



العلاقات العامة الرقمية والأزمات الصحية: الفرص والمخاطر

Digital public relations and health crises :Opportunities and Risks

ط.د. خالد بن دراح^{1*}، أ.د. عطاء الله طريف²

¹مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم. التمثلات. الممارسات، جامعة عمارثليجي - الاغواط (الجزائر)

K.bendrah@lagh-univ.dz

²مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم. التمثلات. الممارسات، جامعة عمارثليجي - الاغواط (الجزائر)

a.trif@lagh-univ.dz

تاريخ النشر: 2023 / 03 / 31

تاريخ القبول: 2023 / 03 / 02

تاريخ الاستلام: 2023 / 01 / 18

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل تحديات العلاقات العامة في المجال الرقمي ، استنادا إلى الأدبيات العلمية المعنية بهذا الشأن، وتعتبر هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية؛ وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، بأسلوب التحليل الرباعي ، ومن ثم خلصت إلى مجموعة من النتائج العامة منها: تحول المجال الذي تتواصل فيه أجهزة العلاقات العامة إلى فضاء رقمي تحكمه علاقات تحت اثر الفورية وتراجع تأثير النظام الأبوي في ظل التدفق المستمر للمعلومة .

تواصل أجهزة العلاقات العامة في المجال الرقمي في ظل مخاطرة دائمة (قابلية للانتقاد، نتائج غير متوقعة) أين تحدث الأزمات و تنمو وصولا لوسائل الإعلام التقليدية و تزداد معها أهمية دور المكلف بالعلاقات العامة في إدارة علاقاتها الافتراضية بأبعادها الثلاثة: الشخصي، المهني، الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: الأزمات ؛ الأزمات الصحية ؛ الأنترنت؛ العلاقات العامة الرقمية

Abstract:

This study aimed to monitor and analyze the challenges of public relations in the digital field, based on the relevant scientific literature in this regard which is considered a descriptive study. using swot analysis relied on the descriptive approach, and then the study concluded a set of general results, including:

The field in which public relations agencies communicate has transformed into a digital space governed by relationships. Under the impact of immediacy and the decline of the influence of the patriarchal system considering the continuous flow of information .

Public relations devices communicate in the digital field in shadow of a constant risk (vulnerability Criticism, unexpected results) Crises occur and grow to reach the traditional media. And with it, the importance of the role of the public relations team in managing its virtual relations increases with its dimensions, personal, professional, and social.

Keywords: digital public relations; internet. Reputation; crises; Health crises .

1. مقدمة

تكنولوجيا الاتصال و المعلومات، أحدثت ثورة نوعية في العديد من أوجه حياتنا، حيث ساعدت في التحول من المجتمع الصناعي إلى المجتمع المعلوماتي، هذه الثورة أثرت في جميع الميادين الاقتصادية، الثقافية، التعليمية، الصحية وغيرها، وتركت آثارها بارزة في مجتمعنا المعاصر سواء من حيث كمية المعلومات أو نوعيتها.

تعتبر شبكة الإنترنت من أهم مظاهر ثورة المعلومات، فلقد أصبحت تلعب دورا محوريا في حياة الإنسان وألغت كل الحدود الزمنية والجغرافية. اذ تعتبر الإنترنت من أبرز تجليات التكنولوجيا ووسائل الإعلام الجديد ، كما عززت دور العلاقات العامة في استقرار ونمو المؤسسات خاصة في علاقاتها بالجمهور و المجال العام الذي تعيش فيه هذا المجال الذي أحدثت فيه الأنترنت تحولات عميقة بظهور وتنامي الشبكات الاجتماعية التي أتاحت مجالا اتصاليا فعالا للعلاقات العامة بما يتجلى فيه من فرص ومخاطر، كما أن الجمهور نفسه أصبح اقوى تأثيرا من خلال استخدامه للأنترنت ، حيث انتقل الحديث الآن الى العلاقات الرقمية أو public relations 2.0 ، انعكاسا لتجليات الجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية web 2.0

هذه التحولات دفعت الكثير من الباحثين للاحتفاء بالأنترنت كأكثر الأدوات الاتصالية فعالية للمؤسسات في سعيها لبناء علاقات التفاهم المتبادل مع جماهيرها، في حين تبرز مخاطر التفاعل الدائم ضمن هذا الفضاء وما قد تحمله من نتائج غير متوقعة لا يمكن التنبؤ بها، ما خلق مفهوما جديدا للعلاقات العامة بأفاق واسعة وتحديات متجددة، خاصة مع ظهور الازمات الصحية و اهمية الاتصال في مواجهتها . وهو ما ستبحثه هذه الورقة العلمية من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي تحديات العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات الصحية؟

تساؤلات الدراسة:

- 1/ ما هو تأثير الأنترنت على العلاقات الاجتماعية و المؤسساتية؟
 - 02/ ماهي خصائص المجال الجديد للعلاقات العامة؟
 - 03/ ماهي الفرص التي يقدمها المجال الرقمي للعلاقات العامة ؟
 - 04/ ماهي مخاطر التحول للعلاقات العامة الرقمية؟
 - 05/ كيف تتواصل العلاقات العامة الرقمية حول الأزمات الصحية؟
- أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف أهمها:
- . التعرف على مظاهر و خصائص المجال الرقمي للعلاقات العامة.
- . تحديد الفرص و المخاطر التي ينتجها الواب التشاركي للعلاقات العامة.
- . رصد آفاق العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات الصحية.

مفاهيم الدراسة:

العلاقات العامة الرقمية : عرفها (الخياط 2015) بانها: "عملية قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ بعض أنشطتها وللإسهام في تحقيق أهدافها"

الواب 2.0: عرفها (مادن و فوكس 2006) " فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الأنترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الأنترنت، و تعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي

على الأنترنت، و التعاون بين مختلف مستخدمي الأنترنت في بناء مجتمعات الكترونية، و تنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات و خصائص الويب 2.0 مثل المدونات blogs، التأليف الحر wiki، وصف المحتوى content tagging، الشبكات الاجتماعية online social networks، الملخص الوافي للموقع rss

منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة و أهدافها بالكشف على تأثير تطبيقات الواب التشاركي على تطور العلاقات العامة و بناء على التساؤلات التي تسعى الدراسة الى تحقيقها، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بالأساس " بشرح و توضيح الأحداث و المواقف المختلفة، المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، و محاولة تحليل الواقع الذي تدور حوله الأحداث و الوقائع و محاولة تحليل و تفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث، بقصد الوصول الى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات و الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر، من أجل تطوير الواقع و استحداث أفكار و معلومات و نماذج سلوك جديدة" (مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، 2005).

على ضوء ذلك استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كسبيل لجمع الحقائق المتعلقة بالظاهرة المبحوثة وتصنيفها و القيام بتفسيرها و تحليلها تحليلًا علميًا مع اعتماد الدراسة على المدخل الوثائقي للكتب العلمية المتخصصة و المجالات العلمية المحكمة و الكتب المنشورة في فضاء الأنترنت و المواقع الإلكترونية المتخصصة. تعاملت الدراسة مع الظاهرة بأسلوب التحليل الرباعي كونه الأنسب للمعالجة والرصد لبيئة المؤسسة في برامج العلاقات العامة و الذي يتمثل في "وسيلة لتحليل البيئة التي سيتم فيها وضع الخطة الإستراتيجية وتطبيقها، وقاعدة معلوماتية يستند إليها في عملية التخطيط الاستراتيجي. وهو يتناول في شقه الداخلي نقاط القوة المؤسسية للإدارة ونقاط ضعفها، وفي شقه الخارجي الفرص المتاحة في البيئة الخارجية والتحديات المتأتية منها" (هيثم ذيب 2020)..

أولاً: تأثير الأنترنت على العلاقات الاجتماعية والمؤسسية:

وفقاً للباحثين (tartar and hugon, 2011) أدت الأنترنت خاصة من خلال تطبيقات الواب التفاعلي المتمثلة في الشبكات الاجتماعية الى تغيرات في العلاقات الاجتماعية و توجهات جديدة في الاتصال المؤسسي أهمها:

1. العلاقة مع الزمن (الفورية أو الوقتية):

تم الانتقال من الحديث على المدى البعيد (التخطيط والاستراتيجية) القائم على التوقع والاستشراف الى الفورية القائمة على تفاعل مستمر وما تقدمه من فرص.

2. العلاقة مع السلطة (تلاشي السلطة الهرمية):

تم التحول من النظام الأبوي الذي يبنى على مبدأ العقود الى النظام الأخوي الذي يبنى على أساس نظام المجتمعات.

3. انعكاس المعرفة:

يمكن للأجيال الشابة التحكم في عالم الأنترنت أكثر من خلال مهاراتهم التكنولوجية ما ينطوي على مخاطر للمؤسسات التي لا تملك فهماً لهذه الظاهرة التي أفرزت جماعات نشطة غير تقليدية تصدر الواجهة في بيئة المؤسسة و تتحكم في بقية الفئات (الجمهور غير المهتم، الجمهور غير المشارك) ما تستدعي فهم و تفسير هذه الجماعات لوضع برامج العلاقات العامة الملائمة (vercic,d and j.grunig).

4. السيطرة على الموارد:

يمكن للشبكات الاجتماعية وبتكاليف منخفضة جدا التأثير على ادراك الجمهور للقضايا وكيفية التفكير بها كذلك تأطير المضمون الإعلامي وإبراز جوانب من الواقع المدرك لجعلها تبدو أكثر أهمية في سياق الاتصال ، ما يفرض على ممارسي العلاقات العامة تركيز الجهود للتموقع في الفضاء الرقمي من اجل مراقبة مستمرة لبيئة المؤسسات ورصد التهديدات المحتملة خاصة مع اتساع الفجوة في ظل مفهوم علاقة متعدد- متعدد الذي يرسخه الواب التفاعلي (حسين شفيق ، 2011)

ثانيا: خصائص المجال الجديد للعلاقات العامة:

تقدم الشبكات الاجتماعية في البيئة الرقمية للمؤسسات نوعا جديدا من الاتصال وفقا للباحث ايمانويل بلوش وهو الاتصال غير المتناسق حيث يضع هذا النموذج المؤسسة في مواجهة مباشرة ومستمرة مع الرأي العام وليس الزبائن أو السلطات ، و يتم خلال ذلك استخدام وسائل متعددة للتفاعل مع مستخدمي الأنترنت تهدد بشكل دائم صورة وسمعة المؤسسة دون الحاجة للمرور على وسائل الإعلام التقليدية رغم احتفاظها بأهميتها لدى فئات عديدة من الجمهور (bloch.2012).
تفرز هذه العملية تداولاً وبصفة مباشرة لصورة المؤسسة وسمعتها من طرف الرأي العام الافتراضي ما يحيل الى العودة الى أسس العلاقات العامة وتوجهاتها الحديثة وانتقالها من إدارة الاتصالات الى إدارة العلاقات الافتراضية ب 03 أبعاد: بعد مهني، بعد شخصي، بعد اجتماعي (burning and lidingham).
وانطلاقاً من ذلك تدخل كل السمات المرتبطة بصورة وسمعة المؤسسة في اطار تفاعلي فوري و آني ، بما في ذلك مدى مألوفية الجمهور معها ومع سياساتها ومنتجاتها ، كذلك جوانب الإدراك الإيجابية والسلبية عنها .

وقد حدد المختصون ثلاثة مجالات لصورة وسمعة المؤسسة في المجال الرقمي (pujade,2014) وهي:

1. منطقة التحكم:

أي ما يكون تحت سيطرة المؤسسة مثل موقعها على الأنترنت حيث يتم تقديم معلومات صادقة لبناء إطار معرفي ملائم وتجسيد العمليات المعرفية الإيجابية في ادراك الجمهور تجاه المؤسسة ، كذلك تقديم صورة تتلاءم مع منطلقات المؤسسة الاتصالية.

2. مربع الحوار:

وتشمل شبكات التواصل الاجتماعية مثل فيسبوك تويتر يوتيوب حيث تتوقع المؤسسة بصفحات خاصة تتيح لها الدخول في حوار متواصل مع الجماهير اعتماداً على الفورية والمشاركة الفعلية في الحوار.
هذه العملية التحوارية تمكن المؤسسة من تحقيق التنسيق الكامل مع جمهورها على مستوى التفكير وانطباع كل منهما عن الآخر فهناك عدة احتمالات لمدى الاتفاق ويتحقق الاتصال عندما يتفق الطرفان ويدركان انهما متفقان.

3. منطقة الإصغاء:

يتمحور دورها في فهم وجهات نظر وتوجهات الجمهور من خلال متابعة المقالات والمنشورات والتعليقات ومنتديات الرأي آراء المستخدمين.

إن رصد بيئة المؤسسة ضمن بحوث العلاقات العامة يحقق غاياته عبر تفعيل التواجد والتتبع المستمر لمنطقة الإصغاء حيث يوفر معلومات تبنى عليها خطط وبرامج العلاقات العامة من خلال التعرف على الجمهور، مواقفه، درجة قوته وتأثيره، كذلك القضايا التي تهتمه ، حيث يمكن تجسيد الأطر الثلاثة لرصد

البيئة بفعالية : الرصد غير المنتظم، الرصد المنتظم، الرصد المستمر (راسم محمد الجمال، خير ميلاد أبو بكر 2005)

ثالثا: فرص العلاقات العامة ضمن المجال الرقمي:

تقدم الأنترنت بيئة خصبة من الفورية والآنية التي تتوقع فيها المؤسسات من جهة وتتفاعل و تجد لها جمهورا من جهة أخرى وهذا باستغلالها لخصائص الأنترنت الاتصالية التي تقدمها الباحثة (نسرين حسونة 2014) وهي:

- التفاعلية: القدرة المتنامية على تحقيق تفاعل كامل مع الجمهور
 - الجماهيرية: يتيح درجة تحكم أكبر في نظام الاتصال ومسار ووجهة الرسالة
 - التنوع: تتيح للمستخدم مجالا أوسع للانتقاء بما يلي حاجات أطراف العملية الاتصالية
 - التكامل: بين أساليب العرض والتخزين والإتاحة خلال وقت استخدام الأنترنت
 - تجاوز الحدود الثقافية: تسقط الأنترنت الحواجز الجغرافية والحدود الثقافية سواء بين الدول أو بين المجتمعات حيث يمكن تناول موضوع في ولاية معينة ويتم تقاسمه وإعادة نشره لينتهي به المطاف في وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية
 - تجاوز وحدتي الزمان والمكان: اللامكانية أصبحت السمة الأساسية للاتصال عبر الأنترنت .
- هذه الخصائص الاتصالية تقدم فرصا لتحقيق أهداف العلاقات العامة في تحقيق علاقات استراتيجية ضمن مجالها من خلال العمل كمؤسسة فاعلة تتبادل المعلومات ، المصالح والموارد حيث يمكن المجال الرقمي العلاقات العامة من تأدية دورها في المراقبة للأحداث والتحديات والفرص المحتملة، كذلك تفسير المعلومات لتحديد أولويات المنظمة، وتقديم المشورة للاستجابة للمشكلات واقتراح الأنشطة والأهداف (baskin,o et al)
- ويقدم الباحث (محمد ناجي الجوهر 2013) الخصائص الإيجابية للمجتمع الشبكي في تطبيق أساليب العلاقات العامة كمايلي:

- الاتصال الدائم: الدخول في اتصال دائم مع الجمهور وعدم كسر عملية التدفق
 - الاستجابة الفورية: للمواضيع والحالات والتطورات في محيط المؤسسة
 - الانتشار: على مستويات أوسع لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية
 - رجع الصدى الفوري: يتيح تقييم المضمون الاتصالي وتعديله لتحقيق فعالية الرسائل الاتصالية خاصة مراجعة الاتصال ضمن بحوث العلاقات العامة.
 - الاتصال ذو اتجاهين: تستطيع العلاقات العامة تحقيق التكيف التام مع جماهيرها ضمن المجال الرقمي باستغلال مناخ التغطية إعلامية والاستقلالية في اتخاذ القرار.
 - يقدم بيرسون نموذج الأداء والممارسة الأخلاقية للعلاقات العامة والذي يزدهر ضمن الواب التشاركي:
 - تساوي الفرص في الحوار بين المشاركين.
 - التفاعل دون سيطرة طرف على آخر.
 - تساوي الفرص في تقديم تفسيرات وتوضيحات.
 - لكل طرف درجة متساوية من السلطة.
- تقدم الإنترنت تسهيلات مهمة لممارسي العلاقات العامة في إجراء الدراسات وجمع وتخزين المعلومات حول العملاء ووسائل الإعلام والمنافسين والقطاع الذي يتواجدون فيه في وقت وجيز. بالإضافة إلى ذلك، كان

من الممكن إنهاء وقياس وتقييم الأبحاث التي أجريت في أنشطة العلاقات العامة على الإنترنت بسهولة أكبر. فقد أعطى هذا الفضاء ممارسي العلاقات العامة الفرصة للحصول على مزيد من المعلومات بمزيد من التفاصيل بشكل أسرع وأقل كلفة (شروق محمد العكل)

ترسخ الشبكات الاجتماعية اتصالا مفتوحا يمكن المؤسسة من التكيف حيث يتوقف استقرارها على الرأي العام الذي يكرس حق كل فرد من جمهورها في المعلومات المتعلقة بالقرارات المؤثرة في حياته.

رابعا: مخاطر التحول للعلاقات العامة الرقمية:

أحدثت شبكة الأنترنت انقلابا في المجال الذي تتواصل فيها المؤسسات، حيث كانت العلاقات العامة تتفاعل في مجال غير متوقع يمكن التنبؤ به (libaert 2015) بما أن الأزمات كانت تتطلب إطارا زمنيا معين للحصول التعبئة (نداءات، مقالات صحفية، تحركات النشطاء) في حين كرس الشبكات الاجتماعية مجالا غير متوقع لا يمكن التنبؤ به فبمجرد أن يملك السبب قابلية الانتشار سيلقى التعبئة بشكل فعال وفي ظرف وجيز (heiderich 2004).

يسمح الاتصال غير المتناسق للمؤسسة بمخاطبة الرأي العام بشكل مباشر دون الحاجة للمرور على وسائل الإعلام رغم احتفاظها بأهميتها لدى فئات عديدة من الجمهور وهذا ما يمثل مخاطرة دائمة (القابلية للانتقاد، نتائج غير متوقعة) ويظهر ذلك من خلال مبادئ الاتصال غير المتناسق (bloch.2012):

- عدم وضوح المصدر: يتيح فيسبوك تجند آلاف الأشخاص حول موضوع ما دون تواجدهم ضمن تنظيم أو هيكل معين.
 - الاستفزاز الدائم: تواجه المؤسسات في الواب التشاركي وسطا استفزازيا لتحقيق ردة فعل غير محسوبة تهدد بصفة مباشرة صورتها لدى الجمهور.
 - سرعة الفعل: يتحرك مستخدمو الأنترنت ضمن مجموعات سريعة التحول و التوقع في حين تنقيد المؤسسة بنظامها الإداري كمحددات للفعل ورد الفعل على الشبكة
 - الدور الحاسم لإدارة المجتمع الرقمي: ساهمت مبادئ الاتصالات غير المتناسقة في تعظيم دور فرع العلاقات العامة ضمن المجال الرقمي في تحقيق الاستجابة لبيئة المنظمة و مراقبتها، و تفسيرها كذلك تحديد اطار الاستجابة لمتغيراتها.
- وقدمت ورشة تسيير الأزمات في جامعة باريس 2 (universite pantheon-assas paris 2 and EOGN,2015) سبع خصائص تميز الأزمات على الشبكات الاجتماعية :
- فورية (فيروسية قنوات الاتصال) : تقدم الشبكات الاجتماعية تدفقا سريعا للمعلومات في جميع الاتجاهات تحقق من تدفقا سريعا للمعلومات و انتشارا سريعا للقضية عبر خلق مجتمعات افتراضية حول موضوع ما.
 - دراماتيكية الوضع الحالي: الاطار الدراماتيكي للمعلومات يبقى مناسبا اكثر للمتابعة من القضية العادية.
 - مخاطر إساءة إدارة الاستجابة: قد تورط المؤسسة نفسها في أزمة مع الجمهور من خلال سوء تقدير الاستجابة تجاه تناول اسمها بطريقة سلبية ضمن حركات الاستفزاز الدائم، تتمحور استجابات المؤسسة الفاعلة (تبادل المعلومات) تجاه محيطها في اطار المسؤولية الاجتماعية التي تطورت من رد

- الفعل الى الاستعداد الى الفعل و منه الى المستوى الاستراتيجي القائم على التفاعل الدائم مع الجمهور.
- **التعبئة الفورية:** تبرز قدرة الشبكات الاجتماعية على حشد و توحيد الجمهور، إذ يمكن تداول منشور ما عبر آلاف الحسابات في بضع لحظات.
- **حدة الخطاب المتداول:** ليست شبكات التواصل وسيلة لنقل المعلومات فحسب بل فضاء يكرس حرية التعبير دون قيود ، معليا حالة من فردية الإعلام وعادة ما تمتاز النقاشات بالكلمات العنيفة و حتى المتطرفة خاصة مع انقسام الجمهور الى جماعات صغيرة منغلقة على نفسها .
- **ضعف مديري المجتمعات الرقمية:** يتولى مسؤولية القائم بالعلاقات العامة في المجال الافتراضي عادة من يملك المعرفة التقنية بالمجال، دون دراية كافية بالتخصص العلمي للعلاقات العامة كذلك الإلمام بمبادئ العمل الإعلامي.
- **الاعتماد المتزايد لوسائل الإعلام التقليدية على الأنترنت:** اصبح الاتجاه السائد هو محاولة ملائمة مضامين وسائل الإعلام التقليدية مع مخرجات الأنترنت كذلك تموقع وسائل الإعلام ضمن الشبكات الاجتماعية من خلال الصفحات الرسمية لإيجاد جمهور جديد، المحافظة عليه و التفاعل المستمر معه.

خامسا : نماذج عملية للعلاقات العامة الرقمية في الاتصال حول الأزمات الصحية :

تم الإبلاغ في مدينة وهان الصينية يوم 31 ديسمبر 2019م بوجود حالات مرضية ولها أعراض غير تقليدية ظهرت على مجموعة من الأفراد، وبعد البحث والتقصي ظهر انتشار فيروس أطلق عليه كورونا 19 covid، وعليه بدأت منظمة الصحة العامة بالتعاون مع كافة الشركاء والخبراء العالميين والحكومات من اجل الإسراع في توسيع نطاق المعرفة العلمية عن حيثيات هذا الفيروس الجديد ومتابعة سبل انتشاره، وتحديث الإجراءات والتدابير الوقائية الواجب اتباعها للحد من انتشاره وتفشيهِ في المجتمعات. (منظمة الصحة العالمية، 2020م) وتسبب الفيروس التاجي في أعراض الحمى والسعال الجاف والتعب والأوجاع والآلام والتهاب الحلق وضيق التنفس، وخلال نهاية شهر يناير تم الإبلاغ ظهور حالات أخرى وانتشار الفيروس عبر دول مختلفة بما في ذلك آسيا وأوروبا والولايات المتحدة وكندا وغيرها الكثير خارج الصين، عندها أعلنت منظمة الصحة العالمية على الفور عن تفشي فيروس كورونا كجائحة وكحالة طارئة للصحة العامة، (Zaman 2020 Hossain)، وفقاً لمنظمة الصحة العالمية، فإن 16-21% من المصابين بالفيروس أصيبوا بمرض شديد مع معدل وفيات 2-3%؛ وكان متوسط عدد الأشخاص الآخرين الذين سينقلهم الفرد المصاب بالفيروس إلى السكان غير المناعي تماماً، يبلغ حوالي 3077، مما يشير إلى أن الانتشار السريع للمرض، لذلك كان من المهم تحديد الأفراد المصابين في أقرب وقت ممكن مع إجراءات الحجر الصحي والعلاج ويعتمد تشخيص 19-COVID على المعايير التالية: الأعراض السريرية والتاريخ الوبائي وصور الأشعة المقطعية الإيجابية وأيضا الاختبارات المسببة للأمراض الإيجابية تشمل الخصائص السريرية لـ COVID 19 -أعراض الجهاز التنفسي والحمى والسعال والالتهاب الرئوي الفيروسي، ومع ذلك فإن هذه الأعراض غير محددة حيث توجد حالات معزولة. (Wang & xu 2020)

1. منظمة الصحة العالمية:

أنشأت خريطة منظمة الصحة العالمية The World Health Organization dashboard: أنشأتها المنظمة بتاريخ 26 يناير 2020م ضمن استجابتها للترصد والاستجابة لتفشي كوفيد-19، وتضم الخريطة التفاعلية أعداد الإصابات والوفيات حسب البلدان، وما يميز خريطة منظمة الصحة العالمية أنها تعرض منحى بياناً للحالات التراكمية والتي تعطي نظرة شاملة عن انتشار أو انحسار الوباء في فترة زمنية معينة، إلى جانب عرضها روابط تؤدي إلى المواقع التي تعرف تعرض حالات الطوارئ الصحية الأخرى بالعالم مثل حى الضنك والوادي المتصدع، وحى غرب النيل.

2. تجربة دول الاتحاد الأوروبي:

عرضت دراسة (Klonowska 2020) تجربة دول الاتحاد الأوروبي في توظيف تطبيقات الإنترنت والهواتف المحمولة في مواجهة وباء كوفيد-19 وعرض بعض الجوانب الأخلاقية فيها، حيث تشير الدراسة إلى أنه مع وفاة أول حالة بكوفيد - 19 في فرنسا في فبراير 2020م، وارتفاع أعداد الإصابات في إيطاليا، أصبح الوباء مصدر قلق للحكومات الأوروبية، لهذا باشرت هذه الحكومات في البحث عن حلول تكنولوجية للاستجابة الطارئة للأزمة، وبحلول مارس 2020م أبلغت الحكومات عن مبادرات تشارك البيانات الخاصة بمواقع الهواتف المحمولة المصدر بين شركات الاتصالات والحكومة" لتتبع انتشار كوفيد-19 وطبقت أغلب الدول الاتحاد الأوروبي. وضمت شركات الاتصال المعنية بمشاركة بيانات الهواتف SA و Orange و Tele و Al , Deutsche Telekom و Vodafone و LMT ، تم استصدار القوانين التي تسمح للحكومات بالوصول إلى قواعد بيانات شركات الاتصالات في بلغاريا والتي تغطي ليتوانيا وسلوفاكيا. وبالتالي صارت ثلاث عشرة دولة في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي لديها حق الوصول إلى بيانات موقع الهاتف المحمول لغرض تتبع حركة الأشخاص. وأثيرت الكثير من التحفظات الأخلاقية حول مدى أحقية الحكومات في تتبع الناس، واعتبار ذلك انتهاكاً للخصوصية.

3. تايوان:

تجربة تايوان من التجارب الرائدة في التصدي للجائحة خاصة باستخدامها التوقع الذي يعتبر ملك الأزمات في العلاقات العامة ، فقد كانت في حالة تأهب مستمر وجاهزة للتصدي للأوبئة الناشئة عن الصين منذ وباء متلازمة الإلتهاب الرئوي الحاد (سارس) عام 2003م، حيث وظفت التقنيات في الحد من انتشار الوباء منذ اللحظات الأولى لظهور الوباء، وقد استفادت هذه الدولة من قاعدة بياناتها الوطنية للتأمين الصحي ودمجها مع قاعدة بيانات الهجرة والجمارك مكونة بذلك قاعدة بيانات ضخمة Big Data وتم تحديث بيانات هذه القاعدة بطرق آنية ولحظية، ساعدت هذه العملية في التعرف على التاريخ المرضي للحالات وتنقلاتهم داخل وخارج البلاد، مما ساهم في حصر الحالات المشتبه إصابتها وتحديد عزلها كما استخدمت تايوان تقنية جديدة، وهي تزويد المشتبه إصابتهم بكوفيد - 19 بهواتف ذكية مزودة بخاصية تتبع المواقع والمكالمات، وذلك من أجل الحصر الدائم للحالات المشتبه بها وعزلها والتبليغ عنها إذا لم تلتزم بتعليمات الدولة وتم إطلاق نظام الحجر الصحي وربطه عبر الإنترنت في 14 فبراير 2020م. (Wang, Ng, & Brook, 2020).

ا. خاتمة:

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل تحديات العلاقات العامة في المجال الرقمي استناداً إلى التراث العلمي المعني بهذا الشأن ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، مع الاعتماد على المدخل الوثائقي للكتب العلمية المتخصصة والمجلات العلمية المحكمة والكتب المنشورة في فضاء الأنترنت والمواقع الإلكترونية المتخصصة، بأسلوب التحليل الرباعي للظاهرة محل الدراسة وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة يمكن استعراضها على الوجه الآتي:

- التحولات في المجال الرقمي الذي تتواصل فيه العلاقات العامة خاصة في طبيعة العلاقات التي تحكمه اجتماعيا ومؤسسيا، يتجلى ذلك من خلال الفورية والأنية مع تلاشي السلطة الأبوية أو الهرمية بمفهومها التقليدي ، كذلك يعرف هذا المجال تدفقا للمعلومة يجعل منها متاحة للجميع نظريا. دون سيطرة جهة أو كيان مهما كانت موارده نظرا لانعدام تكلفة التواجد والتموقع والتأثير عبر العالم الرقمي.
- الاتصال غير المتناسق الذي تقدمه الشبكات الاجتماعية للعلاقات العامة والذي يفرز تداولاً وبصفة مباشرة لصورة المؤسسة وسمعتها من طرف الرأي العام الافتراضي ما يحيل الى العودة الى أسس العلاقات العامة وتوجهاتها الحديثة و انتقالها من إدارة الاتصالات الى إدارة العلاقات الافتراضية بأبعادها: الشخصي ، المهني، والاجتماعي.
- امتداد عملية إدارة سمعة المؤسسة لتشمل العالم الرقمي بمجالاته : منطقة التحكم، مربع الحوار، منطقة الإصغاء ما يحيل الى أهمية رصد بيئة المؤسسة ضمن بحوث العلاقات العامة بالتواجد وتوفير معلومات تبني عليها خطط وبرامج العلاقات العامة من خلال الأطر الثلاثة لرصد البيئة : الرصد غير المنتظم، الرصد المنتظم، الرصد المستمر.
- الفرص التي تقدمها الأنترنت لنجاح أنشطة العلاقات العامة من خلال خصائص الأنترنت الاتصالية منها: التفاعلية، اللامهايرية، التنوع، التكامل، تجاوز الحدود الثقافية، تجاوز وحدتي الزمان والمكان، الاتصال ،الدائم، الاستجابة الفورية، الانتشار، رجع الصدى الفوري، الاتصال ذو اتجاهين
- تدخل المؤسسات في مخاطرة دائمة عند تواصلها في المجال الرقمي (القابلية للانتقاد، نتائج غير متوقعة) ارتكازا على مبادئ غير تقليدية في هذا المجال الرقمي : استفزاز دائم، عدم وضوح المصدر، سرعة الفعل، الدور الحاسم للقائم بالاتصال في المجتمع الرقمي.
- الأزمات في المجال الرقمي لا يمكن التنبؤ بها فهي تمتاز بالفورية وسرعة التعبئة وحدة الخطاب المتداول كذلك سرعة التحول الى أزمة عبر وسائل الإعلام التقليدية ، حيث يجب على العلاقات العامة التعامل مع ما يدركه الجمهور حول ما حدث وليس ما حدث بالفعل.

الإحالات والمراجع:

المؤلفات:

- الخياط عبد العزيز (2015) العلاقات العامة الرقمية : مفهوما أدوارها ، تحديثاتها. ورقة مقدمة الى الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- هيثم ذيب، أصول التخطيط الاستراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2020، ط1 ص 309
- حسين شفيق: الإعلام الجديد، الإعلام البديل: تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، 2011 ص 188
- محمد ناجي الجوهر، المواد الإعلامية التقليدية و الإلكترونية في العلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2013 ص 205
- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء لدنا للطباعة و النشر، ط1، 2007 ص 95
- منظمة الصحة العالمية (18 مايو 2020م): فيروس كورونا المستجد (COVI-19)، منشور المقال على رابط المنظمة
- <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance>
- نسرين حسونة، الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف، من موقع شبكة الألوكة. 16-03-2014 ص 8، 9، 10
- راسم محمد الجمال، خير ميلاد أبوبكر، إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005 ص 90
- شروق محمد العكل، العلاقات العامة في العالم الرقمي : المفهوم و الأدوات، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الراي العام، المجلد 05 عدد 01 جوان 2022 ص 122-136
- bloch,emmanuel.(2012) *communication de crise et reseaux sociaux.dunod.paris.france. p 29*
- libaert,Thierry a. *la communication de crise . (4éme édition) ,dunod,paris.france p 97*

المقالات:

- baskin,o et al. (1997) Public relations: the profession and the practice (boston: McGraw hill).The origin of public relations theory in economic and strategic management.
- burning and lindingham : relationship between organization and public: development of multi-dimensional organization - public relationship scale, available at accessed November 11,2022, www.thefreelibrary.co
- heiderich,didier. Rumeurs sur internet : comprendre, Anticiper et gérer les cybercrise. Édition village mondial 2004 pearson éducation . Paris. France. available at <http://www.communication-sensible.com/>
- Klonowska, K. (2020). The COVID-19 pandemic: two waves of technological responses in the European Union: JSTOR
- madden, mary and fox,susannah (2006). riding the waves of"web 2,o" more then a buzzword, but still not easily defined, pew research center, accessed november 11,2022, available at <http://www.pewinternet.org>
- pujade,sébastien.(2014) : E réputation : comment gérer une crise sur les médias sociaux ?l'exemple de sfr.<http://www.mbamci.com/ereputationgestiondecrise.consulte> le 04 novembre 2022
- tartar. Michael and hugon,stéphane. (2011).média sociaux : état des lieux societal et perspective pour l'entreprise. Paris.france. p 20; <http://fr.slideshare.net/michael.tartar>.
- université panthéon-assas paris 2 and EOGN.(2015). La crise et les réseaux sociaux. available at <http://www.fun-mooc.fr>.
- vercic,d and j.grunig. The origin of public relations theory in economic and strategic management.in D.moss et al.,(eds),perspectives on public relations research (london:routledge).
- Wang, C. J., Ng, C. Y., & Brook, R. H. (2020). Response to COVID-19 in Taiwan: big data analytics, new technology, and proactive testing. *Jama*, 323(14), 1341-1342.
- Wang, S., Kang, B., Ma, J., Zeng, X., Xiao, M., Guo, J., ... & Xu, B. (2020). A deep learning algorithm using CT images to screen for Corona Virus Disease (COVID-19). *MedRxiv*.
- Zaman, A., Islam, M. N., Zaki, T., & Hossain, M. S. (2020). ICT Intervention in the Containment of the Pandemic Spread of COVID-19: An Exploratory Study. *arXiv preprint arXiv:2004.09888*.