة حول فيروس كورونا، وتناقض المعلومات وتضاربها لاحقاً، وتداول التّخمينات كما لو كانت حقائق.

7.الخلل في صياغة خطاب إعلامي يجمع بين أمرين: تقديم معلومات وافية لمنع انتشار الوباء، وفي الوقت ذاته طمأنة الناس؛ لئلا يتحوّل الأمر لحالة هلع كما هو حاصل حالياً.

معرفيا يقدم نموذج CERC[1] لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا ستة مبادي أساسية: كن أولاً(Be First)، كن على حق(Be Right)، كن ذا مصداقية(Be Credible)، عبّر عن تعاطفك(Express Empathy)، عزّز العمل(الإجراءاتPromote Action)، أظهر الاحترام(Show Respect) (CDC, 2020, 7-13). وقد كانت استجابة وزارة الصّحة، ووقاية المجتمع الإماراتية متسقة جدا مع هذه المبادئ في إدارة أزمة فيروس كورونا اتصاليا، فقد نظمت بالتّعاون مع كل من الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، وزارة التّربية والتّعليم، والنّاطق الرّسمي لحكومة أبو ظبي إحاطات إعلامية دورية، وأطلقت حملات توعوية، ومبادرات مجتمعية عبر منصات التّواصل الاجتماعي، وفتحت قنوات تواصل متعددة مع المجتمع المدني، وذلك منذ اكتشاف أولى الحالات بالدّولة وحتى تاريخ 30 يونيو 2020، ساهمت بشكل فعال في التّوعية بمخاطر الفيروس، وشرح الإجراءات الاحترازية المتخذة على مستوى الدّولة، وبالتّالي التّحكم في عدد الإصابات والوفيات.

أولا: الإجراءات المنهجية للدّراسة:

(أ) إشكالية الدّراسة ومنهجها:

استنادا إلى ما سبق تتناول هذ الدّراسة قراءة تحليلية للإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية، للكشف عن محتواها الاتصالي في التّوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره، **وتطرح إشكاليتها من خلال الأسئلة الآتية:**

1.هل التزمت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية بتقديم إحاطات إعلامية دورية للتّوعية بفيروس كرونا؟

2.ما المحتوى الاتصالي الذي ركزت عليه الإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتّوعية بفيروس كرونا؟

3.ما مدى فعالية الإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتّوعية بفيروس كرونا وفقا لمبادئ نموذج CERC السّتة (السّبق، قول الحقيقة، المصداقية، التّعبير عن التّعاطف، تعزيز الإجراءات المطلوبة، وإظهار الاحترام)؟

(ب) منهج الدراسة:

اعتمدت الدّراسة منهج تحليل المحتوى (الكمي والكيفي) للإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتّوعية بفيروس كرونا، على مدار أربعة أشهر (مارس، إبريل، مايو، يونيو) ابتداء من أول إحاطة التي عقدت يوم السّبت الموافق 7 مارس 2020، وانتهاء بآخر إحاطة دورية التي عقدت يوم الثّلاثاء الموافق 27 يونيو 2020، فقد أعلنت الوزارة في مؤتمر صحفي بتاريخ 30 يونيو 2020 أنّها آخر إحاطة دورية تقدمها الوزارة، وأنها ستعقد إحاطات إعلامية حسب ما تقتض الظروف، وذلك من خلال فئتي تحليل:

1. فئة الشّكل: ورصدت عدد الإحاطات وتوزعها على الأشهر، ومدى دوريتها، ومواصفات القائمين بالاتصال في الإحاطات.
2. فئة المحتوى: بتحليل المحتوى الاتصالي للإحاطات الإعلامية الدّورية، ومدى التزامها بالمبادئ السّتة لنموذج CERC.

(ت) أهداف الدّراسة: هدفت الدّراسة إلى:

1. الكشف عن نوع المحتوى الاتصالي الذي قدمته الإحاطات الإعلامية لوزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتّوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره.
2. مدى التزام وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية بتقديم الإحاطات الإعلامية بشكل دوري يستجيب بسرعة لحاجة المجتمع وفئاته المختلفة؛ لمعرفة مستجدات الجائحة، وسبل الوقاية والعلاج.
3. مدى التزام هذا المحتوى بمبادئ نموذج CERC لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا(السّبق، قول الحقيقة، المصداقية، التّعبير عن التّعاطف، تعزيز الإجراءات المطلوبة، وإظهار الاحترام).

أهمية الدّراسة: تبرز أهمية الدّراسة في الآتي:

1.الإضافة المعرفية: وذلك بالمساهمة في رفد الدّراسات العربية، وإثراء رصيدها حول موضع إدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا وإعلاميا.

2.الإضافة العملية: بتطبيق نموذج CERC على استجابة الهيئات والمنظمات حال الطوارئ والكوارث والأزمات، واستخلاص النّتائج التي من شأنها توجيه الخطط والسّياسات والقرارات في المستقبل.

---

[1] - اختصارا لـ Crisis and Emergency Risk Communication، نموذج تم وضعه وتطويره من قبل مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها بالولايات المتحدة، Centers for Disease Control and Prevention and Agency for Toxic Substances and Disease Registry صدر في شكل كتاب شهر أكتوبر من العام 2002، في 12 فصل تناول، تحدث الفصل الرّابع منه على مراحل وخطة اتصال الأزماتCrisis Communication Phases and the Crisis Communication Plan (Reynolds, M.A., 2012, 63-68)، يفترض أنّ الأزمات سوف تتطور بطرق منهجية يمكن التّنبؤ بها إلى حد كبير من خلال أربعة مراحل:(Preparation)، (Initial)، (Maintenance)، (Resolution)، (CDC,2019, 13). ويجب أن تتماشى جهود وأولويات الاتصال مع هذه المراحل، ويتعين على المتواصلين التّكيف والاستجابة وفقًا لكل مرحلة.

(ث) حدود الدّراسة:

تتناول هذه الدّراسة -كما أشرنا سابقا- **رصد وتحليل محتوى الإحاطات الإعلامية الدّورية** التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتّوعية بفيروس كرونا، على مدار أربعة أشهر (مارس، إبريل، مايو، يونيو) ابتداء من أول إحاطة التي عقدت يوم السّبت الموافق 7 مارس 2020، وانتهاء بآخر إحاطة دورية التي عقدت يوم الثّلاثاء الموافق 30 يونيو 2020 وقد بلغت 44 إحاطة، ولا تتجاوزها إلى غيرها من بقية الإحاطات التي قدمتها الوزارة بعد هذا التاريخ، ذلك أنّ الوزارة قد أعلنت بانتهاء الإحاطة الإعلامية رقم 44 بتاريخ 30 يونيو، أنها آخر إحاطة دورية تقدمها الوزارة، وأنها ستعقد إحاطات إعلامية حسب تقتض الظروف ذلك.

(ج) مفاهيم الدّراسة:

1.**الإحاطة الإعلامية:**

لغة: الإحَاطَةُ بالمَوْضُوع: الإلْمامُ بِهِ، والتَّمَكُّنُ مِنْهُ، والعِلْمُ بِهِ، ومنه قوله تعالى:"فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِين" (22) سورة النّمل. **والإحاطة الإعلامية:** هي تقديم معلومات إعلامية خبرية صحيحة وصادقة، من جهة أو مؤسسة إعلامية، حول موضوع معين.

وإجرائيا: هي مجموع اللّقاءات والمؤتمرات الصّحفية التي عقدتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية؛ لتقديم معلومات واحصاءات مستجدة عن وضع جائحة كورونا في دولة الإمارات العربية المتحدة، والإجراءات الاحترازية التي تتخذها منظمات وهيئات المجتمع المدني للحد من انتشار الفيروس.

2.**الحملة التّوعوية:**

يقصد بحملات التّوعية العامة الجهود الاتصالية والفعاليات المشاركة المخطط لها التي تهدف إلى إحداث تغييرات إدراكية أو اتجاهية أو سلوكية لدى جمهور محدد في مكان محدد وخلال مدة محددة، وتختلف أهداف حملات التّوعية العامة حسب الحاجة؛ فبعضها تهدف فقط إلى التوّعية أو رفع الوعي العام لدى جمهور معين حول موضوع معين دون أن يكون هناك هدف لتغيير في الاتجاهات أو السّلوك، وقد يكون الهدف هو تحقيقها جميعا أي أن يكون الهدف من الحملة هو التّغيير المعرفي ثم الاتجاهي ثم السّلوكي، وهذا ما تهدف له غالبا حملات التّوعية المرورية أو ترشيد استهلاك المياه والكهرباء، او حملات التّوعية الصّحية بمرض معين أو الخضوع للقاح معين، أو سلوكات صحية معينة، حيث تهدف إلى تغيير السّلوك عن طريق تمثل السّلوك الصّحيح في كل الحالات، ومتى ما حدث ذلك فهو دليل على نجاح الحملة، كما يدل على تحقيق أهداف أخرى مثل ارتفاع الوعي، والتّعامل الحضاري وغيرها (العوفي، 2018، 20).

أما إجرائيا فحملات التّوعية هي كل الجهود الاتصالية التي نفذتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع، أو هيئات ومنظمات المجتمع المدني المساندة للتّوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره.

3.**المبادرة الاجتماعية:**

المبادرة في اللّغة هو السّبق لاقتراح الأمر أو تنفيذه، واصطلاحا هي الإسراع لفعل شيء إيجابي بهدف التّغيير أو التّطوير للنّهوض بالمجتمع، فالمجتمعات لا ترتقي أو تنهض إلا من خال مبادرات مجتمعية تعمل بشراكة إيجابية مع الحكومات المختلفة؛ لتحقيق رؤاها المشركة (الدّرباس، 2019، 12)، وهي محاولة الأشخاص إحداث فارق في المجتمع عن طريق خدمة النّاس وإرضاء احتياجاتهم. تتميز المبادرات في الكثير من الأحيان بكونها بسيطة وغير معقدة، فلا تحتاج إلى كثير من الموارد أو مصادر التّمويل لكي يتم تنفيذها، بل تعتمد على الأنشطة التي يقوم بها الشّباب بالاعتماد على إمكاناتهم ومهاراتهم وخبراتهم. النّقطة هنا أنّ أصحاب المبادرة الاجتماعية التزامًا منهم بمفهومها لا ينتظروا الحصول على مصدر تمويل لفكرتهم مثلًا، بل يحاولون تطبيقها بالمتاح معهم، فالمهم هو تحقيق الأثر المرغوب في المجتمع (سعادة، 14). وتكمن الأهمية الكبرى للمشاريع والمبادرات الشّبابية الموجهة لتنمية المجتمع. في أنها تشكل إطاراً عمليا لتنظيم الجهود التّطوعية للشّباب، وتحويلها نحو التّأثير في مسار تنمية المجتمعات، وتعزيز فرص استمرارية ثقافة وجهود التّطوع.

وإجرائيا: هي مجموع المساهمات الاتصالية والإعلامية التي قدمتها هيئات ومنظمات المجتمع المدني مساندة لوزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في التوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره.

4.**كورونا فيروس Coronavirus:**

يستخدم المصطلحان "كورونا فيروس" و"كوفيد-19" للإشارة إلى نفس العدوى، إلا أنّ فيروسات كورونا هي في الواقع عائلة من الفيروسات، يسبب بعضها أمراضا للإنسان، في حين لا يسبب بعضها الآخر ذلك، والفيروس الذي يثير قلقا بالغا في الوقت الحالي SARS-COV-2، أو فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التّنفسية الحادة الشّديدة نوع 2؛ ولا يجب الخلط بنيه وبين فيروس مرض السّارس الذي كان الجميع متخوفا منه عام 2003، إذ إنّ فيروس SARS-COV-2، هو الذى يتسبب فى مرض كوفيد–19.

وإجرائيا نتبنى تعرف منظمة الصّحة العالمية بأنه: سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. وأنه من المعروف أنّ عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراضا تنفسية، تتراوح حدتها من نزلات البرد الشّائعة إلى الأمراض الأشد وخامة، مثل: متلازمة الشّرق الأوسط التّنفسية (ميرس) والمتلازمة التّنفسية الحادة الوخيمة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19 (WHO, 2020).

5.**كوفيد -COVID-19:**

الاسم الذي أطلقته منظمة الصّحة العالمية في 11 فبراير 2020 على المرض الذي يسببه فيروس كورونا، ويكون مصحوبا عادة بالحمى والاعياء والذهال، إضافة إلى المشاكل التّنفسية. وقد تكون بعض الحالات المصابة به شديدة تؤدي إلى الوفاة أحيانا، وقد تم إضافة الرقم 19 إشارة إلى العام 2019 الذي اكتشفت فيه أول حالة للفيروس (WHO, 2020).

وإجرائيا تتبنى تعريف منظمة الصّحة العالمية بأنه: مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم (WHO, 2020).

وتتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد 19 -حسب المنظمة- في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وتشمل الأعراض الأخرى الأقل شيوعاً ولكن قد يُصاب بها بعض المرضى: الآلام والأوجاع، واحتقان الأنف، والصّداع، والتهاب الملتحمة، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذّوق أو الشّم، وظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين. وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويصاب بعض النّاس بالعدوى دون أن يشعروا بها.

ويتعافى معظم النّاس (نحو 80%) من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، ولكن الأعراض تشتد لدى شخص واحد تقريباً من بين كل 5 أشخاص مصابين بمرض كوفيد-19 فيعاني من صعوبة في التّنفس، وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى، مثل: ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب والرئة أو السكري أو السرطان، وينبغي لجميع الأشخاص، أيا كانت أعمارهم التماس العناية الطبية فوراً إذا أصيبوا بالحمى و/ أو السّعال المصحوبين بصعوبة في التّنفس/ضيق النّفس وألم أو ضغط في الصّدر أو فقدان القدرة على النّطق أو الحركة. ويوصى قدر الإمكان بالاتصال بالطبيب أو بمرفق الرعاية الصّحية مسبقاً، ليتسنى توجيه المريض إلى العيادة المناسبة (WHO, 2020).

6.**جايحة Pandemic:** وباء ينتشر بشكل واسع، ويجتاح عدة دول أو قارات، ويصيب عدد كبيرا من النّاس (WHO, 2020).

(ح) الدّراسات السّابقة:

هدفت دراسة Andrade وزملاؤه إلى تقييم اتصالات حكومة بورتوريكو بشأن الأزمات ومخاطر الطوارئ في أعقاب إعصار ماريا، من خلال دراسة وتحليل النّشرات الصّحفية لحكومة بورتوريكو، والتّسجيلات الصّوتية للمؤتمرات الصّحفية، والبث المباشر على فيسبوك، وأخبار الوسائط الرّقمية وتعليقات وسائل الإعلام الاجتماعية، ومقابلات مع موظفي حكومة بورتوريكو وأصحاب المصلحة في المجتمع، وانتهت نتائج الدّراسة إلى أنّ التّخطيط والتّدريب غير الكافيين للاتصال بالأزمات، إلى جانب الثّغرات في المعلومات والتّضارب، ساهمت في الشّائعات حول قضية الوفيات. ونتيجة لذلك، فقدت حكومة بورتوريكو القدرة على إدارة الرّسائل بشكل فعال، مما أدى إلى تناقصها.(Andrade & All, 2020, 15)

وهدفت دراسة Hinjoy وزملاؤه لدراسة ردود إدارة تايلاند لمكافحة الأمراض (DDC) المبكرة على COVID-19 فيما يتعلق بالتّواصل مع المجتمع الدّولي، وطريقة استجابة تايلاند خلال حالات الطوارئ الصّحية العامة(Hinjoy & All, 2020, 205). وتوصلت نتائج الدّراسة إلى أنّ تايلاند قد بدأت بروتوكول فحص COVID-19 في 3 يناير 2020. حدثت المراسلات الدّولية لاحقًا بشكل مستمر إما من خلال آليات ASEAN أو اللّوائح الصّحية الدّولية (IHR). كانت النّتيجة الإجمالية للاتصال للاستجابة الدّولية 88.9٪. بالنّسبة لواجبات إعداد تقارير اللّوائح الصّحية الدّولية، كان متوسط مدة الرد 2.49 ساعة. تم إرسال الأخبار الرّسمية في غضون 9.18 ساعة في المتوسط، وتم دائمًا تحميل تقارير الحالة اليومية باللغة الإنجليزية على الموقع الرسمي في غضون 24 ساعة. (Hinjoy & All, 2020, 205).

هدفت دراسة Wieland وزملاؤه إلى توضيح استخدام الشّراكة الصّحية CEnR في جنوب شرق ولاية مينيسوتا للتّصدي لـ COVID-19 مع المجموعات السّكانية الضعيفة التي تستفيد من شبكاتها الاجتماعية ومصداقيتها وخبرتها الفنية؛ لتعزيز الاتصال بالأزمات ثنائية الاتجاه ومخاطر الطوارئ (Wieland & All, 2020, 2)، وانتهت الدّراسة إلى أنّه من خلال الاستفادة من الشّبكات القائمة والمصداقية، قد نفذت شراكات CEnR اتصالات الأزمات والمخاطر الطارئة للسكان الضعفاء في جائحة COVID-19، بشكل فعال.(Wieland & All, 2020, 5)

تناولت دراسة Hagen وزملاؤه استخدام تويتر من قبل الجهات الحكومية الفيدرالية والولائية والمحلية خلال تفشي (فيروس زيكا) 2015-2016 في الولايات المتحدة(Hagen, 2020,1). وقدمت تحليلا عميقا لكيفية تفاعل الوكالات الحكومية والقادة السّياسيين عبر مختلف مستويات الحكومة مع الجمهور في مجالات إدارة الطوارئ والإدارة العامة في أوقات الأزمات، وخلصت نتائج الدّراسة إلى أنّ الحكومات المحلية لديها أحجام شبكات أصغر، في المتوسط، من نظيراتها في الولايات والفيدرالية. في المقابل، تميل الوكالات على المستوى الفيدرالي إلى التمتع بأحجام شبكات أكبر، والتي كثيرًا ما تستفيد منها كأداة لنشر المعلومات. وقد أدار أصحاب المناصب بشكل عام شبكات كبيرة، واستفادوا من شعبيتها خلال الأزمة (Hagen, 2020,1).

حللت دراسة Ophir حوالي 5006 مقالة من صحف أمريكية رائدة غطت 3 أوبئة: H1N1 و Ebola و Zika. استنادا إلى ارشادات CERC، وباستخدام طريقة مختلطة لتّحليل المحتوى الآلي واليدوي، حددت 3 مواضيع تستخدم لتغطية الأمراض: الوباء والعلمي والاجتماعي، وأظهر تحليل الموضوعات استنادًا إلى إرشادات CERC، تباينًا كبيرًا بين ما تهدف مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها إلى توصيله خلال الأوبئة وما تنشره وسائل الإعلام فعليًا للجمهور(Ophir, 2018).

واستخدمت دراسة Lwin, & ALL, النّموذج للبحث في كيفية استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي في مجال اتصالات الأزمات والمخاطر المرتبطة بالأوبئة، من خلال فحص الاستخدامات الإستراتيجية للفيسبوك في توصيل وباء زيكا الأخير من قبل السّلطات الصّحية في سنغافورة، بحيث تم تحليل المنشورات ذات الصّلة بزيكا على الفيسبوك لثلاث وكالات صحية رئيسية في سنغافورة تم نشرها في غضون سنة واحدة من يناير 2016 إلى ديسمبر 2016 بشكل موضوعي. وتوصلت نتائج الدّراسة إلى أنّه تم استخدام Facebook لتوصيل الأزمة بشكل استراتيجي، والتي دعمت وأضيفت إلى نموذج CERC. تم عرض الاستخدامات الجديدة للفيس بوك للتواصل مع الفاشيات، بما في ذلك تعزيز المسؤولية العامة المشتركة للوقاية من الأمراض والتّعبير عن احترامها للجمهور للتعاون، وأنّ رسائل التّأهب قد تكون الأكثر فاعلية، لأنها تنتج مستوى كبيرًا من المشاركة العامة.(Lwin, & ALL, 2018, 2).

هدفت دراسة Nour وزملاؤه إلى تقديم وصف للأحداث الوبائية الرئيسة والأخبار الصّادرة عن صحيفة يومية رئيسة وإجراءات الاتصال بمخاطر الطوارئ الرئيسة (CERC) التي اتخذتها سلطات الصّحة العامة بدولة قطر خلال الاستجابة لتفشي فيروس كورونا عام2013، استراتيجيات في إدارة الأزمة خلال الأيام الأولى من تفشي المرض، باستخدام الإطار النّظري لنموذج (CERC). وقد تتبعت كل الأحداث ذات الصلة بفيروس كورونا-كورف بشكل زمني، من خلال القصص التي تم نشرها في إحدى الصّحف الرئيسة على مدار ثلاث مراحل متميزة من الوباء، وانتهت نتائج الدراسة إلى أنّ SCH قد اتبعت إطار الأزمات والاتصال بمخاطر الطوارئ (CERC) جزئيًا خلال الأيام الأولى لوباء فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشّرق الأوسط التّنفسية، والذي اتسم بعدم اليقين الشّديد. وقد ساهم إلتزام SCH باستراتيجية استباقية ومفتوحة للاتصال بالمخاطر منذ اليوم الأول، في إنشاء صورة SCH كمصدر موثوق للمعلومات وسمح بالبدء السّريع لجهود الاستجابة الشاملة. ومع ذلك، كانت الرّسائل المتضاربة ورسائل الطمأنة الزّائد من بين المزالق التي لوحظت في استراتيجية ERC المنفذة (Nour & All, 2017,1597).

وهدفت دراسة Parmer لإجراء تحليل لمحتوى 369 قصة من الصّحف والبث التّلفزيوني التي غطت أحداث الكوارث الطبيعية والفاشيات التي تنتقل عن طريق الأغذية، وتم ترميزها لسبع أفضل الممارسات في رسائل الأزمات والمخاطر الطارئة. في المتوسط، تم تضمين أقل بقليل من اثنين (1.86) من أفضل الممارسات السّبعة في كل قصة. تراوحت نسبة القصص التي تضم أفضل الممارسات الفردية بين 4.6٪ "للتّعبير عن التّعاطف" و83.7٪ "لشرح ما هو معروف" حول تأثير الحدث على صحة الإنسان. ظهرت كل من أفضل الممارسات الخمس الأخرى في أقل من 25٪ من القصص. وخلصت نتائج الدّراسة إلى أنّ الكثير من رسائل المخاطرة التي يتلقاها الجمهور عبر وسائل الإعلام لا تتبع أفضل الممارسات للتّواصل الفعال في الأزمات والطوارئ، مما قد يعرض للخطر فهم الجمهور وإجراءاته استجابة للأحداث (Parmer, 2016, 1215).

وقد أفادت الدّراسات السّابقة دراستنا في إحاطة الباحث بأبعاد الموضوع وأهميته العلمية، وصياغة المشكلة البحثية، وفهم متغيراتها بصورة واضحة ومحددة، وبلورة الإطار النّظري والتّطبيقي للدّراسة، وتحليل نتائج الدّراسة في ضوء المنهج المستخدم ونتائج الدّراسات السّابقة.

ثانيا: إجراءات دولة الإمارات للتّوعية بفيروس كورونا والحد من انتشاره:

اتخذت حكومة الإمارات عددا من الإجراءات لمواجهة فيروس "كوفيد-19" طوال مدة المواجهة التي وصلت إلى 153 يوماً منذ تسجيل أول حالة إصابة في الـ29 من يناير وإلى غاية 30 يونيو 2020، وبرزت العديد من الملامح المهمة التي ساهمت في السّيطرة على الفيروس، وخفض مستوى الإصابات، وبدء مرحلة التّعافي في مختلف الجوانب، وأهمها:

(أ) على المستوى الصّحي:

كانت دولة الإمارات حريصة على التّعامل مع الفيروس والحد من انتشاره، والاستجابة لأي مستجدات، فسارعت منذ اليوم الأول للأزمة إلى تخصيص عدد من المستشفيات، والمراكز الطبية للتّعامل مع حالات المصابين بفيروس كورونا، وذلك بعد التّأكد من جاهزيتها التّامة على صعيد الكوادر الطبية والمعدات والتّجهيزات اللازمة لهذه المهمة، وإنشاء الكثير من المستشفيات الميدانية بهدف تخصيص مرافق طبية إضافية مجهزة ومهيأة للتّعامل مع تزايد حالات الإصابة بالفيروس بما يدعم قدرات القطاع الصّحي، ويزيد طاقته الاستيعابية، وجاهزيته في مواجهة التّحديات الراهنة، ويعزز إمكانات الدولة لتوفير خدمات الرّعاية والعلاج وفق أفضل المعايير الطبية، وبأعلى مستويات الجودة، وقد عملت الاستراتيجية الصّحية على توفير الآتي (البيان، 2020):

1. **مراكز الفحص:** تم افتتاح (128) مركز فحص مجهزة بأحدث التّجهيزات بحيث يمكن الكشف عن نتائج بعض الحالات الممكنة في غضون 24 ساعة، كما اعتمدت مؤخرا تقنية "DPI" القائمة على استخدام أشعة الليزر للكشف عن الحالات المشتبه بإصابتها بفيروس كورونا المستجد " كوفيد-19 " في غضون ثوان معدودة، ليشكل إضافة جديدة للإنجازات السّابقة في مجال التّوسع بفحوصات "كوفيد -19" ومن أبرزها تأسيس أكبر مختبر لتشخيص"كورونا" في العالم خارج الصين، وقد توزعت المراكز في كل الإمارات السّبعة: منها (24) مركزا للفحص من المركبات، مجهزة بأحدث التّجهيزات بحيث يمكن الكشف عن نتائج بعض الحالات الممكنة في غضون 24 ساعة، وقد توزعت بالشّكل الّتالي في كل الإمارات السّبعة: أبو ظبي (24) مركزا، دبي (12) مركزا، الشّارقة (33) مركز، عجمان (7) مراكز، رأس الخيمة (24) مركزا، الفجيرة (18) مركزا، وأم القيوين (8) مراكز، كما أنشأت إمارة أبوظبي 24 مركزا فصح من خلال المركبات. وتم تجهيز أربعة مستشفيات كبرى للحجر الصّحي، هي: مدينة الإمارات الإنسانية (العاصمة أبوظبي)، مستشفى راشد (بدبي)، مستشفى الكويت (بالشّارقة)، ومستشفى مسافي (بإمارة الفجيرة). كما اعتمدت تقنية "DPI" القائمة على استخدام أشعة الليزر

للكشف عن الحالات المشتبه بإصابتها بفيروس "كوفيد-19" في غضون ثوان معدودة.

2. **المستشفيات الميدانية:** استحدثت وزارة الصّحة بالتّعاون مع الهيئات الحكومية الأخرى15 مستشفى ميدانيا بطاقة استيعابية وصلت إلى 5750 سريرا، موزعة على كل الإمارات كالآتي: 8 في إمارة أبوظبي، 2 في دبي، ومستشفى واحد في كل من الشّارقة وعجمان ورأس الخيمة، وأم القيوين والفجيرة، وذلك بهدف تخصيص مرافق طبية إضافية مجهزة ومهيأة للتّعامل مع تزايد حالات الإصابة بالفيروس، وتطبق الإمارات أحدث برتوكولات الوقاية والعلاج في التّعامل مع فيروس "كوفيد-19"، وذلك وفقاً لآخر الأبحاث العلمية والمستجدات الطبية العالمية (MOHAP, 2020)

3. **إجراء الفحوصات اليومية:** أجرت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع ما يقارب الـ4 ملايين فحص حتى فترة انتهاء الدّراسة التّحليلية (30 يونيو 2020)، بما يعادل نسبة 42.7% من إجمالي عدد السّكان، وفي مؤشر على نجاح الإمارات في محاصرة فيروس كوفيد-19 في أضيق الأطر الممكنة، وأعلن عدد كبير من المستشفيات والمراكز الطبية عن شفاء وتخريج آخر حالة مصابة لديها في الوقت الذي استأنفت فيه أغلب المستشفيات في الدّولة سواء الحكومية منها أو الخاصة تقديم خدماتها التّشخيصية والعلاجية المتنوعة، حيث لم تعد هناك ضغوط ناجمة عن استقبال حالات الإصابة بفيروس (MOHAP, 2020).

4. اعتمدت تقنية "DPI" القائمة على استخدام أشعة اللّيزر للكشف عن الحالات المشتبه بإصابتها بفيروس "كوفيد-19" في غضون ثوان معدودة، كما تعد الإمارات من أوائل الدّول في العالم التي بدأت العلاج بالبلازما لمرضى "كوفيد-19" (MOHAP, 2020).

(ب) على المستوى الاجتماعي:

1.عملت حكومة الإمارات على إغلاق المناطق السّياحية والمدن التّرفيهية والوجهات الثّقافية، والمراكز التّجارية ومراكز التّسوق الكبرى والأسواق المفتوحة لمدد اختلت من إمارة لأخرى، باستثناء منافذ بيع المواد الغذائية والصيدليات، وكذا أنشطة السّينما وصالات الألعاب والتّسلية والتّرفيه، وتعليق جميع الرحلات الجوية للركاب والترانزيت من وإلى الدّولة، ووقف إصدار التّأشيرات كافة باستثناء حملة الجوازات الدّبلوماسية.

2.استحداث إجراءات واشتراطات جديدة للفحص والعزل، وإجراءات وتنظيمات للعمل عن بعد والتّعليم والتّعلم عن بعد، شملت هذه الإجراءات تقديم إجازة الرّبيع لجميع المدارس ومؤسسات التّعليم العالي الحكومية والخاصة، وتطبيق التّعليم عن بعد، وتنظيم برنامج لتعقيم المدارس والجامعات، وإلزام كافة المؤسسات التّعليمة برفع كفاءة النّظافة، وفرض إجراءات الّتنظيف والتّطهير المنتظمة، وتعليق عمل الحضانات المؤقت لحماية الأطفال، نظرا لاحتمالية عدم تحملهم لأثر المواد المستخدمة ضمن إجراءات النّظافة المشددة.

3.وأطلقت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع ووزارة الدّاخلية وبالّتنسيق مع كافة المؤسسات الاتحادية والمحلية المعنية إطلاق "برنامج التّعقيم الوطني" لإجراء التّعقيم الكامل لكافة المرافق والنّقل العام وخدمة المترو خلال فترة عطلة نهاية الأسبوع ابتداءً من السّاعة الثامنة مساء من يوم الخميس الموافق 26 مارس، وحتى السّاعة السّادسة صباحا من يوم الأحد الموافق 29 مارس 2020. وقد استمر لمدة أربعة أسابيع، وتم اختيار عطلة نهاية الأسبوع؛ لتنفيذ برنامج التّعقيم الوطني لدعم مبدأ التّباعد الاجتماعي، حيث من المعروف أنّ هذه الفترة تكون مخصصة للزّيارات العائلية واللّقاءات الاجتماعية، وهو ما يجب التّوقف عنه في مثل هذه الظروف والاكتفاء بالتّواصل الاجتماعي عبر الهاتف وتطبيقات المحادثات عبر الهواتف الذكية، والالتزام بالإجراءات الاحترازية لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد. (إحاطة رقم 6، 25/3/ 2020) وتم خلال فترة تنفيذ البرنامج التّعقيم الوطني تقييد الحركة المرورية وحركة الجمهور، وإيقاف وسائل النّقل العامة وخدمة المترو، ومنع تنقل الأشخاص وعدم خروجهم إلا لشراء الاحتياجات الغذائية والدّوائية أو للضّرورة الصّحية.

(ت) على المستوى الاتصالي والإعلامي:

قدمت حكومة الإمارات إحاطات إعلامية دورية، كما عملت على تعزيز محتوى المواقع الرّسمية لهيئة الصّحة ووزارة الصّحة ووقاية المجتمع، وأطلقت حملات توعوية ومبادرات مجتمعية لحث أفراد المجتمع على المشاركة الفاعلة في عملية التّوعية والحد من انتشار الفيروس:

1.**الإحاطات الإعلامية:** والتي كانت تركز على تقديم آخر المستجدات والأرقام بخصوص الحالات المرتبطة بمرض كورونا في الدّولة، والإجراءات الحكومية التي تم اتخاذها، والمبادرات التي تم الإعلان عنه؛ للحد من انتشار فيروس كوفيد 19 في الدّولة، حيث كانت تبث على جميع القنوات المحلية في الدّولة، بالإضافة إلى حسابات حكومة الإمارات على قنوات التّواصل الاجتماعي، أيام السّبت والإثنين والأربعاء من كل أسبوع، وشارك في الإحاطات الإعلامية عدد من المسؤولين والمتحدثين باسم حكومة الإمارات من مختلف القطاعات.

2.**حملات التّوعية والمبادرات الاجتماعية:** أُطلقت كذلك حملات إرشادية للدعم النفسي والاجتماعي على مختلف شبكات التّواصل الاجتماعي بشعارات مختلفة ركزت على القيم المجتمعية المعروفة في المجتمع الإمارات (MOHAP, 2020):

- **حملة #لا_تشلون_هم:** وهدفت إلى تقديم الدّعم النّفسي لأفراد المجتمع في مواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، وبما يتماشى مع جميع الجهود الوطنية الاحترازية للوقاية من الفيروس، وتجسيد توجهات الحكومة بأنّ الصّحة هي أهم الرّكائز لجودة حياة الإنسان والمجتمع، وحسب اللّهجة الإماراتية هي عبارة مطمئنة لكل من يعيش على أرض الدّولة، وأنه لا يمكن أن تسمح الدّولة بأن يتعرض أي فرد فيها للضرر، ضمت الحملة للدّعم

النّفسي 3 مكوّنات رئيسة: # لندعم_معاً، # لنتحدث_معاً، # لنطمئن_معاً. حيث **هدف المكون الأول للحملة # لندعم_معاً** إلى الإجابة عن استفسارات الأفراد بالنّسبة للتّحديات النّفسية التي تواجههم، وتقديم النّصائح التّوعوية ومساندتهم في مواجهة التّحديات، ومن خلال بث يومي مباشر عبر قنوات التّواصل الاجتماعي الخاصة بالبرنامج الوطني للسّعادة. **وركز المكون الثّاني للحملة # لنتحدث_معاً** على عقد **أكثر من 8 جلسات دعم نفسي مغلقة للحفاظ على خصوصية المشاركين**، تحت إشراف أطباء وأخصائيين نفسيين معتمدين، شارك فيها نحو 300 شخص، **منها جلسات موجهة للموجودين في الحجر الصّحي، وخط الدّفاع الأول، وركز المكون الثّالث للحملة # لنطمئن_معاً** على التوعية بأهمية المرونة النفسية وتعزيزها لدى المجتمع، حيث نشر البرنامج حتى الآن أكثر من 21 مقطع فيديو تحتوي على رسائل دعم وطمأنة للمجتمع، بلغ عدد مشاهداتها نحو 300 ألف مشاهدة، **وتم التّطرق من خلال الحملة لموضوعات متنوعة**، منها: الرعاية النّفسية لكبار السّن، الرعاية النّفسية للأطفال، طلاب المدارس والجامعات، الدّعم النّفسي للأمهات العاملات، وكيفية مواجهة القلق والمخاوف النّفسية.

ونشرت الحملة أكثر من 21 مقطع فيديو يحتوي على رسائل دعم وطمأنة للمجتمع، بلغ عدد مشاهداتها نحو 300 ألف مشاهدة، وتم التّطرق من خلال الحملة لموضوعات متنوعة، منها: الرّعاية النّفسية لكبار السّن، الرعاية النّفسية للأطفال، طلاب المدارس والجامعات، الدّعم النّفسي للأمهات العاملات، وكيفية مواجهة القلق والمخاوف النّفسية.

- **# ملتزمون ياوطن:** وهي مبادرة مجتمعية في الإمارات تم إطلاقها من قبل الشباب، وقد انتشرت الحملة بشكل واسع على مواقع وسائل التّواصل الاجتماعي، وشارك في دعم المبادرة أبناء الشّعب والمؤسسات العامة والخاصة، وبعض الإعلاميين والمشاهير، **وهدفت المبادرة إلى:** منع تفشي فيروس كورونا، دعم الإجراءات الاحترازية التي تتخذها الإمارات لحماية الوطن وأبناؤه من خطر الوباء، دعوة جميع المواطنين والمقيمين في الإمارات بضرورة الالتزام بالتّعليمات التي تقرها الجهات الحكومية لعبور الأزمة، والحث على خدمة الوطن بتكاتف أبناؤه ومؤسساته.
- **حملة # سندكم:** أطلقتها وزارة التّربية والتّعليم بالتّعاون مع وزارة الصّحة ووقاية المجتمع، واستهدفت الطلبة من أبناء الكادر الطبي والإداري والتّمريضي والخدمات المساندة العاملين في الدّولة الذين يمثلون خط الدّفاع الأول بمواجهة فيروس كوفيد-19، بهدف تعزيز تقدم هذه الفئة أكاديميا، وتلبية كافة متطلباتهم من النّواحي الفنية والنّفسية، وذلك في غمرة انشغال ذويهم في التّصدي لفيروس كورونا، وتقديم كافة أوجه الدعم لهم؛ ليتمكن أبنائهم من مواصلة مسيرتهم التّعليمية عن بعد، وعملت وفق ثلاثة محاور هي: تقديم الدّعم الأكاديمي للطلبة على يد كوكبة من المعلمين والمعلمات، تقديم الدّعم الفني للطّلبة من أبناء العاملين في القطاع الصّحي، وتوفير كافة احتياجاتهم على صعيد الأجهزة اللوحية، وغيرها من الأدوات اللاّزمة لمواصلة مسير تهم التّعليمية، توفير الدّعم النّفسي للطلبة على يد اختصاصيين مؤهلين لهذه المهمة.
- **حملة شكراً_خط_دفاعنا_الأول**، تقديراً لجهود كافة الفرق والكوادر الطبية وكل العاملين في القطاع الصّحي في الدّولة، من أطباء وممرضين ومسعفين وإداريين وفنيين، الذين يعملون على مدار السّاعة، في ظل الظروف والتّحديات التي يعيشها العالم حالياً جراء تفشي فيروس «كوفيد19»، وبذلوا أقصى جهودهم وطاقاتهم؛ لحماية وخدمة كل إنسان يعيش ويعمل على أرض الإمارات.
- **# أكبر من كورونا:** مبادرة قومية تعد من أهم المبادرات الإنسانية العالمية في الإمارات، **تم إطلاقها من قبل المكتب الإعلامي لحكومة الشّارقة**، وهدف شعار الحملة «أكبر من كرونا» **"توحيد جهود أبناء الوطن وإدراك المسؤولية»**، فتلك هي أقوى الحلول لتخطي التّحدي الذي يواجه الدّولة، وقد دعا الشّيخ سلطان بن أحمد القاسمي، رئيس مجلس الشّارقة للإعلام، جميع أبناء الدّولة ومؤسساتها للمشاركة في الحملة لتخطي الأزمة، **وكان من أبرز المشاركين في الحملة:** الفنان حسين الجسمي، الإعلامي مصطفى الأغا، الإعلامية ميسون العزام، الفنانة يارا.. وغيرهم من المشاهير، **وهدفت المبادرة إلى:** توفير منصات مخصصة لمتابعة وإرسال تطورات تفشي فيروس كورونا، الحث على ضرورة الالتزام بالمسؤولية المجتمعية، توحيد كافة الجهود المبذولة للقضاء على فيروس كورونا، ودعم الممارسات الاجتماعية الصّحيحة.
- **كما أطلقت شركة أبو ظبي للإعلام حملات إعلامية بالتّعاون** مع المجلس الوطني للإعلام ووزارة الصّحة للتّعريف بمستجدات كورونا، بثلاث لغات عبر صحيفة "الاتحاد"، وراديو "ميرشي"، وهدفت للوصول إلى أكبر شريحة من المقيمين على أرض دولة الإمارات لتعريفهم بآخر تطورات انتشار فيروس كورونا. والإجراءات المتخذة في هذا الإطار. وأصدرت صحيفة الاتحاد ملحقاً دورياً بثلاث لغات؛ هي: الأوردية والفلبينية والملبارية، لتسليط الضّوء على مبادرات دولة الإمارات تجاه فئة العمالة، وتوعيتهم وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم، وساهمت شبكة أبوظبي الإذاعية بحملة توعوية تُبث عبر أثير إذاعة "راديو ميرشي" النّاطقة باللّغة الهندية، بلغات ثلاثة كذلك هي: الإنجليزية والهندية والملبارية.

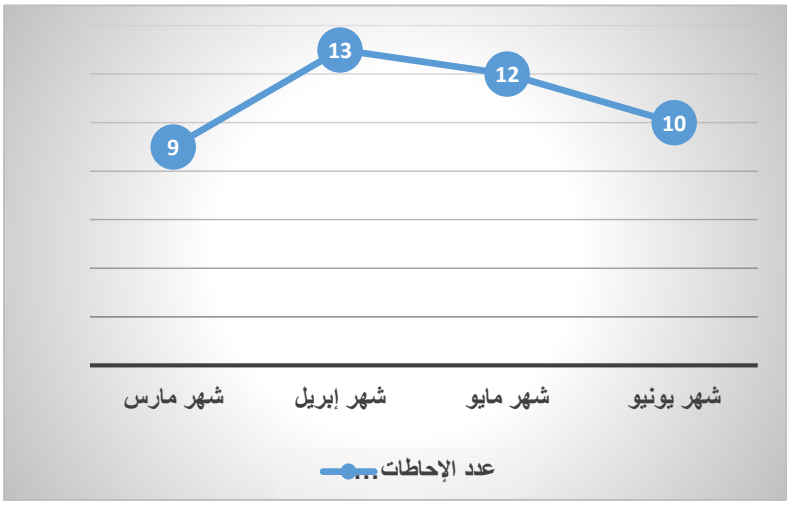
ثالثا: نتائج الدّراسة ومناقشتها:

أفصحت القراءة التّحليلة لكل الإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية خلال فترة الدّراسة عن:

(أ) على مستوى فئة الشّكل:

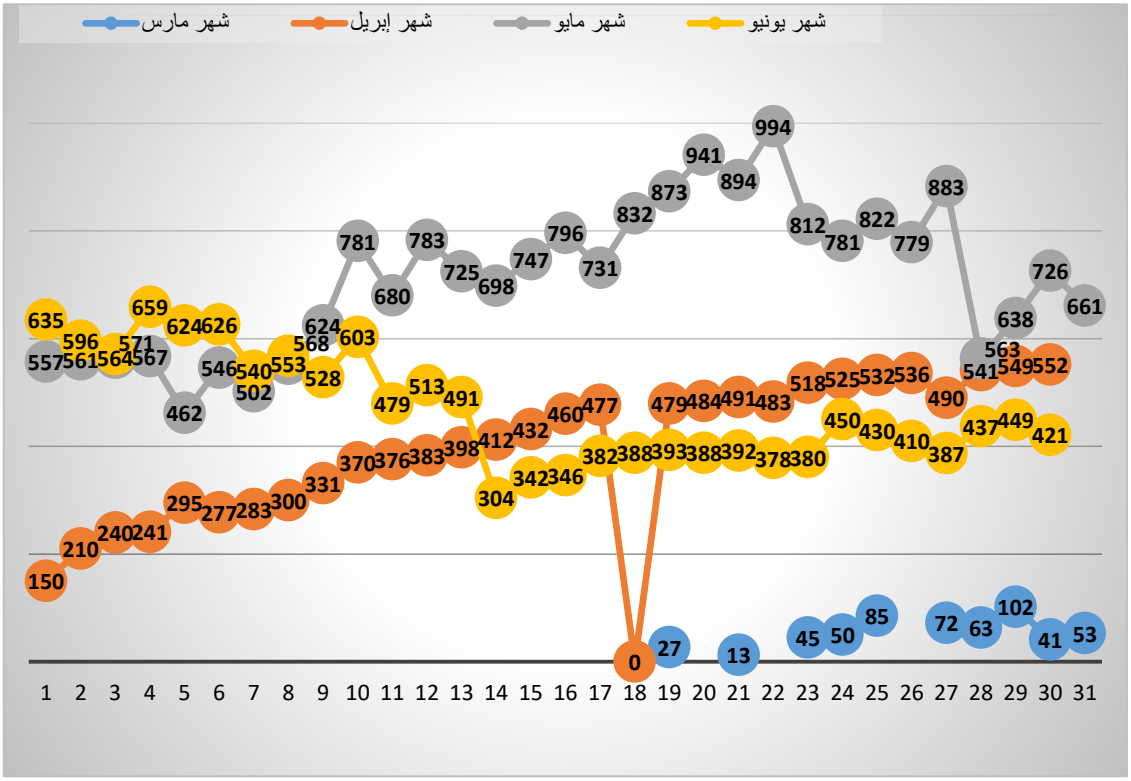
1.بالنّسبة لعدد الإحاطات وتوزعها على الأشهر، ومدى دوريتها: فمن خلال المخطط رقم3 أدناه نتبين أنّ وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية قد نظمت 44 إحاطة إعلامية في الفترة الممتدة بين7مارس2020، وهو تاريخ أول إحاطة إعلامية للوزارة إلى غاية 30 يونيو 2020 تاريخ الإعلان عن أخر

إحاطة إعلامية دورية، وقد توزعت هذه الإحاطات حسب الأشهر بالشّكل التّالي: 9 إحاطات في شهر مارس، 13 إحاطة في شهر إبريل، 12 إحاطة في مايو، و10 إحاطات في شهر يونيو.



مخطط بياني رقم 2: يوضح عدد الإحاطات الإعلامية التي قدمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية خلال أربعة أشهر

2.كانت استجابة وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الاتصالية سريعة ومنظمة وفعالة؛ فقد عقدت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع ووزارة التّربية والتّعليم أول إحاطة إعلامية مشتركة بينها وبين وزارة التّربية والتّعليم يوم السّبت الموافق لـ 7/ 3/ 2020، حول الإجراءات الاحترازية والوقائية المتخذة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتناولت الإحاطة تفاصيل "سباق طواف الإمارات للدراجات" والحالات التي تم اكتشافها في السّباق والمخالطين للمصابين. وأوضحت من خلالها أنّه تم وضع كافة الأشخاص المخالطين لحالات "طواف الإمارات" في الحجر الصّحي وتصنيفهم إلى ثلاث فئات: شملت الفئة الأولى زوار الفندق، وعددهم 26، وشملت الفئة الثّانية الرّياضيين، وعددهم 56، أما الفئة الثّالثة؛ فقد شملت موظفي الفندق وعددهم 236، وقد تم فحص الجميع وقتها وانتظرت الوزارة نتائج الفحوصات، لاتخاذ الإجراءات اللازمة.



مخطط بياني رقم 3: يوضح تطور حالات الإصابة بفيروس كرونا خلال الأشهر الأربعة الأولى في دولة الإمارات العربية

وقد توصلت نتائج دراسة Hinjoy إلى نتائج مشابهة لدراستنا، فقد أكدت أنّ: تايلاند قد بدأت بروتوكول فحص COVID-19 في 3 يناير 2020. وحدثت المراسلات الدّولية لاحقًا بشكل مستمر إما من خلال آليات ASEAN أو اللّوائح الصّحية الدّولية (IHR). كانت النّتيجة الإجمالية للاتصال للاستجابة الدّولية 88.9٪. بالنّسبة لواجبات إعداد تقارير اللّوائح الصّحية الدّولية، كان متوسط مدة الرد 2.49 ساعة. تم إرسال الأخبار الرّسمية في غضون 9 - 18 ساعة في المتوسط، وتم دائمًا تحميل تقارير الحالة اليومية باللّغة الإنجليزية على الموقع الرسمي في غضون 24 ساعة (Hinjoy & All, 2020, 205).

3.كثفت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع إحاطتها الإعلامية خلال شهري إبريل ومايو، تناسبا مع ارتفاع عدد حالات الإصابة خلال هذين الشّهرين، وابتداء من الإحاطة الرّابعة التي عقدت يوم السّبت الموافق لـ21 مارس 2020 قرّرت وزارة الصحة ووقاية المجتمع عقد الإحاطات الإعلامية لحكومة الإمارات إلكترونيا من دون حضور وسائل الإعلام حرصا على اتباع الإجراءات الوقاية وتجنب التّجمعات، وحفاظا في الوقت نفسه على سلامة وصحة المجتمع.

4.وبالنّسبة للقائمين بالاتصال: فقد قدّم الإحاطات متخصصين في مجال الصّحة وإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، وهم: الدّكتورة فريدة الحوسني[2]، الدّكتورة أمينة الضّحاك[3]، الّدكتور سيف الظاهري[4]، المستشار سالم الزّعابي (القائم بأعمال رئيس نيابة الطوارئ والأزمات والكوارث بالنيّابة العامة الاتحادية). وركز المتحدثون في كل الإحاطات على التّحدث بإيجابية عالية، وتفاءل كبير، ومراعاة مشاعر كبار السّن؛ بمهارات وسمات شخصية متنوعة: تقديم وقراءة الاحصائيات والأرقام بتأن، شرح وتفسير المعلومات، استخدام كلمات محلية، استعمال لغة بسيطة وسهلة، التّركيز على القيم المجتمعية، الالتزام بالزّي الرسّمي.

وفي هذا المجال خلصت نتائج دراسة Hagen وزملاؤه حول استخدام تويتر من قبل الجهات الحكومية الفيدرالية والولائية والمحلية خلال تفشي فيروس زيكا 2015 - 2016 في الولايات المتحدة أنّ الحكومات المحلية لديها أحجام شبكات أصغر، في المتوسط، من نظيراتها في الولايات والفيدرالية. في المقابل، تميل الوكالات على المستوى الفيدرالي إلى التمتع بأحجام شبكات أكبر، والتي كثيرًا ما تستفيد منها كأداة لنشر المعلومات. وقد أدار أصحاب المناصب بشكل عام شبكات كثيرة واستفادوا من شعبيتها خلال الأزمة (Hagen, 2020, 1).

(ب) على مستوى فئة المحتوى:

بينت القراءة التحليلية كذلك لكل الإحاطات الإعلامية على مستوى فئة المحتوى الاتصالي الذي قدمته الإحاطات الإعلامية الـ 44 التي قدمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية على مدار أربعة أشهر(مارس، إبريل، مايو، جوان) الآتي:

1. بالنّسبة للمحتوى الاتصالي للإحاطات الإعلامية الدّورية، فقد عملت كل الإحاطات على تقديم معلومات متنوعة وغنية عن فيروس كرونا المستجد، وركزت خلال شهري إبريل ومايو أكثر على:

- تقديم معلومات سريعة، متنوعة، شاملة وعميقة عن فيروس كرونا المستجد، شملت المعلومات الطبية حول الفيروس وكيفية انتشاره، وطرق ووسائل الوقاية منه، التّوجيه بضرورة الكشف الدّوري لدرجات الحرارة في المنزل لجميع أفراد الأسرة، وكذلك أهمية تغطية الأنف والفم واليدين عند الخروج، شرح وتفسير كل الإجراءات الاحترازية المتخذة على مستوى الدّولة، وتبعاتها، ومن بينها حضر السّفر والتّنقل إلا لضرورة، تقديم الاستشارات التّقنية، وكيفية إدارة العمليات الميدانية المتعلقة بالحجر الصّحي، وأساليب التّقصي الوبائي، وكيفية متابعة المخالطين.

وقد توصلت دراسة Ophir إلى نتائج مخالفة لنتائج دراستي، فقد أظهر تحليل الموضوعات لحوالى 5006 مقالة من صحف أمريكية رائدة غطت 3 أوبئة: H1N1 وEbola وZika (استنادا إلى ارشادات CERC، وباستخدام طريقة مختلطة لتّحليل المحتوى الآلي واليدوي، حددت 3 مواضيع تستخدم لتغطية الأمراض: الوباء والعلمي والاجتماعي)، تباينًا كبيرًا بين ما تهدف مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها إلى توصيله خلال الأوبئة وما تنشره وسائل الإعلام فعليًا للجمهور (Ophir, 2018).

- تقديم الإستشارات التّقنية، وكيفية إدارة العمليات الميدانية المتعلقة بالحجر الصّحيK وأساليب التّقصي الوبائي، وكيفية متابعة المخالطين،

---

[2] - تخرجت الدّكتورة فريدة الحوسني بدرجة البكالوريوس من كلية الطب والجراحة العامة بجامعة الإمارات عام 2003، وحصلت على ماجستير الصحة العامة عام 2011، من جامعة جونز هوبكنز بالولايات المتحدة. وفي عام 2017 حصلت على دبلوم خبير الابتكار الحكومي من «مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي»، وجامعة كامبريدج بالمملكة المتحدة، وحصلت على الدكتوراه في الصحة العامة والسياسات الصحية لعام 2018، من جامعة جون هوبكنز.

[3] - **الدّكتورة آمنة الضّحاك:** المتحدث الرسمي عن حكومة دولة الإمارات، وكيل مساعد لقطاع الرعاية والأنشطة في وزارة التربية والتعليم، حاصلة على شهادة البكالوريوس في علوم الحاسوب من جامعة الشارقة، وشهادة في هندسة الحاسوب من جامعة خليفة تخصص روبوت، وماجستير في علوم الحاسوب من جامعة الشارقة، ودبلوم الابتكار الحكومي من مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي.

[4] - **الدّكتورسيف الظاهري:** مدير إدارة السّلامة والوقاية في الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، المتحدث الرّسمي عن الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، حاصل على بكالوريوس علوم تطبيقيه في إدارة الأعمال، ماجستير تنفيذي في إدارة الأعمال، ودكتوراه في فلسفة الإدارة الاستراتيجية وإدارة المشاريع.

ومواجهة الشّائعات والرّد عليها أولا بأول؛ وانتهاج الشّفافية والوضوح التّام في عرض كل المعلومات المتعلقة بفيروس «كورونا»، وإطلاع الجمهور بشكل دوري ومنتظم على مستجداته في الإمارات من خلال الإحاطات الإعلامية التي نظمها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع بالتّعاون مع عدة وزارات وجهات حكومية أخرى، وقدمت فيها معلومات وافية حول أعداد الإصابات، التّعافي، والوفيات. إضافة إلى اللّقاءات التي أجرها وسائل الإعلام المرئي والمسموع مع المسؤولين المعنيين، على اختلاف مواقعهم، لتقديم الصّورة الكاملة والواضحة حول كل التّفاصيل ذات العلاقة.

وقد خلصت دراسة Wieland وزملاؤه حول استخدام الشّراكة الصّحية CEnR في جنوب شرق ولاية مينيسوتا للتّصدي لـ COVID-19 مع المجموعات السّكانية الضعيفة التي تستفيد من شبكاتها الاجتماعية ومصداقيتها وخبرتها الفنية لتعزيز الاتصال بالأزمات ثنائية الاتجاه ومخاطر الطوارئ. إلى نتائج متوافقة من نتائج دراستنا: وأنّه ومن خلال الاستفادة من الشّبكات القائمة والمصداقية، فقد نفذت شراكات CEnR اتصالات الأزمات والمخاطر الطارئة للسّكان الضّعفاء في جائحة COVID-19 بشكل فعال (Wieland & All, 2020, 5).

في حين انتهت دراسة Andrade وزملاؤه إلى نتائج مخالفة فقد قالت:"إنّ التّخطيط والتّدريب غير الكافيين للاتصال بالأزمات، إلى جانب الثّغرات في المعلومات والتّضارب، ساهمت في الشّائعات حول قضية الوفيات. ونتيجة لذلك، فقدت حكومة بورتوريكو القدرة على إدارة الرّسائل بشكل فعال، مما أدى إلى تناقصها" (Andrade & All, 2020, 15).

- أكدت الوزارة في رسائل الإحاطات الإعلامية الأولى على أنّ دولة الإمارات لديها مخزون استراتيجي كاف من المستلزمات الطبية الأساسية اللازمة للفحص المتقدم لاكتشاف فيروس كورونا، وغرف العزل المجهزة بطريقة تضمن عدم انتقال الفيروسات إلى المناطق المجاورة، وتمتلك الوزارة طواقم طبية متخصصة يعملون في الفترة الواحدة وعلى مدار اليوم، ومراكز اتصال خاصة بالوباء في المؤسسات الصّحية تعمل على مدار السّاعة للتّقصي والمتابعة. كما أكدت الوزارة أنها رفعت جاهزية المنشآت الطبية بالقطاعين الحكومي والخاص والمختبرات المؤهلة لعمل الفحوص الطّبية، منذ الإعلان عن ظهور الفيروس.
- اعتمدت الإحاطات الإعلامية على المقياس الحسي القائم على: عرض الأدلة والحقائق حول عدد الفحوصات، حالات الإصابة، حالات الشّفاء، والوفيات يوميا، تفصيل الماهية والكيفيات للوقاية من الإصابة بفيروس كورونا، تقديم الأمثلة النّوعية عن حالات الإصابات والشّفاء، تقديم نتائج التّطبيقات العملية والإجراءات الصحية المطبقة في مستشفيات ومراكز الفحص بالدولة مثل؛ اعتماد تقنية "DPI" القائمة على استخدام أشعة الليزر للكشف عن الحالات المشتبه بإصابتها بفيروس كورونا في غضون ثوان معدودة، وبرتوكولات الوقاية والعلاج في التعامل مع فيروس كورونا وفقاً لآخر الأبحاث العلمية والمستجدات الطبية العالمية، عرض خبرات وتجارب الدّول الأخرى.
- عززت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع كذلك محتوى موقعها الرّسمي في قسم مركز التّوعية، بفيديوهات كل الإحاطات الإعلامية التي قدمتها، وثلاث صفحات أخرى (MOHAP, 2020): احتوت الصّفحة الأولى منه؛ فيروس (كوفيد 19) على المعلومات التّفصيلية التي أجابت على التّساؤلات الرئيسة في هذا المجال: ماهو فيروس (كوفيد 19)؟ ما الأعراض والعلامات السّريرية التي يمكن أن يسببها فيروس كوفيد 19؟ كيف ينتشر مرض كوفيد 19؟ ما علاج فيروس كورونا المستجد؟ ما طرق الوقاية من المرض؟ الإجراءات اللازمة للقادمين من السّفر، ومصادر المعلومات الموثوقة؟. واحتوت الصّفحة الثّانية؛ على مجموعة نصائح عامة حول فيرس كرونا؛ مثل: الطّرق العملية للوقاية من فيروس (كوفيد 19)، أساسيات النّظام الغذائي الذي يساهم في الوقاية من (كوفيد 19)، النّصائح الواجي اتباعها قبل السفر للوقاية من (كوفيد 19)، النّصائح الوقائية الواجب اتباعها عند السّلام والتّحية بين الأشخاص خاصة في حال وجود أعرض تنفسية، والنّصائح التّوعوية للمسافرين إلى مناطق ينتسر فيها (كوفيد 19). واحتوت الصّفحة الثّالثة: الإحصائيات العالمية لانتشار وتأثير (كوفيد 19) على مدار الـ 24 ساعة.
- وقد توفرت هذه المعلومات في شكل تفاعلي فيما يظهر في أول صفحة في موقع الوزارة؛ توعية ومستتجدات فيروس(كوفيد 19)، وهو مركز معلومات فيروس (كوفيد 19)، يحتوي إضافة للمعلومات سابقة الذّكر الآتي: دليل الطبيب الافتراضي: الذي يقدم خدمات التّشخيص عن بعد استنادا للأعراض التي يشعر بها الشخص المتصل، مركز التّوعية بكوفيد 19؛ ويضم مجموعة فيديوهات توجيهية وتوعوية، والحقائق الأساسية عن كوفيد 19، كما يعمل على تصحيح الشّائعات، وطرق منع انتشار العدوى، كما يجيب على مجموعة أسئلة أخرى عن كوفيد 19، ويقدم احصائيات المستجدات في الإمارات-كوفيد 19، عدد الاصابات، عدد الوفيات، عدد حالات الشّفاء اليومية، وأرقام هواتف المساعد لوزارة الصّحة ووقاية المجتمع، مركز قياده عمليات دائرة الصّحة، هيئة الصّحة بدبي، والمركز الصّحي الأقرب إلى المتصفح للموقع؛ ويعرض قائمة المراكز الصّحية وساعات العمل من خلال رابط فائق.
- وفرت وزارة الصّحة كذلك مواد توعوية في شكل إعلانات مطبوعة تجيب عن الأسئلة الأساسية حول الجائحة باللّغات: العربية والأردية، والصّينية والفارسية، كما وفرت حوالي 35 فيديو توعوي، موجهة للكبار والأطفال للتّعريف بفيروس كورونا وطرق انتقاله، إجراءات الوقاية وطرق الحماية من الإصابة بفيروس كورونا، ورسائل تطمينيه للمصابين وغيرهم، بأن الإمارات قد وفرت كل ما يلزم للحد من انتشار الفيروس، والتّكفل بعلاج كل المصابين، وأصدرت دليل فيروس (كوفيد 19) الإرشادي بخمس لغات هي: العربية، الإنجليزية، الأوردية، الصّينية، والفارسية (MOHAP, 2020).

2. وبالنّسبة لمدى التزام المحتوى الاتصالي بالمبادئ السّتة لنموذج CERC لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا؛ كن أولاً(Be First)، كن على حق(Be Right)، كن ذا مصداقية(Be Credible)، عبّر عن تعاطفك(Express Empathy)، عزّز العمل(الإجراءاتPromote Action)، أظهر الاحترام(Show Respect) (CDC, 2020, 7-13). كانت وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإمارتية من خلال الإحاطات الإعلامية الدّورية الـ44 التي نظمتها على مدار أربعة أشهر (مارس، إبريل، مايو، يونيو):

- **الأولى في الوصول إلى الجمهوروتوعيته**، فقد نظمت إحاطات إعلامية دورية بمستجدات الحالات المرتبطة بكورونا وآخر الإجراءات الوقائية في الدّولة، والتي كانت تبث على جميع القنوات المحلية في الدّولة، بالإضافة إلى حسابات حكومة الإمارات على قنوات التّواصل الاجتماعي، أيام السّبت والإثنين والأربعاء من كل أسبوع، وشارك فيها عدد من المسؤولين والمتحدثين باسم حكومة الإمارات من مختلف القطاعات.
- **قدمت محتوى اتصاليا صادقا ودقيقا**، فقد ركزت الإحاطات الإعلامية على محتوى اتصالي معلوماتي قدّم آخر المستجدات والأرقام بخصوص الحالات المرتبطة بمرض كورونا في الدّولة، وإرشادي ركز على تقديم المعلومات الطبية حول الفيروس وكيفية انتشاره، وطرق ووسائل الوقاية منه، والتّوجيه بضرورة الكشف الدّوري لدرجات الحرارة في المنزل، والتّباعد الاجتماعي، وشرح وتفسير أهم الإجراءات الحكومية التي يتم اتخاذها والمبادرات التي يتم الإعلان عنها للحد من انتشار فيروس كوفيد19 في الدّولة، كما وفرت المعلومات في شكل تفاعلي فيما يظهر في أول صفحة في موقع الوزارة.
- **وجّهت وبأشكال متعددة رسائل تعاطف لمختلف الفئات الاجتماعية في المجتمع**؛ من خلال الحملات التّوعوية والمبادرات المجتمعية التي قدمت دعما نفسيا واجتماعيا لخط الدّفاع الأول، وأبنائهم وعوائلهم، وللمصابين بالفيروس ولكل أفراد المجتمع.
- **عززت من إجراءاتها**؛ فقد سارعت منذ اليوم الأول للأزمة إلى تخصيص عدد من المستشفيات والمراكز الطبية للتّعامل مع حالات المصابين بفيروس كورونا، وذلك بعد التّأكد من جاهزيتها التّامة على صعيد الكوادر الطبية والمعدات والتّجهيزات اللازمة لهذه المهمة، وعددا كبيرا من المستشفيات الميدانية بهدف تخصيص مرافق طبية إضافية مجهزة ومهيأة للتّعامل مع تزايد حالات الإصابة بالفيروس بما يدعم قدرات القطاع الصّحي، ويزيد طاقته الاستيعابية، وجاهزيته في مواجهة التّحديات.

✓ قامت بإجراء الفحوصات اليومية لكل أفراد المجتمع، خاصة العمالة المتواجدة في تجمعات سكانية مكتضة نوعا ما، فقد تم فحص أكثر من 4 ملايين شخص حتى يوم 13 يوليو، بما يعادل نسبة 42.7% من إجمالي عدد السّكان. وقد أسهمت هذه الاستراتيجية في تعزيز جهود احتواء الفيروس وجهود التّقصي وتتبع الحالات. كما اعتمدت تقنية "DPI" القائمة على استخدام أشعة الليزر للكشف عن الحالات المشتبه بإصابتها بفيروس "كوفيد-19" في ثوان، كما تعد الإمارات من أوائل الدّول في العالم التي بدأت باستخدام العلاج بالبلازما، وتطبق أحدث برتوكولات الوقاية والعلاج، وذلك وفقاً لآخر الأبحاث العلمية والمستجدات الطبية العالمية. وفي مؤشر على نجاح الإمارات في محاصرة فيروس كوفيد-19 في أضيق الأطر الممكنة، أعلن عدد كبير من المستشفيات والمراكز الطبية عن شفاء وتخريج آخر حالة مصابة لديها، واستأنفت أغلب المستشفيات في الدّولة سواء الحكومية منها أو الخاصة تقديم خدماتها التّشخيصية والعلاجية المتنوعة، حيث لم تعد هناك ضغوط ناجمة عن استقبال حالات الإصابة بالفيروس.

- **أظهرت الاحترام والتّقدير لكل فئات المجتمع**، والتّكفل بالمصابين، وإجراء الفحص وتقديم العلاج وتوفير أماكن العزل والحجر الصّحي للجميع.
- **مزجت الإحاطات الإعلامية الدّورية بين اتصال الأزمة و اتصالات المخاطر في خمسة أساسيات:**

- **نوع الرّسائل الموجهة إلى الجمهور:** والتي ركزت على التّعريف بأزمة جائحة كورونا وواقعها ومستجداتها، واجراءات استجابة الهيئات والوزارات المكلفة بذلك وجهودها في التّصدي للأزمة، وقد نظمت في شكل تفاعلي، محكم ومنظم.
- **محتوى الرّسائل الموجهة إلى الجمهور**(معلوماتية)، أي الأخبار التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام أو بثها من خلال نظام الإنذار. ومقنعة، فقد اعتمدت الإحاطات الإعلامية على فنيات متعددة في عملية الإقناع بالرّسالة منها:

✓ أسلوب التّقديم باختيار الوقت الملائم لإدراك الرّسالة، فقد قدمت الإحاطات الإعلامية في شهر مارس وإبريل ويونيو مسا (17.00 – 19.00)، وفي شهر مايو ليلا (22-23) بسبب شهر الصيام (رمضان)، وكل هذه الأوقات ملائمة جدا لتواجد أفراد المجتمع أمام شاشات التّلفزيون أو شاشات الهواتف، كما أنها مناسبة لحضورهم الفعلي، وعدم تشتت الانتباه.

✓ الإدراك والفهم: باستخدام رموز الرّسالة التي يتمكن الجمهور من إدراكها واستيعابها، باستخدام اللهجة الإمارتية والمصطلحات المستعملة أكثر في منطق الخليج.

✓ التّسليم أي ضمان استسلام المستهدفين للرّسالة، اعتمادا على اختيار توقيت الإحاطات الإعلامية تبعا للظروف المحيطة بالمتلقين.

✓ التّذكر: بالتّكرار لكثير من المعلومات والحقائق حول فيروس كرونا، وشرح الإجراءات والتّدابير المتخذة.

- **مصادر معلومات الرّسائل:** بناء على ما هو متاح ومتداول من معلومات وحقائق سواء التي صدرت عن منظمة الصّحة العالمية أو نتائج الدّراسات العلمية المتخصصة.
- **التّخصص:** فقد قدّم الإحاطات الإعلامية الدّورية متخصصين في مجال الصّحة وإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، كما أشرنا سبقا.

- **كما اعتمدت الإحاطات الإعلامية التي نظمتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية على اتصال الأزمة في أربعة أساسيات هي:** تمركز الرّسالة على المتلقي، إعداد رسائل قصيرة المدى، مع سرعة الاستجابة، نطاق الرسائل المجتمعي والإقليمي، الوسائط المستخدمة في نقل الرسالة، والتي تمثلت أكثر في المؤتمرات الصّحفية، البيانات الصّحفية، المواقع الإلكترونية، الأدلة والبيانات المحدثة، وحرص المتحدثون في الإحاطات الإعلامية لحكومة الإمارات على بث الطمأنينة في نفوس الناس من خلال نهج المصداقية والشّفافية، وعدم التّردد بالإفصاح عن عدد الحالات المصابة، واستمرار دولة الإمارات في اتخاذ كافة الإجراءات التي تضمن من خلالها الحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، وأولوية القطاع الصّحي التي تمثلت في زيادة وتوسيع نطاق الفحوصات للكشف المبكر وحصر الحالات والمخالطين وعزلهم.

توصيات الدّرسة:

توصي الدّراسة بالآتي:

1. إجراء المزيد من الدّراسات بتطبيق نموذج CERC لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا، للكشف عن مدى فعالية اتصالات الأزمات التي تطبقها الهيئات والمنظمات في المنطقة العربية لإدارة الأزمات والمخاطر اتصاليا وإعلاميا.
2. تتبع الإجراءات التّالية التي اتخذتها وزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية بعد توقف الإحاطات الإعلامية الدّورية للتّحكم في انتشار فيروس كورونا والاستمرار في التّوعية بمخاطره على الأفراد والمجتمع.

المصادروالمراجع

الدّرباس، ط، ج. (2019). هندس مبادرتك. الكويت: شركة الإبداع الفكري للنّشر والتّوزيع.

سلامة، ر. (2020) : كيف تعامل الإعلام العربي مع وباء كرونا، 3/10/ 2020، في: https://hafryat.com/ar/blog/

العوفي، ع. (2018). حملات التّوعية الإعلامية؛ الأسس النّظرية والإجراءات التّطبيقية. الرّياض: منشورات جامعة الملك سعود.

هيثم، ع. ف .(2020). فيروس كورونا في الدّول العربية: عاصفة عابرة، فرصة للتّغيير أم كارثة إقليمية؟

في: Real Instituto Elcano, ARI 39/2020 (versión en árabe) - 7 de abril de 2020.

References

Andrade, E. L., Barrett, N. D, Edberg, M. C., Rivera, M. I., Latinovic, L., Seeger, M. W., Goldman-Hawes, A., & Santos-Burgoa, C. (2020). Mortality Reporting and Rumor Generation: An Assessment of Crisis and Emergency Risk Communication Following Hurricane Maria in Puerto Rico, *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 3 (1), 15-48. https://doi.org/10.30658/jicrcr.3.1.2

Briseño, L. (2020). *CERC Overview for COVID-19*.

Ducharme, J. (2020). News Coverage of Coronavirus in 2020 is Very Different than it was For Ebola in 2018, *Time*, February 7. https://time.com/5779872/coronavirus-ebola-news-coverage/

Hagen, L., Neely, S., Scharf, R., & Keller, T. E. (2020). Social Media Use for Crisis and Emergency Risk Communications during the Zika Health Crisis. *Digital Government: Research and Practice*, 1(2), 1-13. https://doi.org/10.1145/3372021

Hinjoya, S., Tsukayamaa, R., Chuxnumb, T., Masunglonga, W., Sideta, C., Kleeblumjeaka, P., Onsaia, N., & Iamsirithawornc, S. (2020). Self-assessment of the Thai Department of Disease Control's communication for international response to COVID-19 in the early phase. *International Journal of Infectious Diseases*, 96, 205–210. https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.04.042.

Lwin, M.O., Lu, J., Sheldenkar, A., & Schulz, P. J. (2018). Strategic Uses of Facebook in Zika Outbreak Communication: Implications for the Crisis and Emergency Risk Communication Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 15* (9), 1974-1993. https://doi.org/10.3390/ijerph15091974.

Nour, M., Alhajri, M., Elmoubasher A.B., Farag, A., Al-Romaih, H.E., Al-Thani, M., Al-Marri, S., and Savoia, E. (2017). How do the first days count? A case study of Qatar experience in emergency risk communication during the MERS-COV outbreak. *International Journal of Environmental Research and Public Health***, *14*(12),** 1597–1613 .

https://doi.org/10.3390/ijerph14121597

Ophir, Y. (2018). Coverage of Epidemics in American Newspapers through the Lens of the Crisis and Emergency Risk Communication Framework, *Health Security*, 16(3), 147-157. http://doi.org/10.1089/hs.2017.0106.

Parmer, J., Baur, C., Eroglu, D., Lubell, K., Prue, C., Reynolds, B., & Weaver, J. (2016). Crisis and Emergency Risk Messaging in Mass Media News Stories: Is the Public Getting the Information They Need to Protect Their Health, *Health Communication*, 31(10), 1215-1222 .https://doi.org/10.1080/10410236.2015.1049728.

Reynolds, B, & Seeger, M.W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model, *Journal of Health Communication*, 10, 43–55, ISSN: 1081-0730 print/1087-0415 online, DOI: 10.1080/10810730590904571

Wieland, M. L., Asiedu, G. B., Lantz, K., Abbenyi, A., Njeru, J. W., Osman, A., Goodson, M., Ahmed, Y., Molina, L. E., Doubeni, C. A., & Sia, I. G. (2020). Leveraging community engaged research partnerships for crisis and emergency risk communication to vulnerable populations in the COVID-19 pandemic. *Journal of Clinical and Translational Science*, 1-5. Doi: 10.1017/ cts.2020.47

المواقع الإلكترونية:

تاريخ أخر زيارة: 11/ 8/ 2020.

https://www.bayut.com/mybayut/ar.

https://www.mohap.gov.ae/ar/aboutus/Pages/HealthCareFacilities.aspx.

https://www.mohap.gov.ae/ar/AwarenessCenter/Pages/COVID-19.aspx.

https://www.mohap.gov.ae/ar/AwarenessCenter/Pages/HealthTips.aspx.

https://www.mohap.gov.ae/ar/AwarenessCenter/Pages/MoHAP_COVID_Global_Dashboard.html

https://www.mohap.gov.ae/ar/Pages/default.aspx.

https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses.

https://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2020-02-26-1.3788547

https://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2020-03-01-1.3791559

روابط الإحاطات الإعلامية لوزارة الصّحة ووقاية المجتمع الإماراتية(تاريخ آخر زيارة 8/ 11/ 2020).

إحاطة1 – 2020/3/7

https://www.youtube.com/watch?v=-nEhPG8wtjo&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=1

احاطة 2 – 2020/3/16

https://www.youtube.com/watch?v=Tf7VZB1MTN8&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=2

احاطة 3 – 2020/3/19

https://www.youtube.com/watch?v=651oHMhTwG4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=3

احاطة 4– 2020/3/21

https://www.youtube.com/watch?v=dnqg9Tdlh04&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=4

احاطة 5 – 2020/3/23

https://www.youtube.com/watch?v=AamQXamnAwg&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=5

احاطة 6 – 2020/3/25

https://www.youtube.com/watch?v=o0q_b3kcUR4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=6

احاطة 7 – 2020/3/26

https://www.youtube.com/watch?v=DzHQ31HYRcY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=7

احاطة 8 – 2020/3/28

https://www.youtube.com/watch?v=cXP7M353vRo&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=8

احاطة 9 – 2020/3/30

https://www.youtube.com/watch?v=8ylhoZxiT2o&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=9

احاطة 10– 2020/4/1

https://www.youtube.com/watch?v=FDnPv2gqMmM&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=10

احاطة 11– 2020/4/4

https://www.youtube.com/watch?v=Vtd-fEFMOM0&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=11

احاطة 12– 2020/4/6

https://www.youtube.com/watch?v=ud7ZF8kKphM&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=12

احاطة 13– 2020/4/8

https://www.youtube.com/watch?v=PkDECD1UqMk&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=13

احاطة 14– 2020/4/11

https://www.youtube.com/watch?v=gUuRWSjfQb4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=14

احاطة 15– 2020/4/13

https://www.youtube.com/watch?v=9oByvj2PBA4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=15

احاطة 16– 2020/4/15

https://www.youtube.com/watch?v=hdV76uG1aYE&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=16

احاطة 17– 2020/4/18

https://www.youtube.com/watch?v=aajgT0Mywk4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=17

احاطة 19– 2020/4/22

https://www.youtube.com/watch?v=Y7J54iF16nU&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=19

احاطة 20– 2020/4/25

https://www.youtube.com/watch?v=b-LU_6PpvEE&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=20

احاطة 21– 2020/4/27

https://www.youtube.com/watch?v=BDQeIu-cCoc&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=21

احاطة 22– 2020/4/29

https://www.youtube.com/watch?v=MvUcFbCv8xI&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=22

احاطة 23– 2020/5/2

https://www.youtube.com/watch?v=wr7TF8zZUSU&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=23

احاطة 24– 2020/5/4

https://www.youtube.com/watch?v=AHMxA4SWZM0&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=24

احاطة 25– 2020/5/6

https://www.youtube.com/watch?v=EEn8XEIyHRk&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=25

احاطة 26– 2020/5/9

https://www.youtube.com/watch?v=wxn5d-7CLXs&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=26

احاطة 27– 2020/5/11

https://www.youtube.com/watch?v=K_YpI7kdiaM&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=27

احاطة 28– 2020/5/13

https://www.youtube.com/watch?v=45Y1MLDETVo&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=28

احاطة 29– 2020/5/16

https://www.youtube.com/watch?v=L9hEBJYPrjY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=29

احاطة 30– 2020/5/18

https://www.youtube.com/watch?v=KIE4kCJrUvg&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=30

احاطة 31– 2020/5/20

https://www.youtube.com/watch?v=UEUIdQlSqZs&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=31

احاطة 32– 2020/5/25

https://www.youtube.com/watch?v=W5V85ErllQM&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=32

احاطة 33– 2020/5/27

https://www.youtube.com/watch?v=uQ7nqaCE8TI&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=33

احاطة 34– 2020/5/30

https://www.youtube.com/watch?v=pUB15tLkNE4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=34

احاطة 35– 2020/6/1
https://www.youtube.com/watch?v=WVisKGRMVKY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=35
احاطة 36– 2020/6/3
https://www.youtube.com/watch?v=Pj7MqmDsvW4&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=36
احاطة 37– 2020/6/6
https://www.youtube.com/watch?v=ly_-92-PBuM&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=37
احاطة 38– 2020/6/8
https://www.youtube.com/watch?v=q1NvUCx2JH8&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=38
احاطة 39– 2020/6/10
https://www.youtube.com/watch?v=nuadkETK4Ho&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=39
احاطة 40– 2020/6/15
https://www.youtube.com/watch?v=uoaHRd_rd5o&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=40
احاطة 41– 2020/6/17
https://www.youtube.com/watch?v=XRIxpdQ8WiY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=41
احاطة 42– 2020/6/22
https://www.youtube.com/watch?v=uEoayvZp_VY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=42
احاطة 43– 2020/6/24
https://www.youtube.com/watch?v=96NJrv8pPPY&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=43
احاطة 44– 2020/6/27
https://www.youtube.com/watch?v=RAAAWJkrDQQ&list=PLbxbGFbHmNTs5UyEDw5d0XmU9YiWYQlQu&index=44