

تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في ظل جائحة كورونا - دراسة ميدانية

- Saudi public's evaluation of the of the Ministry of Health spokesman in the light of Corona pandemic:

A field study

● د . هديل بنت علي اليحيى

أستاذ العلاقات العامة المساعد - قسم العلاقات العامة - كلية الإعلام

والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Hadeel.a.y@gmail.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في ظل جائحة كورونا، معتمدة على «نموذج شارب» في ممارسة العلاقات العامة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقه الميداني، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (249) مفردة من الجمهور السعودي في مدينة الرياض. وقد خلصت الدراسة إلى أن تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في ظل جائحة كورونا تقييم إيجابي بالمجمل؛ إذ بيّنت نتائج الدراسة أن الجمهور السعودي يرى مصداقية المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، كما أكدت ثقة الجمهور به، إلى جانب الاتجاهات الإيجابية نحو عدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة فيما يعرض من معلومات وبيانات لتحقيق المصلحة المتبادلة بين الجمهور والوزارة، كذلك أثبتت النتائج قدرة المتحدث الرسمي على إشباع الحاجات الاتصالية للجمهور، والوصول إلى رضا الجمهور عن أدائه في الجائحة.

الكلمات المفتاحية: المتحدث الرسمي، جائحة كورونا، وزارة الصحة

Abstract

The study aimed to identify the Saudi public's assessment of the performance of the official spokesman for the Saudi Ministry of Health in light of the Corona pandemic, based on the "Sharp model" in public relations practice. The researcher relied on the survey method, in its field part, by applying it to a random sample of (249) individuals from the Saudi public. The study concluded that the Saudi public's evaluation of the performance of the official spokesperson of the Ministry of Health in light of the Corona pandemic is generally positive. It showed that the Saudi public sees the credibility of the official spokesman, and confidence in him. In addition to the positive attitudes of the public towards the justice of the spokesperson to achieve the mutual interest. The results also demonstrated the ability of the spokesperson to satisfy the communication needs of the audience, and reach the public's satisfaction with it.

ظهر فايروس كورونا المستجد عام 2019م في مدينة ووهان الصينية، وسرعان ما تحول إلى أزمة دولية، مُشكلاً بها جائحة عالمية شلّت حركة الحياة في أنحاء العالم، وأثّرت على النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، مما دفع الحكومات إلى اتخاذ إجراءات استثنائية في محاولة لتحجيم انتشار الفايروس.

ومما فاقم الأمر، ذلك الزخم الكبير من المعلومات الذي تضخه منصات التواصل الاجتماعي؛ مما شكّل تحدياً إضافياً للجهات الرسمية؛ إذ أنها أغرقت الأفراد بسيل من المعلومات غير الدقيقة، مما أدى إلى ظهور حالة من الذعر والهلع الجماعي، وهو ما خلق مصاعب جديدة أمام جهود منظمة الصحة العالمية، والحكومات، ومسؤولي الصحة، فقد صرح رئيس منظمة الصحة العالمية تيدروس غيبريسوس "Tedros Ghebreyesus" قائلاً: "نحن لا نقاتل فيروساً بل وباءً معلوماتياً"⁽¹⁾.

تلك الأمور أوجبت على الحكومات انتهاج إستراتيجيات متنوعة لاحتواء الموقف وتبيد المخاوف، وتحديد مصادر رسمية للمعلومات تكون محل ثقة لدى الجمهور، وتسهم في رفع الروح المعنوية لديهم. وفي مثل هذا الوضع من الأزمة يبرز دور المتحدثين الرسميين، وتتضح أهمية وجودهم، لأنهم يتحملون العبء الأكبر في تصحيح المعلومات الخاطئة وتغيير وجهات النظر المغلوطة، ومن ثمّ التأثير في الرأي العام. وفي هذا السياق، يؤكد كل من "هولاداي" و"كومبس" "Holladay & Coombs" أن المهمة الأولى في إدارة الأزمات هي إدارة الاتصالات، وأن المتحدثين الرسميين هم المكون الحاسم فيها⁽²⁾.

ويؤكد بعض المنظرين أن الأمر لا يتعلق بالحصول على إجابات كافية لجميع الأسئلة التي تُطرح على المتحدث الرسمي؛ بل يتعلق بالحضور، والشفافية، والمصادقية، والإجابة عن تلك الأسئلة التي تسمح للمنظمة بالحفاظ على موقف إستراتيجي قبل الأزمة وبعدها، بمعنى أنه لا يتعين عليك الإخبار بكل شيء، ولكن أن تعرف كيف تدير الحقائق⁽³⁾.

وإذا كانت رسائل الصحة العامة بطريقة منسقة وفعالة وذات مصداقية عاملاً رئيساً في السيطرة على انتشار المرض؛ فإن الشخص الذي ينقل الرسالة - المتحدث الرسمي - هو أحد أهم العوامل التي يمكن أن تحدد فاعلية الرسالة⁽⁴⁾، وقد أشار "ستيفن تايلور" إلى أن خطورة الأوبئة لا تتعلق بالمصابين بالفيروس فقط؛ بل بالطريقة التي يتصرف بها الناس، ويتفاعلون معها نفسياً وسلوكياً، وأنه من الممكن التحكم في الأوبئة فقط عندما يستجيب الناس للرسائل الصحية⁽⁵⁾، المتمثلة غالباً في تصريحات المتحدث الرسمي.

لذا، بات المتحدث الرسمي شخصية أساسية في إدارة الأزمة؛ إذ هو حلقة الوصل بين الجهة التي يمثلها والرأي العام من خلال بث المعلومات، والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي تطرحها وسائل الإعلام، بما يلبي حاجة الجمهور إلى المعرفة⁽⁶⁾، ويتأكد دور المتحدث الرسمي في ظل وجود عديد من المنتديات والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي قد تساعد في بث الشائعات ونشرها كما ذكرنا سابقاً.

ومن هذا المنطلق، وفي الحادي والعشرين من مايو عام 2012م، أصدر مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية قراراً يقضي بإلزام جميع الهيئات الحكومية المختلفة، وبخاصة الجهات الخدمية، بتعيين متحدثين رسميين في مقراتها الرئيسية لإيضاح الحقائق لوسائل الإعلام، وذلك بهدف تنظيم العمل الإعلامي وفق المعايير المهنية والموضوعية والتخصص، حتى لا تتحول الأمور إلى فوضى إعلامية⁽⁷⁾.

لذا، فإن هذه الدراسة ستسعى إلى التعرف على تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في ظل جائحة كورونا (كوفيد 19)، من حيث المصداقية، والثقة، والعدالة، والإشباع، والرضا.

مشكلة الدراسة:

مع تفشي كورونا اندفع الناس بنهم ورغبة لمتابعة التطورات المتسارعة محلياً وعالمياً؛ الأمر الذي أدى إلى انتشار الشائعات وتكاثر الأخبار الصحيحة وغير الصحيحة؛ ونتيجة لذلك تعاظم دور المتحدث الرسمي وأهمية المعلومات التي يقدمها. وبما أن وزارة الصحة هي الجهة المعنية بالدرجة الأولى بمواجهة الجائحة، فقد انحصرت مشكلة الدراسة في: "التعرف على تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية أثناء جائحة كورونا"، معتمدة على "نموذج شارب" في ممارسة العلاقات العامة، المرتكز على جملة من القيم، هي: المصداقية، والثقة، والعدالة، والإشباع، والرضا.

أهمية الدراسة:

تشكل هذه الدراسة أهمية بالغة لعدة أسباب يمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1- تعد وظيفة المتحدث الرسمي من الوظائف الحديثة نسبياً في المملكة العربية السعودية ولم تتلحقها من البحث والدراسة؛ سواء لجهة طبيعة الممارسة، أو نتائجها، وكذا طبيعة علاقتها وعلاقتها بممارستها بالجمهور، أو غير ذلك من الجوانب التي ينبغي بحثها والتعمق فيها.
- 2- تعد وظيفة المتحدث من الوظائف المهمة والحساسة؛ خاصة في ظل الدور الذي يؤديه مما هو متعلق ببناء الصورة الذهنية والحفاظ عليها وعلى سمعة المنظمة، مما قد يؤثر عليهما سلباً أو إيجاباً، ويتعاطم هذا الدور أثناء حدوث الأزمات.
- 3- دفعت جائحة كورونا وما صاحبها من إجراءات واحترازات الدول والمنظمات والأفراد إلى تغيير أنماط حياتهم؛ الأمر الذي يستلزم التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية التي واجه بها المتحدثون الرسميون انعكاسات هذه الأزمة على أدائهم، وأثر ذلك على الجمهور.
- 4- عطفاً على ما ذكر أعلاه فيما يخص حداثة وظيفة المتحدث الرسمي؛ فما زالت الحاجة تستدعي وضع مواصفات مهنية ومهارات اتصالية للمتحدث الرسمي، ولعل هذه الدراسة تسهم في إثراء هذين الجانبين وغيرهما مما يمكن تحقيقه.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- الكشف عن تقييم الجمهور السعودي لمصداقية المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في ظل جائحة كورونا.
- 2- رصد مدى ثقة الجمهور السعودي في البيانات والتقارير التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية.
- 3- رصد تقييم الجمهور السعودي لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات التي من شأنها تحقيق المصلحة المتبادلة لكل من الجماهير والوزارة.
- 4- تسعى الدراسة إلى كشف طبيعة العملية الاتصالية التي يمارسها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية، ومدى تماهيه مع الحاجات الاتصالية للجمهور السعودي ومنحها ما تستحقه من أهمية، وقدرته على إشباعها.

5- تحاول الدراسة الكشف عن تقييم رضا الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي في ظل جائحة كورونا بشكل عام.

تساؤلات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما تقييم الجمهور السعودي لمصداقية المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية؟
- 2- ما مدى ثقة الجمهور السعودي في البيانات والمعلومات والتقارير التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية؟
- 3- ما مستوى تقييم الجمهور السعودي لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات التي يظهرها لتحقيق المصلحة المتبادلة بين الجمهور والوزارة؟
- 4- ما مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية على إشباع الحاجات الاتصالية للجمهور السعودي ومنحها ما تستحقه من أهمية؟
- 5- ما مدى رضا الجمهور السعودي عن أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في ظل جائحة كورونا؟

الدراسات السابقة:

من خلال مسح أدبيات البحث العربي والأجنبي المرتبط بموضوع المتحدث الرسمي، لوحظ وجود تنوع في الموضوعات التي تناولها الباحثون في هذا المجال؛ إذ استهدفت دراسة (2021 Abu Akel & Spitz & West)⁽⁸⁾ البحث في تأثير اختيار المتحدثين الرسميين وغير الرسميين على نشر الرسائل في أوقات الأزمات، وفاعلية الشخصيات العامة المختلفة في تعزيز التباعد الاجتماعي، وهي دراسة مسحية أجريت عبر فيسبوك "Facebook" على عينة قوامها (12194) من ستة بلدان متضررة من جائحة كورونا؛ هي: البرازيل، وإيطاليا، وكوريا الجنوبية، وإسبانيا، وسويسرا، والولايات المتحدة. وكانت أبرز النتائج أن هناك مشاعرا إيجابية تجاه المتحدثين الرسميين عموماً، وأن خبير المناعة الدكتور "أنتوني فوسي" حقق أعلى مستوى من استعداد المستجيبين لمشاركة دعوة التباعد الاجتماعي، يليه المتحدث باسم الحكومة، بينما كان المتحدثون الرسميون من المشاهير أقل فاعلية، وأكدت الدراسة الأهمية الحاسمة لاختيار المتحدث الأكثر فاعلية في نشر الرسائل والمعلومات أثناء الجائحة.

وقد نُشرت هذه الدراسة في مجلة بحثية أخرى بشكل يختص بإسبانيا تحديداً⁽⁹⁾؛ إذ أُجري مسح على (705) من البالغين حول دعمهم وممارستهم لتدابير التباعد الاجتماعي، وما إذا كانت هذه التدابير مدعومة من مسؤول حكومي أو أحد المشاهير معترف به دولياً كمتحدث رسمي، وخلصت الدراسة إلى أن المسؤول الحكومي كان أكثر فاعلية في استحضار ردود داعمة للتباعد الاجتماعي، وكان التأثير أقوى بشكل ظاهر بين المستجيبين الأكبر سناً.

ومن الدراسات المهمة هنا دراسة (السيد 2021م)⁽¹⁰⁾ التي استهدفت التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا، والتعرف على الإستراتيجيات التي استخدمها المتحدث في إدارة الأزمة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقه الميداني، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (170) مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية والطبية والاقتصادية، وقد أشارت أبرز النتائج إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها؛ إذ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة بشأن فيروس كورونا بانتظام بنسبة بلغت (81%)، وكذلك أشارت النتائج إلى ارتفاع مصداقية الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث في وسائل الإعلام عن الأزمة لدى النخبة المصرية، فقد أكدت عينة الدراسة التزام المتحدث الرسمي بالشفافية والصراحة والموضوعية، إلى جانب ارتفاع مستوى الرضا عن دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمة، وبشكل عام، أشارت النتائج إلى ارتفاع الاتجاهات الإيجابية لدى جميع الباحثين نحو الدور الإخباري للمتحدث الرسمي ودوره في إدارة أزمة كورونا.

أما دراسة (العنزي 2020م)⁽¹¹⁾ فقد هدفت إلى التعرف على إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة والبيئة العراقية للأزمة الصحية المرتبطة بانتشار فايروس كورونا، وقد استعملت الباحثة المنهج المسحي وأداتي الملاحظة العلمية وتحليل المضمون، من خلال أسلوب الحصر الشامل لما نُشر في الموقع الرسمي لوزارة الصحة والبيئة العراقية في الفيسبوك، وتمثلت في منشورات الصفحة البالغ عددها (210) مواد إعلامية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: أن العلاقات العامة قد بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وأن القائم بالاتصال كان حريصاً على التعامل بمصداقية مع الجمهور، وتزويده بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية، وإعلامه بمستجدات الأزمة، ودحض

الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة، وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

في حين جاءت دراسة (José-Vicente, María-José, Miriam) (2020)⁽¹²⁾ حول الدور الذي قام به المتحدثون الرسميون في إستراتيجية اتصال الأزمة التي تتبعها حكومة إسبانيا، والسمات المميزة للمتحدثين الرسميين في سياق أزمة كورونا، إلى جانب تحليل مضمون خطابات المتحدثين، وأجريت الدراسة المسحية على جمهور القنوات الإخبارية المهتمة بأخبار الجائحة في إسبانيا، وكان من أهم النتائج: فاعلية إستراتيجية الحكومة المتمثلة في ظهور المتحدثين الرسميين على التلفزيون العام والمجاني، وعلى الرغم من أن العلامات التي حصل عليها معظم هؤلاء المتحدثين الرسميين لا يمكن وصفها بأنها عالية إلا أنهم حققوا إنجازات جيدة قد حد منها الرسائل الرتيبة والبيروقراطية حسب وصف نتائج الدراسة.

أما دراسة (Sultan & Rapi) (2020م)⁽¹³⁾ فقد ركزت على تحليل الإستراتيجيات الخطابية التي استخدمها المتحدث باسم الحكومة الإندونيسية في المؤتمرات الصحفية اليومية أثناء جائحة كورونا، وقد استخدمت الدراسة إطار تحليل الخطاب الإيجابي (PDA)، وحلّل ما مجموعه (28) مؤتمراً صحفياً، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المتحدث الرسمي اعتمد على الترشيح، والإسناد، والحجج، والتكثيف، وإستراتيجيات التخفيف لتقديم المعلومات إلى الجمهور، وذلك بهدف رفع الروح المعنوية لدى الجمهور، ولبناء تضامن المواطنين كقوة لمواجهة البواء.

وسعت دراسة (الجريوي) (2019م)⁽¹⁴⁾ إلى بحث إستراتيجيات التعامل مع وسائل الإعلام لدى المتحدثين الإعلاميين في الوزارات السعودية، واعتمدت الدراسة في إطارها المنهجي على منهج المسح للجمهور المستهدف وفقاً لأهداف الدراسة، واعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة الميدانية على الاستبانة الإلكترونية بهدف الحصول على البيانات المطلوبة بواسطة صحيفة الاستبيان، وتكون مجتمع البحث من جميع المتحدثين الإعلاميين في الوزارات السعودية ممن أمكن التوزيع عليهم، وعددهم (42). وقد أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، أهمها: أن المتحدث الرسمي يلتزم المصادقية وعدم تزييف الوقائع بمتوسط (1.79)، وأن لديه دائماً سرعة في التجاوب مع وسائل الإعلام والجمهور بمتوسط (4.19)، والقدرة كذلك على إيجاد الحلول لأي خلاف يقع بين المنشأة ووسائل الإعلام بمتوسط (4.55).

وكان من أهم أهداف دراسة (العمري 2018م)⁽¹⁵⁾ التعرف على المواصفات المهنية والاتصالية والإعلامية التي يجب أن يتمتع بها المتحدث الرسمي، واستخدم الباحث كلاً من المنهج الوصفي والاستبانة لجمع البيانات من مصادرها الأولية، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين والإعلاميين المشاركين في المؤتمرات الصحفية لعاصفة الحزم بوزارة الدفاع، واختيرت عينة قوامها (130) مبحوثاً. وكانت أهم النتائج: أن المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع يعطي معلومات ذات شفافية تلبى احتياجات المستفيدين منها، مما عزز من الرضا عن المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع، إلى جانب تحري المتحدث الرسمي الدقة والمصادقية في المعلومات التي يدلي بها، وأكدت النتائج أن على المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع امتلاك المعلومات الكافية عن الحدث قبل طرح المؤتمر الصحفي حتى لا يقع في حرج مع الصحفيين، مع تأكيد دوره في تعزيز قيم الانتماء والولاء الوطني والقومي للمجتمع.

واستعرضت دراسة (الإسدودي 2018م)⁽¹⁶⁾ دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات، بدراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت الأدوات في استمارة تحليل المضمون، التي طبقت على عينة من البرامج الحوارية بأسلوب الحصر الشامل، وكانت أبرز النتائج: أن الدقة والموضوعية في عرض المعلومات المطروحة كانت أكثر القيم السائدة في المعالجة لعرض القضية في البرامج الحوارية.

أما دراسة (الداغر 2017م)⁽¹⁷⁾ فقد استهدفت التعرف على دور المتحدث الرسمي في تشكيل الرسالة الإعلامية للجمهور في أوقات الأزمات والكوارث في المملكة العربية السعودية، وذلك بالتطبيق على سيول مدينة الرياض ومنطقة عسير، واستخدمت الدراسة منهج المسح وصحيفة الاستبيان، بالتطبيق على عينة من المتحدثين الرسميين بالقطاعات المختلفة في المملكة قوامها (22) متحدثاً، وعينة أخرى من الجمهور بلغت (250) مفردة من مدينتي الرياض وأبها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ منها: أن شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية جاءت أسرع من وسائل الإعلام الرسمية في نقل الوقائع، إضافة إلى تضارب تصريحات المتحدثين الرسميين خلال فترة الأزمة في المؤسسة الواحدة وعلى مستوى المؤسسات المعنية بأزمة السيول.

وهدف دراسة (العنزي 2016م)⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على درجة المصادقية التي يحظى بها المتحدث الإعلامي الرسمي في الجهات الحكومية لدى الشباب السعودي

الجامعي، وقد اتخذت الدراسة من الشباب الجامعي في مدينة الرياض مجتمعاً لها من خلال إجراء الدراسة على عينة قوامها (352) من طلاب وطالبات البكالوريوس المنتظمين في جامعة الملك سعود وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وبالاعتماد على الاستبانة أداة علمية لجمع البيانات. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: أن المتحدث الإعلامي الرسمي لوزارة التعليم يحظى بدرجة مصداقية عالية لدى أفراد مجتمع الدراسة، يليه في المرتبة الثانية المتحدث الإعلامي الرسمي لوزارة الخدمة المدنية بدرجة مصداقية متوسطة، وفي المرتبة الثالثة جاء المتحدث الإعلامي الرسمي لوزارة الصحة بمصداقية متوسطة أيضاً، وفي المرتبة الأخيرة جاء المتحدث الإعلامي الرسمي لوزارة الإسكان بدرجة مصداقية متدنية.

وقد سعت دراسة (الدلبي 2016م)⁽¹⁹⁾ إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي، والتأثير المتبادل بينهما، وتقديم قائمة بالمواصفات المهنية والاتصالية والإعلامية التي يجب أن يتمتع بها المتحدث الرسمي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، مستخدمة صحيفة الاستقصاء للوصول إلى إجابات عن تساؤلات البحث وفروضه، وقد تمثلت عينة البحث في القائمين بالاتصال من الصحفيين العاملين بصحف: (عكاظ، والرياض، والوطن، والجزيرة، الحياة، ومكة) في مدينة الرياض، وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية آراء الصحفيين عن المتحدث الرسمي بالأجهزة الأمنية جاءت إيجابية، إلى جانب تأكيد نتائج الدراسة على تحري المتحدث الرسمي الدقة، والمصداقية في المعلومات التي يدلي بها، وتجاوبه مع الصحفيين ومع أسئلتهم.

فيما عُنيت دراسة (البقمي 2015م)⁽²⁰⁾ بمعرفة اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام السعودية نحو مصداقية المتحدث في المؤسسات الحكومية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني وذلك على عينة عددها (150) مفردة. وخلصت الدراسة إلى أن ثقة القائمين بالاتصال في المتحدث الرسمي تعتبر محدودة، وإلى ضرورة وجود صيغة وآلية للتعامل بين وسائل الإعلام والمتحدثين الرسميين، وثبتت بالدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين متغير العمر وطبيعة الاتجاه نحو المتحدث الرسمي وذلك لصالح الفئات الأكبر سناً، وعلاقة دالة بين متغير سنوات الخبرة وطبيعة الاتجاه نحو المتحدث الرسمي لصالح الفئات الأكبر سناً كذلك.

وتناولت دراسة (العوي 2014م)⁽²¹⁾ تجربة المتحدث الرسمي في السعودية، واستخدمت الدراسة منهج البحث النوعي من خلال إجراء عدد من المقابلات واللقاءات

مع مجموعة من الإعلاميين والمتحدثين في المملكة العربية السعودية، إضافة إلى مراجعة عدد من المقابلات الصحفية والاستطلاعات وأوراق العمل وورش العمل. وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج؛ من أهمها: أن الإعلاميين ينظرون إلى المتحدثين الرسميين بأنهم متحفزون جدا في تعاطيهم مع ما يواجه لهم من استفسارات، وغير مؤهلين للعمل في هذه الوظيفة.

وسعت دراسة (2014 lee & Kim & Wertz)⁽²²⁾ إلى التعرف على تأثير المركز الوظيفي للمتحدث الإعلامي الرسمي في اتصالات الأزمة، ولتحقيق هذا الهدف طبقت الدراسة على مجموعة مكونة من (171) طالبا من كلية الإعلام بجامعة "ساوث" بالولايات المتحدة الأمريكية. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن المتحدث الإعلامي الرسمي الذي يتولى منصباً في الجهة التي يمثلها - مدير عام مثلاً - يكون له تأثير أكبر من المتحدث الأقل منصباً في الحد من الاحتقان في أوقات الأزمات.

أما دراسة (2013 Jamila م)⁽²³⁾ الهادفة إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين مصداقية المتحدث الرسمي للمؤسسات الصحية ونية المرأة السوداء في البحث عن معلومات حول مرض سرطان الثدي، فقد اعتمد فيها على نموذج التنقية والتدقيق، وعممت الاستبانة على عينة قوامها (144) من النساء السود في مدينة أتلانتا. وخلصت الدراسة إلى ارتفاع مصداقية المتحدث الرسمي لدى النساء السود، ووجود علاقة ارتباطية بين مصداقية المتحدث والاستجابة للرسائل الصحية التي يقدمها.

واستهدفت دراسة (الفراج 2011 م)⁽²⁴⁾ التعرف على طبيعة العلاقة بين الأمن العام والصحافة السعودية، إلى جانب تقييم دور الناطق الرسمي في تزويد محرري الصحف بالمعلومات اللازمة، وقد استخدم الباحث منهج المسح الميداني على عينة من المحررين في (5) صحف سعودية، وعلى عينة من المسؤولين عن تحرير المواد الإخبارية الخاصة بالأمن قوامها (80) مفردة، بجانب إعداد استمارة استقصاء خاصة بالناطق الإعلامي في الأمن العام، وقد كشفت النتائج عن عدم رضا المحررين الصحفيين عن نوعية، وحجم، وتوقيت المعلومات التي يقدمها لهم المتحدث الرسمي.

وسعت دراسة (2011 Shed & Walsh & Taylor م)⁽²⁵⁾ إلى التعرف على أثر سمات المتحدثين الإعلاميين المشهورين في حملات التوعية الإعلامية على محاربة ظاهرة القمار بين الشباب، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد المنهج الاستباضي وطُبق على عينة تتكون من الشباب ومن المتحدثين الإعلاميين المشهورين بصفة عامة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج؛ من أبرزها: أن الإقناع من أهم خصائص المتحدثين الإعلاميين المشهورين؛

إذ تؤدي المعالجة السليمة للرسالة إلى تغييرات جذرية وواقعية لدى فئة الشباب المستهدف، كذلك توصلت الدراسة إلى أن التوافق بين الرسالة وسمات المتحدث الإعلامي يضيف مصداقية على الرسالة.

وتناولت دراسة (السعيد 2010م)⁽²⁶⁾ إعداد المتحدث الرسمي لإدارة اتصالات الأزمة، بالتركيز على أزمة انفلونزا الطيور في كل من: (وزارة الصحة، والهيئة العامة للطب البيطري، ووزارة التنمية المحلية، ووزارة البيئة)، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح ومنهج دراسة الحالة، باستخدام الاستبيان والمقابلة، وعكست نتائج الدراسة اتجاهًا سلبيًا نحو أداء المتحدث الرسمي؛ إذ لا يملك الصلاحيات للرد على التساؤلات، وظهوره كان محدودًا، ولا يتناسب مع تطورات الأزمة.

أما دراسة (Weisbuch & Mackie 2009م)⁽²⁷⁾ فهدفت إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على القدرة الإقناعية للمتحدث الإعلامي، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي بإجراء تجارب على (77) طالبة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج؛ من أهمها: أن هناك عوامل موقفية تؤثر على مستوى الإقناع لدى الجمهور المتلقي للرسالة؛ مثل: شهرة المتحدث، ووضوح الرسالة، واللباقة.

وقد سعت دراسة (Hansen & Cock 2003م)⁽²⁸⁾ إلى معرفة المعايير والخصائص التي يتم في ضوئها تقييم المتحدثين الإعلاميين المشهورين، وقامت الدراسة على افتراض أن المصداقية ليست المعيار الوحيد لتقييم المتحدثين الإعلاميين، وإنما يوجد عدد من الخصائص الأخرى، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وعلى عينة قوامها (78) طالبًا متخصصًا بالتسويق والإعلام، وذلك لتقييم (5) شخصيات مشهورة في الدنمارك. وقد توصلت الدراسة إلى أن معايير تقييم المتحدثين الإعلاميين تنحصر في عدة جوانب يأتي في مقدمتها المصداقية، ثم الثقة التي حصلت على أعلى التقديرات من عينة الدراسة.

أما دراسة (Barret & Scott 2004م)⁽²⁹⁾ فقيمت دور المتحدث الرسمي في المنظمات الصحية الكبرى في التعامل مع الأزمات، وتحديدًا مراكز مكافحة العدوى المسؤولة عن مواجهة مرض الجمره الخبيثة، وباستخدام أسلوب السمح حللت (503) قصة إخبارية متعلقة بالجمرة الخبيثة ظهرت في الصحف الأمريكية الكبرى، وبينت النتائج أن كثيرين ممن ينتمون لهذه المنظمات ويتحدثون باسمها فشلوا في مهمتهم، ونتج عن ذلك اجتزاء للرسائل الإعلامية المراد توصيلها للجمهور، مما أدى إلى تفاقم حدة المشكلة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعرض الدراسات السابقة لاحظت الباحثة ما يلي:

- تنوعت الدراسات السابقة في تناولها للمتحدث الرسمي؛ إذ ركّز بعضها على جانب المهارات الإقناعية لدى المتحدث، في حين ذهب بعض منها إلى مدى ثقة الجمهور بالأخبار والمعلومات الصادرة عن المتحدث الرسمي، هذا إلى جانب الدراسات التي ركّزت على المهارات الاتصالية المفترض توافرها في المتحدثين، أما الدراسات المحلية فكان غالبها يصب في العلاقة بين الإعلاميين والمتحدثين الرسميين.
- اعتمدت الدراسات التي تناولت المتحدث الرسمي على نموذج مصداقية المصدر، ونموذج التنقية والتدقيق، ونموذج الغزو المبني على الإدراك والشهرة والإقناع، ونظرية حارس البوابة، ونظرية المدخل التأثري، بينما اعتمدت الدراسة الحالية على نموذج شارب لممارسة العلاقات العامة.
- يلحظ اعتماد الدراسات على أداة الاستبيان في جمع البيانات، وكذلك تحليل المضمون، والمقابلات المتعمقة.

وقد أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في نواحٍ متعددة أهمها التحديد الدقيق لموضوع الدراسة ومشكلتها، وتحديد الأطر النظرية والمنهجية، وتفسير نتائج الدراسة الميدانية.

المدخل النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نموذج شارب "Sharpe" المعني بممارسة العلاقات العامة؛ ويستهدف النموذج تحقيق الانسجام والتفاهم بين المنظمة وجمهورها عن طريق ممارسات محددة تتمثل في: أمانة الاتصال لتحقيق المصداقية، ووضوح السلوكيات لتحقيق الثقة، والعدالة لتحقيق المصلحة المتبادلة، والاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجمهور، والتحليل المستمر للصورة الذهنية لتصحيح السلوك وبرامج الاتصال. ومما يؤكد أهمية هذا النموذج لتقييم أداء المتحدث الرسمي ما جاءت به الدراسات السابقة كدراسة (2021 Abu Akel & Spitz & West م)⁽³⁰⁾، ودراسة (السيد 2021 م)⁽³¹⁾، ودراسة (2020 José-Vicente, María-José, Miriam م)⁽³²⁾، ودراسة (الإسدودي 2018 م)⁽³³⁾، ودراسة (Shed & Walsh & Taylor 2011 م)⁽³⁴⁾، ودراسة (Hansen 2003 & Cock م)⁽³⁵⁾ وغيرها من الدراسات المؤكدة لأهمية قيم الثقة، والمصداقية،

والمصلحة المتبادلة، والرضا، والمهارات الاتصالية، وفيما يلي عرض للممارسات التي أكدها النموذج⁽³⁶⁾:

-أمانة الاتصال لتحقيق المصداقية:

تؤثر الأمانة والمصداقية إيجاباً أو سلباً على المنظمات؛ إما من خلال ولاء العاملين، أو ثقة المستهلكين الذين تعتمد المنظمة في وجودها على دعمهم، أو دعم الجماهير الأخرى الأساسية من المؤسسات التشريعية، والمجتمع المحلي، وغيرهم. ويعد تحقيق الأمانة في الاتصال عملية معقدة؛ إذ يشترك في هذه العملية أفراد عديدون، وترجع صعوبة هذه العملية أيضاً إلى أن استجابات الجماهير تتشكل بإدراكهم لمفهوم المصداقية في إطار السياق الاجتماعي، وقد يتغير هذا المفهوم في ظل ظروف اجتماعية جديدة أو معرفة جديدة، وهذا يتطلب من المنظمة الرصد المستمر للمتغيرات الاجتماعية وفهم الأفراد لهذه التغيرات، حتى يمكن للبرامج الاتصالية أن تعكس ذلك.

-وضوح السلوكيات واتساقها لتحقيق الثقة:

يفقد السياسيون والمديرون على حد سواء الثقة والمصداقية عندما تتناقض سلوكياتهم مع منطلقات برامجهم الاتصالية، أو عندما تكون الرسائل التي يقدمونها غير متسقة، وعندما لا تقتزن أفعال المنظمة وسلوكياتها بالشفافية والوضوح، فإنها تخلق شكوكاً لدى الجماهير، ويصعب إقناعهم بها، على ذلك يجب أن تتصف سلوكيات المنظمات وإدارات العلاقات العامة بالوضوح والاتساق، والتأكيد أن سلوكيات المنظمة هي انعكاس للأهداف المعلنة في البرامج الاتصالية.

-العدالة لتحقيق المصلحة المتبادلة:

تبدو عملية تحقيق العدالة في العلاقات بين المنظمة وجماهيرها مهمة بسيطة؛ في حين أنها تمثل تحدياً للمنظمات وإداراتها، وعلى وجه الخصوص إدارة العلاقات العامة ومهمتها الاتصالية. وتُعزى هذه الصعوبة إلى التباين في إدراك العلاقات العامة لما يمكن اعتباره عادلاً من وجهة نظر الجماهير ويحقق مصالحهم من جانب، وإدراكها لأداء المنظمة وبرامجها الاتصالية من جانب آخر، ولعل ذلك يتطلب إجراء بحوث علمية لتحديد وتحليل آراء الجماهير، ومصالحهم الذاتية، وتوقعاتهم لسلوكيات المنظمة، وتأثير هذه السلوكيات عليهم.

-الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير:

إذا كان الاتصال مهماً وحيوياً لتحقيق كل عناصر هذا النموذج والتعبير عن سلوكيات المنظمة، فإن له هدفاً آخر مرتبطاً ببناء علاقات مع الجماهير الإستراتيجية

للمنظمة، ولعل ذلك يتطلب من القائمين على برامج الاتصال تصميم رسائل تخاطب الحاجات الشخصية للأفراد، وإحدى هذه الحاجات هي أن يشعر الجمهور بأنه مهم للمنظمة.

- تحليل مستمر للصورة الذهنية لتصحيح السلوك وبرامج الاتصال:

يعد تحليل الصورة الذهنية عملية معقدة، ويتطلب بحثاً موضوعية ومستمرة؛ فقد يؤدي استماع الإدارة لرأي الجماهير بطريقة انتقائية - الاستماع إلى ما يرضي الشرعية على سلوكيات المنظمة - إلى استنتاجات وخراسات غير دقيقة عن الصورة الفعلية للمنظمة لدى الجماهير، ويساعد تحليل وتحديد الصورة الذهنية للمنظمة في عملية التغيير، ويساعد التحديد الدقيق لصورة المنظمة في تصحيح السلوكيات ومضامين البرامج الاتصالية بما يعدل من هذه الصورة.

نوع الدراسة ومنهجها:

باعتبار أن الدراسة تستهدف وصف تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة؛ فإن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف المواقف والظواهر والأحداث، وجمع الحقائق الدقيقة عنها، ومن ثم تحليلها تحليلاً شاملاً.

وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بشقه الميداني لرصد خصائص الظاهرة وسماتها، من خلال جمع البيانات والمعلومات عن تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في ظل جائحة كورونا، وتحليل عناصر الموقف، وأبعاده.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور السعودي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية من الجمهور السعودي في مدينة الرياض باعتبارها العاصمة، والأكثر من حيث التعداد السكاني، وقد بلغ عدد أفراد العينة (249) مفردة، وروعي في اختيار العينة تمثيل جميع أفراد الجمهور باعتبار الفئات العمرية والجنس والمؤهل العلمي، وغيرها من الخصائص الديمغرافية، وفيما يلي توضيح لخصائص أفراد الدراسة:

-العمر:

جدول (1) توزيع أفراد الدراسة حسب الفئات العمرية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
العمر	20 عاماً فأقل	11	4.4
	من 21 إلى 30 عاماً	45	18.1
	من 31 إلى 40 عاماً	45	18.1
	من 41 إلى 60 عاماً	135	54.2
	أكثر من 60 عاماً	13	5.2
	المجموع	249	100%

يوضح الجدول رقم (1) التنوع في المستويات العمرية لأفراد الدراسة، فحوالي (54%) منهم في الفئة العمرية (من 41 إلى 60 عاماً)، وهي الفئة الأكثر من أفراد الدراسة، بينما ينتمي حوالي (18%) منهم للفئتين العمريتين (من 21 إلى 30 عاماً) و(من 31 إلى 40 عاماً)، في حين أن (5.2%) من أفراد الدراسة ينتمون للفئة العمرية (أكثر من 60 عاماً)، وأخيراً نحو (5%) منهم ينتمون للفئة العمرية (20 عاماً فأقل) وهي الفئة الأقل من أفراد الدراسة.

- الجنس:

جدول (2) توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	105	42.2
	أنثى	144	57.8
	المجموع	249	100%

يتضح من الجدول رقم (2) أن هناك تقارباً في نسبي الذكور والإناث من الباحثين؛ فقد بلغت نسبة الإناث (58%)، فيما بلغت نسبة الذكور (42%).

- المؤهل العلمي:

جدول (3) توزيع أفراد الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	ثانوية فما دون	28	11.2
	دبلوم	11	4.4
	جامعي	139	55.8
	ماجستير	45	18.1
	دكتوراه	26	10.4
	المجموع	249	100%

في الجدول رقم (3) يتضح أن نصف أفراد عينة الدراسة يحملون مؤهلاً جامعيًا، فقد بلغت نسبتهم من بين المبحوثين (56%) وهي الفئة العمرية الغالبة من أفراد عينة الدراسة، كذلك يتضح من النتائج التي اشتمل عليها الجدول أعلاه أن نحو (18%) من أفراد العينة حاصلون على درجة الماجستير، في حين أن (11%) منهم قد حصلوا على مؤهل الثانوية العامة فما دون، فيما بلغت نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه (10%)، وأخيراً فإن (4%) من أفراد العينة حصلوا على درجة الدبلوم، وهي الفئة الأقل من بين فئات الدراسة.

- الحالة الاجتماعية:

جدول (4) توزيع أفراد الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
الحالة الاجتماعية	متزوج/ة	196	78.7
	أعزب/عزباء	44	17.7
	مطلق/ة	7	2.8
	أرمل/ة	2	8.
	المجموع	249	100%

يوضح الجدول (4) أن الفئة الأعلى من أفراد الدراسة كانت من المتزوجين؛ إذ بلغت نسبتهم قرابة (79%)، بينما جاءت بعدها بفارق كبير فئة (أعزب/عزباء) بنسبة (18%)، يليها فئة (أرمل/ة) بنسبة (8%)، وأخيراً فئة (مطلق/ة) بنسبة بلغت قرابة (3%).

- الحالة الوظيفية:

جدول (5) توزيع أفراد الدراسة حسب الحالة الوظيفية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
الحالة الوظيفية	موظف حكومي "مدني"	90	36.1
	موظف حكومي "عسكري"	5	2.0
	موظف في القطاع الخاص	35	14.1
	موظف في القطاع الخيري	7	2.8
	عاطل	38	15.3
	رجل أعمال	10	4.0
	متسبب*	3	1.2
	متقاعد	25	10.0
	طالب	36	14.5
	المجموع	249	100%

* المتسبب في المملكة العربية السعودية هو الشخص الذي يعمل عملاً حراً غير مرتبط بجهة محددة

يوضح الجدول (5) التنوع في طبيعة المهن التي يمارسها أفراد الدراسة؛ إذ أن (36%) منهم موظفون حكوميون "مدنيون"، وهي الفئة الغالبة من أفراد الدراسة، بينما بلغت نسبة العاطلين (15%)، في حين أن (14.5%) ما زالوا طلاباً، و(14.1%) منهم من موظفي القطاع الخاص، ونحو (10%) من أفراد العينة متقاعدین، وبلغت نسبة رجال الأعمال (4%)، و(3%) من العاملين في القطاع الخيري، ونسبة (2%) كانت من نصيب موظفي القطاع العسكري، وأخيراً لأصحاب مهنة متسبب وقد شكلوا (1%) من عينة الدراسة.

أداة الدراسة:

استخدمت الاستبانة لجمع البيانات من الباحثين، وذلك لمناسبتها لطبيعة الدراسة، وأهدافها، ومنهجها، والإجابة عن تساؤلاتها، إضافة لمناسبتها لحجم العينة، وقد جمعت البيانات إلكترونياً، مع مراعاة تمثيل جميع أفراد الجمهور باعتبار الفئات العمرية والجنس والمؤهل العلمي وغيرها من الخصائص الديمغرافية التي تستهدفها الدراسة، وقد استغرق جمع البيانات فترة تقارب الثلاثة أشهر (أبريل، ومايو، ويونيو) من عام 2021م.

وتكونت الاستبانة من قسمين؛ أحدهما خاص بالبيانات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل (العمر، والجنس، والمؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية، والحالة الوظيفية)، بينما يشمل القسم الآخر محاور الدراسة، وهي:

- 1- محور تقييم الجمهور لمصداقية المتحدث الرسمي، ويتكون من (8) عبارات.
- 2- محور مدى ثقة الجمهور بالبيانات والمعلومات والتقارير التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية، ويتكون من (13) عبارة.
- 3- محور تقييم الجمهور لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات، ويتكون من (5) عبارات.
- 4- محور مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على بناء العلاقات مع الجمهور، ويتكون من (5) عبارات.
- 5- محور مدى رضا الجمهور عن أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، ويتكون من (5) عبارات.

ويقابل كل عبارة من عبارات هذه المحاور قائمة تحمل العبارات التالية: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة). وقد أعطيت كل عبارة من العبارات السابقة درجات لتعالج إحصائياً على النحو الآتي: موافق بشدة = (5) درجات،

موافق = (4) درجات، محايد = (3) درجات، غير موافق = درجتان، غير موافق بشدة = درجة واحدة.

صدق أداة الدراسة:

يهدف قياس صدق أداة الدراسة إلى التأكد من مدى مناسبتها لقياس ما أُعدت لقياسه، وقد تم التحقق من صدق أداة الدراسة الحالية باستخدام كل من:

الصدق الظاهري للأداة:

عُرِضت الاستبانة بصورتها الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة، من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية والمصرية لتجويد الاستبانة بالحكم على وضوح عباراتها، ووضوح صياغتها، ومدى مناسبتها لمجالات الاستبانة، وطلب منهم أي تعديل أو حذف أو إضافة يرون مناسبتها، وقد أُخذ بمجمل آراء المحكمين، ومن ثم إجراء تعديلاتهم.

الاتساق الداخلي للأداة:

تأكدت الباحثة من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة بحساب معامل الارتباط بيرسون للتعرف على مدى ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

جدول (6) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محور

"تقييم الجمهور لمصادقية المتحدث الرسمي" والدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.460	5	**0.408	1
**0.540	6	**0.561	2
**0.559	7	**0.592	3
**0.372	8	**0.437	4

** دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

جدول (7) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محور "مدى ثقة الجمهور بالبيانات والمعلومات والتقارير التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية" والدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	**0.776	8	**0.652
2	**0.796	9	**0.724
3	**0.791	10	**0.767
4	**0.626	11	**0.381
5	**0.690	12	**0.549
6	**0.801	13	**0.778
7	**0.794		

** دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

جدول (8) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محور "مستوى تقييم الجمهور لعذالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات" والدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	**0.823	4	**0.824
2	**0.894	5	**0.780
3	**0.846		

** دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

جدول (9) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محور "مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على بناء العلاقات مع الجمهور" والدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	**0.680	4	**0.825
2	**0.849	5	**0.589
3	**0.773		

** دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

جدول (10) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محور "مدى رضا الجمهور على أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة" والدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	**0.821	4	**0.776
2	**0.799	5	**0.429
3	**0.744		

** دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

يتضح من الجداول (6) و(7) و(8) و(9) و(10) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة الفقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه هي قيم عالية، وجميعها موجبة، ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يعني وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي بما يعكس درجة عالية من الصدق ل فقرات الاستبانة أو مؤشراتنا.

ثبات أداة الدراسة:

استخدمت معادلة ألفا كرونباخ لحساب ثبات الأداة، ومن خلال النتائج الموضحة بجدول (11) يتضح أن معامل الثبات لأبعاد الدراسة ومحاورها مرتفع، ويتراوح ما بين (0.760-0.897)، وقد بلغت قيمة معامل الثبات العام (0.886)، وهي قيمة ثبات مرتفعة توضح صلاحية أداة الدراسة للتطبيق الميداني.

جدول (11) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

معامل الثبات	عدد الفقرات	المحاور
0.760	8	تقييم الجمهور لمصادقية المتحدث الرسمي
0.897	13	مدى ثقة الجمهور بالبيانات والمعلومات والتقارير التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية
0.881	5	مستوى تقييم الجمهور لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات
0.772	5	مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على بناء العلاقات مع الجمهور
0.775	5	مدى رضا الجمهور على أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة
0.886	36	الثبات الكلي للاستبانة

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي جمعت من خلال أداة الدراسة في الجانب الميداني، استخدمت أساليب المعالجة الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- 2- المتوسط الحسابي "Mean": وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

- 3- الانحراف المعياري "Standard Deviation": للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.
- 4- معامل الارتباط بيرسون "person Correlation": لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتمي إليه كل عبارة من عباراتها.
- 5- معامل ألفا كرونباخ "Cronch'lpn": لاختبار مدى ثبات أداة الدراسة.

عرض نتائج الدراسة الميدانية:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة، حسب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتب لاستجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محاور الدراسة، وفيما يلي استعراض للنتائج:

• أولاً: تقييم الجمهور لمصداقية المتحدث الرسمي:

جدول (12) استجابات أفراد الدراسة على محور "تقييم الجمهور لمصداقية المتحدث الرسمي"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
يستمتع المتحدث لأسئلة الإعلاميين ويتجاوب معها	4.32	0.96	1	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي هي المصدر الأساسي لي حول الأزمة	4.27	1.07	2	موافق بشدة
قوة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تجعلني أذاع عن الوزارة لدى المعارضين	4.18	1.18	3	موافق
المتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتبنى وجهة النظر التي تعكس السياسة العامة للتعامل مع الأزمة	3.84	1.45	4	موافق
يتجاوب المتحدث الرسمي مع أسئلة الإعلاميين التي لا تتعارض مع وجهة نظره	3.04	1.50	5	محايد
أبحث عن المعلومات التي تتعارض مع المتحدث الرسمي لأنها تحمل ما يخفيه عنا	1.97	1.32	6	غير موافق
لا أعتقد أن المتحدث الرسمي لوزارة الصحة موضوعي فيما يقدمه من معلومات	1.92	1.29	7	غير موافق
يتعمد المتحدث الرسمي المبالغة والتحويل للتأثير على الرأي العام	1.85	1.24	8	غير موافق

بمراجعة الجدول (12) يتضح أن عبارة "يستمتع المتحدث لأسئلة الإعلاميين ويتجاوب معها" حازت أعلى الرتب وبدرجة "موافق بشدة"، يليها بالدرجة ذاتها من الموافقة عبارة "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي هي المصدر الأساسي لي حول الأزمة"، بينما جاءت عبارتا "قوة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تجعلني أذاع عن الوزارة لدى المعارضين" و"المتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتبنى وجهة النظر التي تعكس السياسة العامة للتعامل مع الأزمة" في المرتبتين الثالثة والرابعة توالياً وبدرجة موافق، أما عبارة "يتجاوب المتحدث الرسمي مع أسئلة الإعلاميين التي لا تتعارض مع وجهة نظره" فجاءت في المرتبة الخامسة وبدرجة محايد، بينما اتفق كل من "أبحث عن المعلومات التي تتعارض مع المتحدث الرسمي لأنها تحمل ما يخفيه عنا"، و"لا أعتقد أن المتحدث الرسمي لوزارة الصحة موضوعي فيما يقدمه من معلومات"، و"يتعمد المتحدث الرسمي المبالغة والتهويل للتأثير على الرأي العام" توالياً على درجة "غير موافق بشدة".

وتكشف الدراسة من خلال إجابات المبحوثين أعلاه عن ارتفاع مستوى مصداقية المتحدث الرسمي لوزارة الصحة لدى الجمهور السعودي؛ إذ أن أغلب المؤشرات التي تضمنها المقياس قد دلت على اتجاهات إيجابية لدى الجمهور نحو المتحدث الرسمي، فعلى سبيل المثال؛ لا يكتفي الجمهور - حسب نتائج الدراسة - باعتبار المتحدث الرسمي مصدراً رئيساً لمعلوماته؛ بل إن قوة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي أدت إلى الدفاع عن الوزارة لدى المعارضين. وهذه النتيجة الخاصة بالمصداقية تتفق مع ما جاءت به نتائج دراسة (السيد 2021م)⁽³⁶⁾ إذ أشارت نتائجها إلى ارتفاع مصداقية الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث في وسائل الإعلام عن الأزمة لدى النخبة المصرية، وتتقارب كذلك مع نتائج دراسة (العنزي 2020م)⁽³⁷⁾ من أن القائم بالاتصال كان حريصاً على التعامل بمصداقية مع الجمهور وتزويده بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية.

• ثانياً: مدى ثقة الجمهور بالبيانات والمعلومات والتقارير التي يقدمها

المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية:

جدول (13) استجابات أفراد الدراسة على محور "مدى ثقة الجمهور بالبيانات والمعلومات والتقارير

التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
يحفز المتحدث الرسمي الآخرين نحو الالتزام بالإجراءات والتدابير الاحترازية	4.78	0.56	1	موافق بشدة
يعرض المتحدث الرسمي الأخبار والمعلومات بلغة واضحة وسليمة	4.61	0.68	2	موافق بشدة
المتحدث الرسمي يمتلك القدرة على إدارة الحوار	4.60	0.67	3	موافق بشدة
المتحدث الرسمي يواكب المستجدات التي تحدث لجائحة كورونا	4.60	0.75	4	موافق بشدة
يملك المتحدث الرسمي معلومات وافية عن جائحة كورونا	4.57	0.81	5	موافق بشدة
المتحدث قادر على ضبط انفعالاته في المواقف المحرجة وعند تلقيه أسئلة مستفزة أو غير منطقية	4.55	0.75	6	موافق بشدة
أرى أن التأهيل العلمي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتناسب مع المهام المنوطة به	4.45	0.89	7	موافق بشدة
أثق في الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة	4.38	0.96	8	موافق بشدة
تتسم تصريحات المتحدث الرسمي بالوضوح	4.37	0.89	9	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تتسم بالدقة	4.28	0.98	10	موافق بشدة
يفند المتحدث الرسمي الشائعات	4.22	1.08	11	موافق بشدة
المتحدث الرسمي يوظف لغة الجسد بشكل جيد	4.02	1.02	12	موافق
يستخدم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الاستمالات العاطفية لإقناع الجماهير بالرسائل التي يقدمها	3.71	1.30	13	موافق

يتبين من الجدول (13) أن غالب عبارات المحور حازت على درجة "موافق بشدة" ما خلا عبارتين جاءتا بدرجة "موافق" وحازتا المرتبتين الأخيرتين. ويمكن ترتيب العبارات حسب متوسطها المعياري كالتالي: "يحفز المتحدث الرسمي الآخرين نحو الالتزام بالإجراءات والتدابير الاحترازية"، ثم "يعرض المتحدث الرسمي الأخبار والمعلومات بلغة واضحة وسليمة"، يليها "المتحدث الرسمي يمتلك القدرة على إدارة الحوار"، ثم "المتحدث

الرسمي يواكب المستجدات التي تحدث لجائحة كورونا"، يليها "يمتلك المتحدث الرسمي معلومات وافية عن جائحة كورونا"، ثم "المتحدث قادر على ضبط انفعالاته في المواقف المحرجة وعند تلقيه أسئلة مستفزة أو غير منطقية"، يأتي بعدها "أرى أن التأهيل العلمي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتناسب مع المهام المنوطة به"، ثم "أثق في الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة"، يليها "تتسم تصريحات المتحدث الرسمي بالوضوح"، ثم "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تتسم بالدقة"، ثم "يفند المتحدث الرسمي الشائعات"، وأخيراً عبارتا "المتحدث الرسمي يوظف لغة الجسد بشكل جيد"، و"يستخدم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الاستمالات العاطفية لإقناع الجماهير بالرسائل التي يقدمها" تباعاً.

ويتضح من إجابات المبحوثين أعلاه أن الجمهور السعودي عينة الدراسة يثق بمستوى عالٍ في المتحدث الرسمي لوزارة الصحة؛ سواء أكانت الثقة بجودة المعلومات "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تتسم بالدقة"، أو السمات الشخصية للمتحدث "المتحدث قادر على ضبط انفعالاته في المواقف المحرجة وعند تلقيه أسئلة مستفزة أو غير منطقية"، أو المهارات المهنية التي يملكها "يستخدم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الاستمالات العاطفية لإقناع الجماهير بالرسائل التي يقدمها". وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الجريوي 2019م)⁽³⁸⁾ التي أسفرت عن الثقة بالمهارات المهنية للمتحدث الرسمي، فقد أشارت النتائج إلى أن لديه دائماً سرعة في التجاوب مع وسائل الإعلام والجمهور بمتوسط (4.19)، غير أن النتائج هنا تتعارض مع دراسة (البقمي 2015م)⁽³⁹⁾ التي خلصت إلى أن ثقة القائمين بالاتصال في المتحدث الرسمي تعتبر محدودة.

- ثالثاً: مستوى تقييم الجمهور لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات التي يظهرها لتحقيق المصلحة المتبادلة بين الجمهور والوزارة:

جدول (14) استجابات أفراد الدراسة على محور "مستوى تقييم الجمهور لعدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في عرض المعلومات والبيانات"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تعزز القيم الوطنية	4.58	0.78	1	موافق بشدة
يلتزم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة بجميع الإجراءات والقوانين والنظم المحلية والعالمية ويقدم أحاديثه وتصريحاته بالتوافق معها	4.53	0.76	2	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تعزز القيم الاجتماعية	4.45	0.88	3	موافق بشدة
المتحدث قادر على الحد من قلق الجمهور واحتوائه	4.39	0.90	4	موافق بشدة
يتميز المتحدث الرسمي بالحياد	3.98	1.11	5	موافق

التأمل في الجدول (14) يكشف أن استجابات الجمهور على هذا المحور تركزت في درجة الموافقة الشديدة باستثناء عبارة "يتميز المتحدث الرسمي بالحياد" التي حازت على درجة "موافق" وحلت في آخر الرتب بناء على متوسطها الحسابي. وقد تصدرت عبارات المحور جملة "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تعزز القيم الوطنية"، يليها "يلتزم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة بكافة الإجراءات والقوانين والنظم المحلية والعالمية ويقدم أحاديثه وتصريحاته بالتوافق معها"، ثم "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تعزز القيم الاجتماعية"، ثم "المتحدث قادر على الحد من قلق الجمهور واحتوائه". وبمراجعة النتائج في هذا المحور يتضح بجلاء الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور عينة الدراسة نحو عدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية فيما يعرض من معلومات وبيانات لتحقيق المصلحة المتبادلة بين الجمهور والوزارة، وهو ما دلَّ عليه اتجاه مؤشر القيم الوطنية والاجتماعية، والالتزام بالنظم المحلية والعالمية، وحياد المتحدث الرسمي فيما يقدمه من معلومات. وهذا يتفق مع دراسة (الجريوي 2019م)⁽⁴⁰⁾ التي أكدت قدرة المتحدثين الرسميين على إيجاد الحلول لأي خلاف يقع بين المنشأة ووسائل

الإعلام بمتوسط (4.55)، وكذلك دراسة (العمرى 2018م)⁽⁴¹⁾ الدالة نتائجها على دور المتحدث الرسمي في تعزيز قيم الانتماء والولاء الوطني والقومي للمجتمع.

• رابعا: مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على إشباع الحاجات الاتصالية للجمهور ومنحها ما تستحقه من أهمية:

جدول (15) استجابات أفراد الدراسة على محور

"مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على بناء العلاقات مع الجمهور"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
خلال فترة جائحة كورونا أصبح المتحدث الرسمي مصدراً مهماً للمعلومات	4.69	0.76	1	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تفسر الواقع وتشرحه	4.33	0.90	2	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تلبى رغبات الجمهور وتشبع احتياجاته	4.33	0.87	3	موافق بشدة
المتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتحدث بأسلوب يغلب عليه الترتيب المنطقي للأفكار	4.33	0.94	4	موافق بشدة
المعلومات التي يقدمها المتحدث تتسم بالسطحية وتفتقد العمق وتفسير الأحداث	1.94	1.28	5	غير موافق

يتضح من الجدول (15) أن كل عبارات المحور اتفقت على درجة "موافق بشدة" باستثناء عبارة "المعلومات التي يقدمها المتحدث تتسم بالسطحية وتفتقد العمق وتفسير الأحداث" التي نالت عدم الموافقة وحلّت في آخر رتب المتوسطات الحسابية. وقد تصدرت العبارات عبارة "خلال فترة جائحة كورونا أصبح المتحدث الرسمي مصدراً مهماً للمعلومات"، ثم "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تفسر الواقع وتشرحه"، يليها "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تلبى رغبات الجمهور وتشبع احتياجاته"، يتبعها "المتحدث الرسمي لوزارة الصحة يتحدث بأسلوب يغلب عليه الترتيب المنطقي للأفكار".

تعكس النتائج أعلاه مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على إشباع الحاجات الاتصالية للجمهور عينة الدراسة ومنحها ما تستحقه من أهمية؛ فالاتجاهات الإيجابية ظاهرة في الموافقة الشديدة لعبارات المحور؛ مثل: كونه مصدراً للمعلومات، وتفسيره للواقع، وتلبية لرغبات الجمهور وإشباع احتياجاته، وغيرها من العبارات الواردة

لقياس استجابات الجمهور عينة الدراسة للمحور. وهذه النتيجة تتقارب مع ما أشارت له دراسة (السيد 2021م)⁽⁴²⁾ من ارتفاع الاتجاهات الإيجابية لدى جميع الباحثين نحو الدور الإخباري للمتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا. وكذلك نتائج دراسة (José-Miriam, Vicente, María-José, Miriam) (2020)⁽⁴³⁾ التي أشارت إلى فاعلية إستراتيجية الحكومة المتمثلة بظهور المتحدثين الرسميين على التلفزيون العام والمجاني بشكل يمكن وصفه بالجيد، ودراسة (العمرى 2018م)⁽⁴⁴⁾ التي أكدت أن المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع يعطي معلومات ذات شفافية تلبى احتياجات المستفيدين منها.

• خامساً: مدى رضا الجمهور على أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

جدول (16) استجابات أفراد الدراسة على محور "مدى رضا الجمهور على أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة"

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
أشعر بالاحترام تجاه المتحدث الرسمي لوزارة الصحة	4.66	0.68	1	موافق بشدة
المتحدث الرسمي لوزارة الصحة كان الأكثر تميزاً بين المتحدثين الرسميين للجهات الأخرى خلال فترة جائحة كورونا	4.59	0.78	2	موافق بشدة
أشعر بالرضا عن أداء المتحدث الرسمي	4.51	0.85	3	موافق بشدة
أنصح زملائي بمتابعة المعلومات والأخبار التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة	4.46	0.89	4	موافق بشدة
عدم تخصص المتحدث الرسمي في الإعلام أفقده الكثير من المهارات التي تجعله متمكناً من مهنته	2.13	1.31	5	غير موافق

تتقارب نتائج هذا المحور مع المحور السابق في اتفاق استجابات الجمهور على درجة الموافقة الشديدة في أربع عبارات؛ وهذه العبارات هي: "أشعر بالاحترام تجاه المتحدث الرسمي لوزارة الصحة"، ثم "المتحدث الرسمي لوزارة الصحة كان الأكثر تميزاً بين المتحدثين الرسميين للجهات الأخرى خلال فترة جائحة كورونا"، يليها "أشعر بالرضا عن أداء المتحدث الرسمي"، ثم "أنصح زملائي بمتابعة المعلومات والأخبار التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة". أما عبارة "عدم تخصص المتحدث الرسمي في الإعلام

أفقدته الكثير من المهارات التي تجعله متمكناً من مهنته" فكانت على درجة "غير موافق" وفي الترتيب الأخير حسب رتب المتوسطات الحسابية لعبارات المحور. وتتفق نتائج هذا المحور مع ما سبقها من المحاور؛ إذ تظهر بوضوح الاتجاهات الإيجابية الدالة على رضا الجمهور عينة الدراسة عن أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، وهذا الرضا يشير له مدى احترام عينة الدراسة للمتحدث الرسمي، وكونه الأكثر تمييزاً بين المتحدثين من وجهة نظرهم، ورضاهم عن المهارات التي يملكها المتحدث بالرغم من عدم تخصصه في الإعلام، وغيرها من عبارات المحور. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (2021 Abu Akeel & Spitz & West م⁽⁴⁵⁾) التي جاءت أبرز نتائجها مؤكدة المشاعر الإيجابية لدى عينة الدراسة تجاه المتحدثين الرسميين عموماً، وكذلك تتفق مع دراسة (السيد 2021 م⁽⁴⁶⁾) التي أشارت إلى ارتفاع مستوى الرضا عن دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمة، غير أن النتائج تتعارض مع نتائج دراسة (الفراج 2011 م⁽⁴⁷⁾) التي كشفت عن عدم رضا المحررين الصحفيين عن نوعية وحجم وتوقيت المعلومات التي يقدمها لهم المتحدث الرسمي.

ملخص نتائج الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن تقييم الجمهور السعودي لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية في ظل جائحة كورونا، معتمدة على "نموذج شارب" في ممارسة العلاقات العامة، المرتكز على خمس قيم، هي: المصداقية، والثقة، والعدالة، والإشباع، والرضا". وقد استعانت الباحثة بالمنهج المسحي الميداني للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وبالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (249) مفردة من الجمهور السعودي في مدينة الرياض. وبناء على ما عرض ونوقش سابقاً؛ يمكن تلخيص النتائج فيما يلي:

- 1- خلصت الدراسة بمحاورها الخمسة (المصداقية، والثقة، والعدالة، والإشباع، والرضا) إلى أن تقييم الجمهور السعودي عينة الدراسة لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في ظل جائحة كورونا (كوفيد19) هو تقييم إيجابي بالمجمل؛ إذ كانت متوسطات المحاور تشير للاتجاهات الإيجابية لدى عينة الدراسة تجاه المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية.
- 2- كشفت الدراسة عن ارتفاع مستوى مصداقية المتحدث الرسمي لوزارة الصحة لدى الجمهور السعودي؛ إذ أن أغلب المؤشرات التي تضمنها المقياس

قد دلت على اتجاهات إيجابية لدى الجمهور نحو المتحدث الرسمي، فعلى سبيل المثال؛ لا يكتفي الجمهور - حسب نتائج الدراسة - باعتبار المتحدث الرسمي مصدراً رئيساً لمعلوماته، بل إن قوة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي أدت إلى الدفاع عن الوزارة لدى المعارضين، وهذا مؤشر دال على مدى مصداقية المتحدث لدى عينة الدراسة.

3- أكدت نتائج المحور الثاني أن الجمهور السعودي عينة الدراسة يثق بمستوى عالٍ في المتحدث الرسمي لوزارة الصحة؛ سواء أكانت الثقة بجودة المعلومات "المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي تتسم بالدقة"، أو السمات الشخصية للمتحدث "المتحدث قادر على ضبط انفعالاته في المواقف المحرجة وعند تلقيه أسئلة مستفزة أو غير منطقية"، أو المهارات المهنية التي يملكها "يستخدم المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الاستمالات العاطفية لإقناع الجماهير بالرسائل التي يقدمها".

4- أشارت نتائج الدراسة إلى الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور عينة الدراسة نحو عدالة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية فيما يعرض من معلومات وبيانات لتحقيق المصلحة المتبادلة بين الجمهور والوزارة، وهو ما دلّ عليه اتجاه مؤشر القيم الوطنية والاجتماعية، والالتزام بالنظم المحلية والعالمية، وحياد المتحدث الرسمي فيما يقدمه من معلومات.

5- أثبتت نتائج الدراسة مدى قدرة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على إشباع الحاجات الاتصالية للجمهور عينة الدراسة ومنحها ما تستحقه من أهمية، فالاتجاهات الإيجابية ظاهرة في الموافقة الشديدة لعبارات المحور؛ مثل: كونه مصدراً للمعلومات، وتفسيره للواقع، وتلبية لرغبات الجمهور وإشباع احتياجاته، وغيرها من العبارات الواردة لقياس استجابات الجمهور عينة الدراسة للمحور.

6- أظهرت نتائج المحور الخامس الاتجاهات الإيجابية الدالة على رضا الجمهور عينة الدراسة عن أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، وهذا الرضا يشير له مدى احترام عينة الدراسة للمتحدث الرسمي، وكونه الأكثر تمييزاً بين المتحدثين من وجهة نظرهم، ورضاهم عن المهارات التي يملكها المتحدث بالرغم من عدم تخصصه في الإعلام، وغيرها من عبارات المحور.

- وفي ضوء ما نُوصِل إليه من نتائج؛ توصى الدراسة بما يلي:
- 1- تؤكد نتائج الدراسة الأهمية العالية لوظيفة المتحدث الرسمي؛ الأمر الذي يحتم أهمية العناية باختياره، وتأهيله وتدريبه.
 - 2- وفقاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة التي كشفت عن إيجابية تقييم الجمهور لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة؛ فإن الباحثة توصي بأهمية إجراء مزيد من الدراسات والبحوث التي من شأنها الكشف عن العلاقة بين تخصصه في الإعلام وتمكنه من القيام بمهامه، وكذلك عن طبيعة السمات والمهارات التي يتمتع بها ومن شأنها تميزه في أداء عمله، إضافة إلى علاقة تخصصه العلمي بطبيعة وتخصص نشاط المنظمة التي ينتمي إليها.
 - 3- توصي الباحثة الوزارات والجهات الحكومية بالاهتمام بتأهيل المتحدثين الرسميين من خلال الدورات التدريبية المتخصصة بالإقناع، والحوار، ولغة الجسد، والتأثير على الآخر، إلى جانب الدورات المعنية بإستراتيجيات إدارة الأزمة.
 - 4- بناء على ما كشفت عنه الدراسة من دور مهم للقيم التي اشتملت عليها الدراسة في منح المتحدث الرسمي القدرة على التأثير في تشكيل الرأي العام واحتواء الجماهير؛ فإن الباحثة توصي الوزارات والمنظمات المختلفة بوضع خارطة طريق منبثقة من تلك القيم لعمل المتحدثين الرسميين وحثهم على الالتزام بها.
 - 5- توصي الباحثة بإجراء مزيد من الدراسات المماثلة التي تستهدف تقييم الجمهور لأداء المتحدثين الرسميين لوزارات وجهات أخرى - كالتعليم على سبيل المثال - والكشف عن مستوى أدائهم في ظل جائحة كورونا.
 - 6- لتعميم الفائدة والاستفادة من التجربة فإن الباحثة تدعو المتحدث الرسمي لوزارة الصحة لتدوين تجربته والتحديات التي واجهها خصوصاً في الأيام الأولى للجائحة، فتدوين مثل تلك التجارب سيسهم في إثراء التخصص كما أنه سيسهل رافداً مهما لطلاب الإعلام وغيرهم.

المراجع

- 1- نهلة العنزي (2020م): العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية: دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، مج 3، عدد 38، ص473.
- 2- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). Official spokespersons and audiovisual strategy in the Covid-19 crisis in Spain. *Profesional de la información*, v. 29, n.5, P3.
- 3- Túñez, Miguel (2012). *La gestión de comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social. ISBN: 978 84 92860 94, P185.
- 4- Ahmad Abu-Akel, Andreas Spitz, Robert West (2021). Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic, *Frontiers in Psychology*, January 2021 | Volume 11, P1.
- 5- نهلة العنزي (2020م)، مرجع سابق، ص473.
- 6- شارح البقمي (2015م)، اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين في مدينة جدة، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، عدد (13)، ص4.
- 7- شارح البقمي (2015م)، مرجع سابق، ص4.
- 8- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), The effect of spokesperson attribution on public health message sharing during the COVID-19 pandemic, *PLoS ONE*, 16(2).
- 9- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic, *Health Psychology*, the journal *Frontiers in Psychology*, V.11.
- 10- مروى السعيد السيد (2021م): اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، مج 56، عدد 3، ص1206.
- 11- نهلة العنزي (2020م)، مرجع سابق، ص462.
- 12- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). *Op, Cit*
- 13- Sultan Sultan, Muhammad Rapi (2020), Positive Discourse Analysis of the Indonesian Government Spokesperson's Discursive Strategies during the Covid-19 Pandemic, *GEMA Online Journal of Language Studies*, Volume 20(4).
- 14- ماجد الجريوي (2019م)، إستراتيجيات التعامل مع وسائل الإعلام لدى المتحدثين الإعلاميين في الوزارات السعودية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد (22)، ص251.
- 15- سعيد العمري (2018م)، دور المتحدث الرسمي لعاصفة الحزم بوزارة الدفاع في مواجهة الشائعات، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، (الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).
- 16- نهى الإسوددي (2018م)، دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية، (القاهرة، *المجلة العربية لبحوث الإعلام*)، عدد خاص، ص57.

- 17- مجدي الداغر (2017م)، دور المتحدث الرسمي في تشكيل الرسالة الإعلامية للجمهور في أوقات الأزمات والكوارث في المملكة العربية السعودية بالتطبيق على سيول مدينة الرياض ومنطقة عسير، (الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية).
- 18- فيصل العنزي (2016م)، مصادقية المتحدث الإعلامي الرسمي في الجهات الحكومية لدى الشباب السعودي الجامعي دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الرياض، جامعة الملك سعود).
- 19- فيصل الدلبحي(2016)، اتجاهات الصحفيين نحو أداء المتحدث الرسمي بالأجهزة الأمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية).
- 20- شارح البقمي (2015م)، مرجع سابق، ص11.
- 21- عبداللطيف العوفي(2019م)، المتحدث الرسمي بين المسؤول والسائل، (الرياض، دار عبدالله المقحم) ص259-283.
- 22- Lee J. Kim S. and Wertz (2014), How Spokesperson Rank and Selected Media Channels Impact Perceptions in Crisis Communication. *Public Relations Journal* ، 8(2).
- 23- Jamila Howard Jones (2013), Comparison of celebrity and Expert Spokespersons' influence on Black women's response to a breast cancer public service announcement", PHD, College of Health Sciences ,Walden University.
- 24- فهد الفراج(2011م)، العلاقة بين الأمن العام والصحافة: دراسة مسحية عن المتحدث الرسمي في الأمن العام والمحرم الأمني في الصحافة السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الرياض، جامعة الملك سعود).
- 25- Shead ،W. ،Walsh ،K. ،Taylor ،A. (2011). Youth gambling prevention: can public service announcements featuring celebrity spokespersons be effective. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 9, Pp 165-179.
- 26- السيد السعيد(2010م)، الدور الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاساته على الصورة الذهنية لممارسيها لدى منسوبي وسائل الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة، جامعة عين شمس).
- 27- Weisbuch ،M. & Mackie ،D. (2009). False fame ،perceptual clarity ،or persuasion? Flexible fluency attribution in spokesperson familiarity effects. *Journal of Consumer Psychology*, 19, Pp62-72.
- 28- Hansen ،F. & kock ،C. (2003). Evaluation of Public Spokespersons. *Journal of the Nordic information centre for media and communication research* 10, Apr 2003, Pp 27-23.
- 29- Barrett, M. Scott, et al (2004), The Role of Spokesperson in Ambiguous and Complex Crises: The CDC and Anthrax. Speaker & Gavel, Vol41.
- 30- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), Op, Cit.
- 31- مروى السعيد السيد (2021م)، مرجع سابق.
- 32- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020), Op, Cit.
- 33- نهى الإسودوي (2018م)، مرجع سابق.
- 34- Shead ،W. ،Walsh ،K. ،Taylor ،A. (2011). Op, Cit.
- 35- Hansen ،F. & kock ،C. (2003). Op, Cit.

- 36- راسم الجمال، و خيرت عياد (2017م)، إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، (القاهرة، الدارة المصرية اللبنانية)، ط5، ص (57-59).
- 37- مروى السعيد السيد (2021م)، مرجع سابق.
- 38- نهلة العنزي (2020م)، مرجع سابق.
- 39- ماجد الجريوي (2019م)، مرجع سابق.
- 40- شارح البقمي (2015م)، مرجع سابق.
- 41- ماجد الجريوي (2019م)، مرجع سابق.
- 42- سعيد العمري (2018م)، مرجع سابق.
- 43- مروى السعيد السيد (2021م)، مرجع سابق.
- 44- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020), Op, Cit.
- 45- سعيد العمري (2018م)، مرجع سابق.
- 46- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), Op, Cit.
- 47- مروى السعيد السيد (2021م)، مرجع سابق.
- 48- فهد الفراج (2011م)، مرجع سابق.

أسماء المحكمين:

- 1- أ.د. حسن نيازي الصيفي، أستاذ العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- 2- د. عبد الراضي حمدي البلبوشي، أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- 3- د. عبدالرحمن بن عبد الله العبد القادر، أستاذ العلاقات العامة المساعد، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- 4- د. محمود عاطف شهاب الدين، مدرس العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

References

- 1- Aleinzi, N. (2020). alealaqat aleamat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii wa'iidarat al'azmat alsihiyati: dirasatan tahliliatan li'iidarat 'azmat fayrus kufid 19 eabr safhat wizarat alsihat fi fisbuk, majalat Lark lilfalsafat wallisaniaat waleulum alaijtimaeiati, 38(3), 473.
- 2- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). Official spokespersons and audiovisual strategy in the Covid-19 crisis in Spain. *Profesional de la información*, v. 29, n.5, P3.
- 3- Túñez, Miguel (2012). *La gestión de comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social. ISBN: 978 84 92860 94, P185.
- 4- Ahmad Abu-Akel, Andreas Spitz, Robert West (2021). Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic, *Frontiers in Psychology*, January 2021 | Volume 11, P1.
- 5- Albaqmi, S. (2015mi), aitjahat al'ielamiyn nahw misdaqiat almutahadith alrasmii: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min al'ielamiyn fi madinat jidat, almajalat alarabiat lil'ielam walaitisali, (13), 4.
- 6- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), The effect of spokesperson attribution on public health message sharing during the COVID-19 pandemic, *PLoS ONE*, 16(2).
- 7- Abu-Akel A, Spitz A, West R (2021), Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic, *Health Psychology*, the journal *Frontiers in Psychology*, V.11.
- 8- Alisayid, M. (2021): aitjahat alnukhbat nahw dawr almutahadith alrasmii liwizarat alsihat walsukaan fi 'iidarat 'azmat kuruna: dirasat maydaniatun, majalat albuqhuth al'ielamiati, 3, 1206.
- 9- García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). *Op, Cit*
- 10- Sultan Sultan, Muhammad Rapi (2020), Positive Discourse Analysis of the Indonesian Government Spokesperson's Discursive Strategies during the Covid-19 Pandemic, *GEMA Online Journal of Language Studies*, Volume 20(4).
- 11- Aljiriwi, M. (2019), 'iistratijiaat altaeamul mae wasayil al'ielam ladaa almutahadithin al'ielamiyn fi alwizarat alsaediati, almajalat alarabiat lil'ielam walaitisali, (22), 251.
- 12- Aleamari, S. (2018), dawr almutahadith alrasmii lieasifat alhazm biwizarat aldifae fi muajahat alshaayieati, risalatan muqadimatan astkmalan limutatalabat alhusul ealaa darajat almajistir fi al'ielami, (Alriyad, jamieat Nayif alarabiat lileulum al'amniati).

- 13- Al'iisdudi, N. (2018), dawr almutahadith alrasmii fi 'iidarat al'azmati: dirasat tahliyat ealaa eayinat min albaramij alhawariati, (Alqahirati, almajalat Alearabiat libuhuth al'ielami), 57.
- 14- Aldaghir, M. (2017), dawr almutahadith alrasmii fi tashkil alrisalat al'ielamiat liljumphur fi 'awqat al'azamat walkawarith fi almamlakat alearabiat alsaediati bialtatbiq ealaa siul madinat alriyad wamintaqat easir, (Alriyad, jamieat Nayif lileulum al'amniati).
- 15- Aleinzi, F. (2016), misdaqiat almutahadith al'ielamii alrasmii fi aljihah alhukumiat ladaa alshabab alsaedii aljamieii dirasat mushiatun, risalat majistir ghayr manshuratin, (Alrriyad, jamieat Almalik Saeud).
- 16- Aldilbahi, F. (2016), aitijahat alsahafiiyn nahw 'ada' almutahadith alrasmii bial'ajhizat al'amniati, risalat majistir ghayr manshuratin, (Alriyad, jamieat Al'iimam Muhamad bin Sueud Al'iislamia).
- 17- Aleufi, A. (2019), almutahadith alrasmii bayn almaswuwl walsaayil, (Alriyad, dar Abdallah Almuqham) 259-283.
- 18- Lee J. Kim S. and Wertz (2014), How Spokesperson Rank and Selected Media Channels Impact Perceptions in Crisis Communication. *Public Relations Journal* , 8(2).
- 19- Jamila Howard Jones (2013), Comparison of celebrity and Expert Spokespersons' influence on Black women's response to a breast cancer public service announcement", PHD, College of Health Sciences ,Walden University.
- 20- Alfaraj, F. (2011), alealaqat bayn al'amn aleami walsahafati: dirasat mushiat ean almutahadith alrasmii fi al'amn aleami walmuharir al'amni fi alsahafat alsaediati, risalat majistir ghayr manshuratin, (Alrriyad, jamieat Almalik Saeud).
- 21- Shead ,W. ,Walsh ,K. ,Taylor ,A. (2011). Youth gambling prevention: can public service announcements featuring celebrity spokespersons be effective. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 9, Pp 165-179.
- 22- Alsaeid, A. (2010), aldawr alaitisaliu lilealaqat aleamat fi 'iidarat al'azamat waoneikasatih ealaa alsuwrat aldhiniyat limumarisiha ladaa mansubi wasayil al'ielami, risalat dukturah ghayr manshurati, (Alqahira, jamieat Eayn Shams).
- 23- Weisbuch ,M. & Mackie ,D. (2009). False fame ,perceptual clarity ,or persuasion? Flexible fluency attribution in spokesperson familiarity effects. *Journal of Consumer Psychology*, 19, Pp62-72.
- 24- Hansen ,F. & kock ,C. (2003). Evaluation of Public Spokespersons. *Journal of the Nordic information centre for media and communication research* 10, Apr 2003, Pp 27-23.
- 25- Barrett, M. Scott, et al (2004), The Role of Spokesperson in Ambiguous and Complex Crises: The CDC and Anthrax. *Speaker & Gavel*, Vol41.