

## دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا\_دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف\_

### The role of the Ministry of Health's social media campaigns in raising A field study on a sample of awareness of the risks of coronavirus young people in the state of Setif

ط.د. أشواق سالم<sup>1\*</sup> د. عائشة لصلح<sup>2</sup>

1- جامعة محمد لين دباغين سطيف2 (الجزائر)، مخبر المجتمع الجزائري المعاصر ،

[ac.salem@univ-setif2.dz](mailto:ac.salem@univ-setif2.dz)

2- جامعة محمد لين دباغين سطيف2 (الجزائر)، مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

[Aicha\\_lasledj@yahoo.fr](mailto:Aicha_lasledj@yahoo.fr)

تاريخ الاستلام: 2022/02/15 تاريخ القبول: 2022/06/13

#### الملخص:

سنتحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية لوزارة الصحة الجزائرية الخاصة بفيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحمل في طياتها رسائل ومعلومات موجبة إلى الشباب لتحسيسهم بضرورة أخذ الإجراءات الاحترازية والتحلي بالسلوكيات الصحية لتفادي هذا الفيروس، وكذا الآثار التي تتركها لديهم على المستويين المعرفي والسلوكي ولتحقيق هذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج دقيقة، حيث قمنا بتوزيع استبيان الكتروني على عينة من الشباب بولاية سطيف والتي قدرت ب 50 مفردة، ومن أهم النتائج المتوصل إليها هي: أن هذه الحملات فتحت مجالاً للشباب لاكتساب معلومات جديدة عن هذا الفيروس، وساهمت بدرجة معينة في تغيير سلوكياتهم من خلال غرس سلوكيات صحية والتخلص من السلوكيات السلبية.

\* المؤلف المرسل: ط.د. أشواق سالم

الكلمات المفتاحية: الدور، الحملات الإعلامية، شبكات التواصل الاجتماعي، التوعية، فيروس كورونا.

### Abstract:

Through this study, we will try to highlight the role played by the Algerian Ministry of Health's information campaigns on coronavirus through social media networks, which contain messages and information addressed to young people to sensitize them to the need to take precautionary measures and to demonstrate healthy behaviors to avoid this virus. as well as their cognitive and behavioural impacts to achieve these goals, the analytical descriptive approach has been used to achieve accurate results, We distributed an electronic questionnaire to a sample of young people in the state of Setif, estimated at 50 individuals. The most important findings are: These campaigns have opened up space for young people to gain new information about the virus, and have contributed to a certain degree to changing their behaviors by instilling healthy behaviors and eliminating negative behaviors.

**Keywords:** the role, media campaigns, social networks, awareness, Corona virus.

### مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورا ملحوظا في جميع الأصعدة، ورغم هذه التطورات ظهرت عدة مشاكل في مختلف المجالات، أبرزها تفاقم الوضع الصحي خاصة بعد انتشار جائحة جديدة على البشرية وهي "فيروس كورونا"، مما ألزم الجهات الرسمية وغير الرسمية تكثيف الجهود لمعرفة مصدره، أسباب انتشاره وطرق الوقاية منه.

ومع تسارع انتشار هذا الفيروس وعدم معرفة هويته وظهور العديد من الشائعات حوله، اتخذت العديد من البلدان المتضررة الاجراءات اللازمة للحد من انتشاره لفترات مؤقتة، ما جعل السلطات العمومية في كل الدول تسعى لتطوير استراتيجيات وآليات التواصل من أجل السيطرة على هذا الوضع.

في ظل هذه الأوضاع، برزت الحملات الإعلامية التي تسعى إلى تمرير رسائل هادفة للتحسيس والتوعية بمخاطر فيروس كورونا وتنمية الثقافة والحس الصحي لدى

الشباب، على اعتبار أن هذه الحملات تساهم بشكل فعال في بيئة المجتمع فبي تؤثر وتتأثر به، إضافة إلى ما تقدمه منه خدمات التثقيف، التوعية، التحسيس وكذا قدرتها على الإقناع والتأثير على المستوى الوجداني، المعرفي والسلوكي.

#### 1- إشكالية :

تعد وسائل الإعلام من أساسيات الحياة الاجتماعية، لما تلعبه من أدوار في حياة المجتمعات الإنسانية من خلال تقديم الأخبار والحقائق التي تساعد على إدراك وفهم الواقع، حيث أن لهذه الوسائل القدرة على تشكيل الآراء للأفراد وتوجيه سلوكياتهم وتغيير قيمهم ومعتقداتهم، لذا أصبح توظيف وتفعيل وسائل الإعلام بكافة أنواعها التقليدية والحديثة خطوة أساسية لمعالجة الأوضاع التي يمر بها العالم أجمع في جميع مجالات الحياة سواء الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية أو الصحية، وذلك لتحقيق الصالح العام.

ومع ظهور وانتشار العديد من الأمراض و أبرزها انتشار فيروس كورونا، انتشرت الحملات الإعلامية بشكل كبير و بمواضيع مختلفة، والتي وجدت من وسائل الإعلام بتعدد أنواعها حاملا لها وللدور الذي تقوم به في مواكبة الحياة الصحية وتغطية كافة جوانبها، حيث أضحت اليوم الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أدوات التغيير الاجتماعي لما تحمله من مسؤولية اجتماعية لتوعية الأفراد وتوجيههم وتغيير أفكارهم واتجاهاتهم تجاه الكثير من القضايا والمشكلات وإحداث التغيير الفعال في المجتمع، لذا تعد الحاجة إليها أمرا ملحا لتعديل الأنماط السلوكية.

والجزائر واحدة من الدول التي اعتمدت على الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كآلية للتواصل مع أفراد المجتمع عموما والشباب خصوصا خلال جائحة كورونا، وجسدها وزارة الصحة الجزائرية التي عملت على تنظيم وبث مجموعة من الحملات الإعلامية الخاصة بفيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وتوجيهها إلى الشباب قصد توعيتهم بخطورة هذا الفيروس وتعريفهم به وتقديم آليات وطرق للوقاية منه خاصة في ظل ارتفاع عدد الاصابات والوفيات، لذا سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة دور الحملات الاعلامية لوزارة الصحة الجزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا، من خلال إدراك الشباب للإجراءات الوقائية التي تعرضها هذه الحملات والآثار التي تخلفها عليهم، ومن هذا يمكننا طرح التساؤل الرئيسي:

ما دور الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في توعية شباب ولاية سطيف بمخاطر فيروس كورونا؟

وتتفرع عن هذا السؤال الرئيسي تساؤلات فرعية وهي:

- ما عادات وأنماط تعرض شباب ولاية سطيف للحملات الإعلامية لوزارة الصحة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
  - ما آراء شباب ولاية سطيف في الحملات الإعلامية لوزارة الصحة الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
  - كيف أثرت هذه الحملات الإعلامية الخاصة بوزارة الصحة على المستوى المعرفي لشباب ولاية سطيف؟
  - كيف أثرت هذه الحملات الإعلامية الخاصة بوزارة الصحة على سلوكيات شباب ولاية سطيف؟
- 2- أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة في مجملها إلى معرفة الدور الذي تلعبه الحملات الاعلامية في التوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا من خلال:

- 1- معرفة عادات وأنماط تعرض شباب ولاية سطيف للحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا.

2- الكشف عن آراء شباب ولاية سطيف حول الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا .

3- معرفة الأثار التي تتركها الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس على المستوى المعرفي لشباب ولاية سطيف.

4- معرفة الأثار التي تتركها الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا على سلوكيات شباب ولاية سطيف.

### 3- أهمية الدراسة :

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، باعتبار أن الحملات الإعلامية أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي التي تسعى إلى تحقيق المنفعة العامة من خلال مساعدة الأفراد على حل مشكلاتهم والترويج لمجموعة الأفكار والسلوكيات والقيم عبر وسائل الإعلام الجديدة، التي تهدف إلى تغيير العادات والسلوكيات السلبية للأفراد ومحاولة تعديلها وتصحيحها.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في توجيه القائمين على الحملات الإعلامية على إعادة النظر في صياغة هذه الحملات التي تعاني جملة من النقائص التي تعيق هدفها التوعوي.

### 4- تحديد مفاهيم الدراسة:

بعد تحديد إشكالية الدراسة والأهداف المرجو الوصول إليها، يستوجب علينا تناول مفاهيم ومتغيرات الدراسة بالشرح والتحليل كخطوة فعالة في عملية البناء المنهجي والمعرفي للموضوع، من أجل تحديد أبعاد ومؤشرات هذه المفاهيم التي تحدد الإطار العام للدراسة الميدانية، فتحديد المفاهيم هو خطوة منهجية لضبط المعنى المحوري والدقيق المستخدم في البحث خاصة مع تعدد الدلالات للمصطلح الواحد،

وانطلاقاً من هذا تناولنا المفاهيم المحورية للدراسة لغويًا ثم اصطلاحياً وصولاً إلى التحديد الإجرائي بما يتماشى مع أهداف البحث وتساؤلاته.

#### 4-1- الدور:

حسب قاموس "ويبستر" فإن مصطلح الدور لغويًا هو الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد (New websters dictionary , 1993, p. 862).

ويعرف الدور على أنه وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو موقف اجتماعي معين، ويفهم من هذا التعريف أن الفرد جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي ككل، وبالتالي يؤدي عدد من الوظائف والأدوار الاجتماعية حيال قضايا ومواقف اجتماعية معينة (بوسرسوب و بن عيشوش، 2020، صفحة 292).

اجرائياً: هو مجموع المهام والوظائف التي يقوم بها القائمون على الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي بهدف نشر الثقافة الصحية لدى الشباب، وإيصال المعلومات عن أضرار هذا الفيروس وكيفية الوقاية منه، من أجل اكتساب سلوك صحي سليم.

#### 4-2- الحملات الإعلامية:

تعرف الحملة الإعلامية على أنها: نشاط اتصالي منظم ومخطط له ويخضع هذا النشاط للمتابعة والتقييم ويستمر لفترة زمنية وتقوم به مؤسسة أو جماعات أو أفراد ويهدف لتحقيق أهداف محددة عن طريق استخدام وسائل الاتصال المتنوعة ومجموعة الرسائل الإعلامية، وباعتماد أساليب استمالة تكون مؤثرة بخصوص موضوع معين يكون معه أو ضده ويوجه لجمهور كبير نسبياً (كافي، 2015، صفحة 16).

ويعرفها "جابسبر براجت Jasper Bragt" هي سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة لتحقيق أهداف بعينها معتمدة في ذلك على وسائل اعلامية متعددة والتركيز على استخدام تقنيات متطورة وضرورية لتتبع مسار الحملة

الإعلامية مع ضرورة أن تتسق رسائل الحملة مع الوسائط الإعلامية التي تقوم بنقلها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير (حنان، 2013، صفحة 303).

اجرائياً: هي مجموعة من الأنشطة الاتصالية المخططة والمنظمة التي تبثها وزارة الصحة الجزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والموجهة إلى الشباب، تناقش فيها موضوع فيروس كورونا والمخاطر التي تنجم عنه وآليات الوقاية منه، بغرض التوعية والتحسيس وتحقيق المنفعة العامة، معتمدة في ذلك على استراتيجيات الإقناع المتمثلة في الاستمالات العاطفية والعقلية.

#### 4-3- شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرفها مهدي الحوساني بأنها " مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2.0)، وسميت باجتماعية لأنها أتت من مفهوم " بناء المجتمعات " بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه وأخيراً مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وغيرهم (غسان و المقدادي، 2013، صفحة 17).

تعرف أيضاً بأنها " شبكات عالمية تتيح الفرصة للتواصل بين الأفراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي، تضم في رحابها ملايين البشر، ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين صداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها" (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 22).

اجرائياً: هي مجموعة الوسائط الجديدة المتمثلة في: فيسبوك، إنستغرام وتويتر التي تساهم في نشر الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا، وتسهل على الشباب التواصل ومعرفة كل الأخبار والمستجدات عن هذا الفيروس.

#### 4-4-التوعية:

ورد في لسان العرب: وعي، الوعي: حفظ القلب (الشيء)، وعن الشيء والحديث يعني يعيه وعيا وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله، وفلان أوعى من فلان، أي احفظ وافهم (ابن منظور، 2000، صفحة 245).

وتعرف التوعية على أنها عملية إثارة الوعي وتنميته تجاه قضية ما أو قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية، أو من تعاطف إلى رفض حسب طبيعة القضية وتأثيرها في المجتمع والموقف الذي يتعين على المجتمع اتخاذه (حامدي، 2020، صفحة 46).

اجرائياً: هي إدراك وفهم الشباب لمجموع المعلومات والتعليمات والإجراءات المقدمة في الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

#### 4-5- فيروس كورونا:

تعرفه منظمة الصحة العالمية بأن فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عدد من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة الحادة التنفسية الوخيمة (منظمة الصحة العالمية، 2021).

#### 5-الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة خطوة أساسية في البحث العلمي ذلك لأنها تلقي الضوء على أهم الأفكار والمنهجية المتبعة في الموضوع والنتائج المتوصل إليها، وعليه فإن هذه الدراسة هي امتداد لدراسات سابقة اختلفت في الزمان والمكان وتشابهت في الموضوع.

## 5-1- دراسة ولاء فايز محمد السريتي (2020) بعنوان " دور الحملات الاعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الاعدادية"

هدفت الدراسة الى معرفة دور الحملات الاعلامية التوعوية بقنوات الأطفال الفضائية في نشر الوعي الصحي لدى طلاب المرحلة الاعدادية الخاصة بفيروس كورونا ومعرفة تأثيرات الحملة على الأبعاد الاجتماعية والمعرفية والسلوكية الخاصة بهؤلاء الطلاب، وأيضا هدفت الدراسة الى معرفة نوعية المعلومات التي لدى الطلاب من خلال متابعة محتوى الحملة، وقياس مدى الاستفادة من تلك المعلومات حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي وتم سحب عينة قوامها 300 مفردة بمدارس السادات وأشمون، وتوصلت الدراسة في نتائجها الى وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب في معدل استفادتهم من المعلومات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموغرافية ووجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية .

## 5-2- دراسة " عمر بن عيشوش و حسان بوسرسوب" (2020) بعنوان " دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية حول فيروس كورونا كوفيد19\_ دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا\_"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة شبكة الفايسبوك في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري، وتحديد الدور الذي تلعبه في بلورة وتحقيق ونشر التوعية الصحية، انطلاقا من طرق و أنماط الاستخدام لدى متبعي صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا ،ومن أجل اختبار فرضيات الدراسة تم

اعتماد المنهج الوصفي التحليلي مع تطبيق أداتي الملاحظة بالمشتركة والاستبيان الإلكتروني على عينة قصدية تكونت من 220 مفردة، وأسفرت الدراسة على عدة نتائج أهمها أن شبكة الفايبرسوك تؤدي دوراً فعالاً في تعزيز الوعي الصحي و أن أهم المواضيع المقدمة هي زيادة الوعي والتواصل مع الجهات الطبية كالفحص الدوري المبكر.

3-5- دراسة " محمود عياد"(2021) بعنوان "التعرض لحمالات التوعية الصحية عبر وسائل الاعلام بالجزائر\_ دراسة مسحية في ضوء إدراك الحقائق المعرفية لجائحة كورونا\_"

تناولت هذه الدراسة الأدوار التوعوية التي أدتها وسائل الاعلام في الجزائر خلال الأزمة الصحية التي خلفتها جائحة كورونا، بالنظر الى اعتماد الجمهور على مصادر متنوعة للمعلومات لإدراك طبيعة الجائحة وسبل الوقاية منها وعلاجها ضمن العلاقة بين وسائل الاعلام وأفراد المجتمع كجزء من الإطار العام للنموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام التي أسس لها م. ديفلر وساندرا بول روكيتش لتفسير المكونات المعقدة للاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي من خلال توزيع استبيان الكتروني على عينة من أفراد المجتمع الجزائري، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن الفرد يلجأ بشكل مكثف لوسائل الاعلام خلال حالات الاضطراب النفسي والاجتماعي لفهم ذواتهم وبينهم بتنوع مصادر المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا ومحاولة اتخاذ التدابير الكفيلة بحمايتهم على المستوى الشخصي والأسري والاجتماعي.

#### 4-5- التعقيب على الدراسات السابقة:

هناك علاقة مباشرة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي تعد دراسات مشابهة، حيث تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اهتمامها بموضوع الحملات الإعلامية التوعوية وتسلط الضوء على دورها البارز في التحسيس ونشر

الوعي، وأيضاً في التأثير وبلورة الرأي العام تجاه قضية جائحة كورونا في حين تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الوسيط أو الحامل للحملات الإعلامية، حيث الدراسة الحالية ركزت على وسائل الإعلام الجديدة وبالضبط مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء الإشكالية وصياغة التساؤلات وتحديد الإجراءات المنهجية.

#### 6- الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### 1-6- نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعنى بتشخيص ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو الموقف أو مجموعة من الناس، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى النتائج، ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي من أكثر المناهج توافقاً مع دراستنا وتخدمنا في الوصول إلى نتائج دقيقة لأنه يتيح الحصول على خمسة أنواع من المعلومات عن المبحوثين متمثلة في: "حقائق، إدراك، آراء اتجاهات، تقارير سلوكية" (مصباح، 2008، صفحة 51)، وهي المعلومات التي نسعى الحصول عليها من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة، حيث نسعى إلى معرفة آراء المبحوثين نحو الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا والآثار التي تتركها هذه الحملات على المبحوثين على المستويين المعرفي والسلوكي وعلى اعتبار أن هذا المنهج لا يقف عند حدود وصف الظاهرة فقط، إنما يتعد ذلك ليحلل ويفسر ويقيم الظاهرة كمياً وكيفياً، فإننا لم نقف في هذه الدراسة على وصف وجمع المعلومات حول الظاهرة، بل قمنا بتحليل المعلومات المقدمة وتقديم تفسيرات حول الآراء وعادات المشاهدة والتأثيرات المعرفية والسلوكية في علاقتها

بالخصائص الديموغرافية للمبحوثين وتحليلها تحليلًا كميًا وكيفيًا من أجل فهم دور هذه الحملات في التوعية والآثار التي تخلفها على المبحوثين واستخلاص النتائج العامة.

## 6-2- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

بما أن مجتمع البحث هو جميع مفردات الدراسة، فإن جميع شباب ولاية سطيف يمثلون المجتمع البحثي لهذه الدراسة، ونظرًا لصعوبة تحليلها كلها، وتحديدنا للمجال الجغرافي هو ولاية سطيف حصرنا مجتمع الدراسة في شباب بلدية سطيف المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، تم اختيارنا لهذه العينة على اعتبار القرب الجغرافي إضافة إلى أن الشباب كانوا هم أكثر عرضة للإصابة بفيروس كورونا خاصة في الموجة الثانية.

ونظرًا لطبيعة الموضوع استلزم أن نقوم بأسلوب المعاينة من أجل الوصول إلى النتائج التي تتناسب مع المجتمع الأصلي ومن هذا الأساس اخترنا العينة غير الاحتمالية المتمثلة في العينة القصدية لأنها أنسب نوع يحقق جمع المعلومات التي تدخل في إطار دراستنا وأيضًا نظرًا لخصائص مجتمع بحثنا "شباب ولاية سطيف" المتمثلة في صعوبة حصره وما يتطلب من إمكانيات ووقت وجهد، واستنادًا على ما سبق تم اختيار 50 مفردة وهو عدد كافي للعينة والتي من خلالها سنحاول تحقيق نتائج الدراسة.

## 6-3- أدوات الدراسة:

إن نجاح عملية جمع البيانات ترتبط بمدى فاعلية الأدوات المستخدمة، لأنها تساهم في إعطاء النتائج الدقيقة التي يمكن التوصل إليها.

اعتمدنا في جمع البيانات من المبحوثين على "استبيان إلكتروني"، كونه الأنسب لجمع المعلومات حيث يتوافق مع طبيعة الظاهرة المدروسة، وبالتالي كانت هي الوسيلة الأقرب للمبحوثين والاجابة عن التساؤلات، قد ضمّت استمارة دراستنا خمسة محاور احتوت على 27 سؤالًا، وهذه المحاور هي:

- محور خاص بالبيانات الشخصية.
- محور خاص بعادات وأنماط تعرض شباب ولاية سطيف للحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا.
- محور خاص آراء شباب ولاية سطيف نحو الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا.
- محور خاص بأثر الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس على المستوى المعرفي لشباب ولاية سطيف.
- محور خاص بأثر الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا على سلوكيات شباب ولاية سطيف.

#### 4-6- مجالات الدراسة :

#### 4-6-1- المجال المكاني:

المجال المكاني لهذه الدراسة هو ولاية سطيف، حيث تقع ولاية سطيف في الشرق الجزائري على ارتفاع يزيد عن 1000 متر على سطح البحر على بعد 300 كلم عن الجزائر العاصمة فهي ثاني ولاية بالجزائر بعد العاصمة من ناحية الكثافة السكانية، تنقسم الى 60 بلدية تؤطرها 20 دائرة يحدها شمالا ولايتي بجاية وجيجل، وجنوبا ولاية باتنة ومسيلة، شرقا ولاية ميلة وغربا ولاية برج بوعرييج.

#### 4-6-2- المجال البشري:

يتجسد المجال البشري للدراسة في شباب بلدية سطيف المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي ذكورا وإناثا الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و35 سنة، سواء من الشباب الجامعي بمختلف تخصصاته أو الشباب غير الجامعي في مختلف وظائفهم " العاملين أو البطالين أو الماكثات بالبيت بالنسبة للإناث".

## 3-4-6- المجال الزمني:

هي الفترة المستغرقة لإجراء الدراسة الميدانية والتي استغرقت حوالي شهر.

7- عرض البيانات وتحليل نتائج الدراسة :

2-7- المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول رقم 1: الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
24%	12	ذكور
76%	38	إناث
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة مكونة من الجنسين، حيث بلغت نسبة الذكور 24% في حين نسبة الإناث بلغت 76% وهي النسبة الأعلى ويمكن تفسيرها من خلال احتكاك الباحثة بالإناث أكثر من الذكور.

كما تشير هذه النتائج أن كلا الجنسين لديهم اهتمام بالحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا ومرد ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت الفرصة لكلا الجنسين من متابعة هذه الحملات باعتبارها الوسيلة الأكثر استعمالاً، تفاعلاً واطلاعاً على كل مستجدات هذا الفيروس.

الجدول رقم 2: السن

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
32%	16	23-18
44%	22	29-24
24%	12	35-30
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يتبين من خلال الجدول أن أعمار العينة تنحصر ما بين 18 و 35 سنة وهذا راجع إلى طبيعة الموضوع الذي يتجه في أساسه إلى معرفة دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب وتحسيسهم بمخاطر فيروس

كورونا ومن خلال الجدول يتضح أن أكثر شباب العينة تتراوح أعمارهم ما بين 24 و 29 سنة وهو ما يعرف بالشباب الناضح الذي يكون له اندماج أكبر في المجتمع، حيث يكون واعي ومسؤول عن كل ما يحدث في الشأن الصحي هذا ما سمح له بالاهتمام بالحملات التوعوية الخاصة بمخاطر فيروس كورونا.

الجدول رقم 3: المستوى الدراسي:

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
0%	0	ابتدائي
0%	0	متوسط
8%	4	ثانوي
92%	46	جامعي
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين من مختلف المستويات الدراسية، حيث كانت أكبر نسبة للجامعيين بلغت 92% التي تعكس وعي هذه الفئة بأهمية الدراسة والاهتمام بها، إضافة إلى تكيفهم مع البيئة الدراسية الجديدة (التعليم عن بعد) مما جعلهم الفئة الأكبر متابعة للحملات الإعلامية لوزارة الصحة الخاصة في التوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ثم تلتها مباشرة المستوى الثانوي والذي قدرت نسبته ب 8% واخيرا المتوسط فالابتدائي كانت نسبتهما 0% وذلك لصعوبة تعامل هذه الفئة مع الاستمارة.

3-7- المحور الثاني: عادات وأنماط التعرض للحملات الإعلامية لوزارة الصحة الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 4: متابعة الشباب لهذه الحملات:

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
92%	46	نعم
8%	4	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أن غالبية المبحوثين يتابعون الحملات التوعوية لوزارة الصحة الخاصة بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم 92% وهي نسبة عالية تعكس وعي أفراد العينة بأهمية هذه الحملات التوعوية خاصة في ظل وجود العديد من الإشاعات، ويتضح من خلال إجابات العينة حرصها على متابعة الحملات لأنها تقدم كل المستجدات حول فيروس كورونا والمخاطر التي تنجم عنه وكيفية الوقاية منه. بينما 8% لا يتابعون الحملات التوعوية الخاصة بفيروس كورونا وهذا راجع لأسباب شخصية والاستهتار والتقليل من خطورة الموضوع.

الجدول رقم 5: الشبكات المستعملة لمتابعة هذه الحملات.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
70%	35	فيسبوك
10%	5	انستغرام
10%	5	تويتر
10%	5	يوتيوب
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال بيانات الجدول أن نسبة 70% من أفراد العينة يتابعون حملات التوعوية لوزارة الصحة الخاصة بمخاطر فيروس كورونا عبر موقع الفيسبوك الذي يعد أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي استحوذت على اهتمام الكثير من المستخدمين عبر العالم، فهو الشبكة الأكثر استخداماً على الأنترنت حيث يستخدمه ما يقارب من ثلاثة مليار شخص (leslie, 2022)، وهو ما جعل هذه الشبكة تمتاز بالانفتاح الاجتماعي، علاوة على ذلك عملت شركة الفيسبوك على توفير مساحة مجانية لمنظمة الصحة العالمية والتي تعد هي المصدر الأولي الذي تتبعه وزارة الصحة الجزائرية في جمع المعلومات حول فيروس كورونا، حيث تقوم من خلالها بوضع الإعلانات التوعوية التي تراها المنظمة مناسبة في سبيل المساعدة في مكافحة فيروس

كورونا (الخليج أون لاين، 2022) وهو ما أثبتته دراسة "عمر بن عيشوش وحسان سرسوب" فعالية الفيسبوك في الدور التوعوي الصحي.

الجدول رقم 6: الفترة المناسبة لمتابعة هذه الحملات

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
8%	4	الصباح
16%	8	المساء
76%	38	الليل
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من الأفراد الممثلين لعينة الدراسة يفضلون متابعة الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فترة الليل وقدرت نسبتهم ب 76% تليها الفترة المسائية بنسبة 16% ثم الفترة الصباحية بنسبة 8%. على اعتبار أن الكثير من أفراد العينة متمدرسين وعاملين، فبالتالي وقت فراغهم يكون ليلاً لمتابعة الحملات التوعوية الخاصة بفيروس كورونا.

4-7- المحور الثالث: آراء وتوجهات الشباب نحو الحملات التوعوية لوزارة الصحة الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 7: آراء الشباب في مضمون هذه الحملات

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
56%	28	مقنع
32%	16	غير مقنع
12%	6	لا أدري
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يظهر الجدول أعلاه أن 56% من أفراد العينة مقتنعون بمضمون الحملات الإعلامية لوزارة الصحة الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في ظل ارتفاع عدد الوفيات والإصابات، وهو ما جعل المبحوثين يرون أن هذه الحملات لها دور فعال في توعيتهم وحمايتهم، في حين 32% من

المبحوثين غير مقتنعون وهذا راجع لعدم اهتمامهم بها أو الانتباه إلى تلك الحملات، وأيضاً عدم اقتناعهم بهذا الفيروس وخطورته على المجتمع فهم يعتبرونه مؤامرة أو مجرد أكذوبة للتلاعب بعقول الأفراد.

الجدول رقم 8: ثقة الشباب في مصدر هذه الحملات

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
72%	36	نعم
28%	14	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أن غالبية المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 72% يثقون في مصدر هذه الحملات التوعوية الخاصة بفيروس كورونا في حين 28% لا يثقون فيها، وهذا راجع إلى أن السلطات الرسمية (وزارة الصحة الجزائرية) هي مصدر هذه الحملات وبالتالي فهي مصادر رسمية موثوقة، أما الفئة التي لا تثق في مصدر هذه الحملات راجع أن هناك فجوة بين السلطات والشعب وهو ما جعلهم لا يثقون في قرارات السلطات والتي يعتبرونها أنها تقدم معلومات مبالغ فيها.

الجدول رقم 9: تقييم الشباب لأداء القائمين على هذه الحملات

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
44%	22	جيد
44%	22	متوسط
12%	6	ضعيف
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يظهر الجدول أعلاه أن أفراد العينة يقيمون أداء القائمين على الحملات التوعوية بين الجيد والمتوسط وبلغت نسبتهم 44% في حين 12% يرون أن أداءهم ضعيف، ويرجع ذلك إلى اختلاف في وجهات النظر، التأثير والاقتناع بين مختلف أفراد العينة، كما أن المستوى التعليمي والسن لعبا دورا في ذلك. وأيضاً البراهين التي استعملها

القائمون هي التي حددت هذا التقييم، حيث أقرت الفئة التي قيّمت أداء القائمين بالحملات التوعوية بالضعيف أنهم لم يستعملوا براهين وتجارب سريرية وواقعية.

5-7- المحور الرابع: الآثار التي تركها الحملات الإعلامية لوزارة الصحة بشبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس على المستوى المعرفي لأفراد العينة.

الجدول رقم 10: مساهمة هذه الحملات في فتح مجال لاكتساب معلومات جديدة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	72%
لا	14	28%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال الجدول أن الحملات الإعلامية لوزارة الصحة الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي فتحت المجال لاكتساب المعلومات حول هذه الجائحة وهو ما أثبتته أفراد العينة أن الغالبية أجابت بنعم وبلغت نسبتهم 72%، حيث أقر عدد منهم أن هذه الحملات ساعدتهم كثيراً في معرفة آخر مستجدات هذا الفيروس وكيفية التعايش مع هذا الوباء العالمي، وساهمت في نشر طرق الوقاية منه من خلال كيفية المحافظة على الجسم وطرق الالتزام بها.

الجدول رقم 11: نوعية تأثير هذه الحملات على معارف الشباب

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	42	84%
سلي	8	16%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن نسبة 84% من المبحوثين تأثروا إيجابياً بهذه الحملات وهذا راجع لكون أن هذه الحملات ساهمت في نشر سلوكيات صحية سليمة من شأنها التقليل من انتشار هذا الفيروس، أما 16% من أفراد العينة تأثروا سلباً

سلبيا وتفسير ذلك أن هذه الحملات كانت بمثابة وسيلة تخويف لا اطمئنان وغرست الهلع والفرع في نفوس الأفراد.

6-7- المحور الخامس: الآثار التي تتركها الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا على سلوكيات أفراد العينة.

الجدول رقم 13: شعور الشباب عند التعرض لهذه الحملات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الخوف	12	24%
الملل	7	14%
المسؤولية	24	48%
القلق	7	14%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول أعلاه المشاعر التي تثيرها الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا، والتي تراوحت بين مشاعر المسؤولية التي بلغت نسبتها 48% تليها الخوف بنسبة 24% ثم الملل والقلق بنسبة 14%، وهو ما يعكس حقيقة خطورة هذا الفيروس مما استدعى إلى الشعور بالمسؤولية بنسبة كبيرة نتيجة لتزايد عدد الإصابات و الوفيات خاصة في الموجة الثانية للفيروس، والتي ألحقت ضررا كبيرا بفئة الشباب، إضافة أن هذه الحملات استخدمت أسلوب التخويف والترهيب، مما وهو ما أنتج مشاعر الخوف والقلق لدى المبحوثين.

الجدول رقم 14: إذا ما حثتلك هذه للحملات على القيام بسلوكيات صحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	52%
لا	4	8%
ربما	20	40%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الباحث

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 52% من المبحوثين أثرت فيهم هذه الحملات وجعلتهم يقومون بسلوكيات صحية سليمة من أجل الحفاظ على صحتهم، وتمثل هذه السلوكيات في غسل الأيدي، التباعد الجسدي واستعمال الكمامة بشكل دوري وهو وما يعكس وعي العينة لضرورة اتباع هذه الاجراءات الاحترازية التي تساعد في التصدي لهذه الجائحة وهو ما يتفق مع دراسة " ولاء فايز محمد السريتي " التي أشارت إلى أهمية وضرورة التباعد الاجتماعي من أجل حماية الأفراد لأنفسهم ولغيرهم، ويرجع عدم ترجمة المعلومات و النصائح التي تقدمها هذه الحملات إلى سلوكيات فعلية حسب أفراد العينة إلى الاعتقادية بقضاء الله وقدره وأيضاً صعوبة الانضباط والتكيف مع الوضع الجديد.

الجدول رقم 15: مدة السوك التي يقوم بها الشباب عند التعرض لهذه الحملات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
وقت الحملة فقط	12	24%
يستمر لفترة	20	40%
يتحول على سلوك دائم	18	36%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من بيانات الجدول ان 40 % من المبحوثين يستمر التزامهم بالسلوكيات الصحية لفترة خاصة في فترة ذروة الفيروس ومرد ذلك أن المسؤولين عن الحملات يكتفون النصائح التوعوية وضرورة الالتزام بالسلوكيات الصحي السليمة لكن هذه الاستمرارية في الالتزام تقل مع تناقص عدد الاصابات وهو ما جعلها لا تتحول إلى سلوك دائم ومستمر.

## 8- النتائج العامة للدراسة:

1- إن الشباب يتابعون الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا بشكل ملحوظ وقدرت نسبتهم ب 92% وهو مؤشر قوي في رصد دور هذه الحملات في توعيتهم صحياً.

2- يعتبر الفيسبوك أكثر الشبكات الاجتماعية التي يستعملها الشباب في متابعة الحملات الإعلامية لوزارة الصحة الجزائرية الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا مقارنة بباقي الشبكات، لما تتيح من تفاعل ومشاركة .

3- أحسن فترة مناسبة لمتابعة هذه الحملات في فترة الليلية وبلغت نسبتها 72%.

4- معظم الشباب والذين تقدر نسبتهم 56% مقتنعون بمضمون هذه الحملات التي تسعى الى نشر وتعزيز السلوكيات الايجابية .

5- غالبية الشباب يثقون في مصدر هذه الحملات والتي قدرت نسبتهم ب72% لأنها صادرة من جهات رسمية ( وزارة الصحة الجزائرية) تفند كل الإشاعات.

6- أثرت الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على معارف الشباب بشكل كبير وذلك من خلال اكسابهم كم معرفي حول التوعية الصحية وكيفية الوقاية من فيروس كورونا وكيفية التعامل مع هذه الجائحة.

7- أثرت الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا على سلوكيات الشباب من خلال غرس سلوكيات صحية كغسل الايدي ،التباعد الاجتماعي ،تطهير الاماكن ، وأيضاً ساهمت في التخلص من السلوكيات السلبية .

8- تعاني الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية بمخاطر فيروس كورونا من جملة من النقائص التي تعيق هدفها التوعوي الاجتماعي وتمثل هذه المعوقات في الامكانيات التقنية والعلمية علاوة على ذلك استعمالها لأساليب واستمالات عاطفية كالتخويف دون الاعتماد على براهين واقعية.

## 9-خاتمة:

نستخلص من هذه الدراسة الدور الهام للحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية والتحسيس بمخاطر فيروس كورونا، فهي باتت تلعب دورا فعالا وحيويا في التأثير على الشباب باعتبارها الوسيلة الأسهل والأكثر

استخداما بين أوساطهم في ظل تفشي فيروس كورونا، لأنها تحاكي الواقع المعاش وتعكس حاجاتهم ورغباتهم في معرفة كل المعلومات والبيانات المستحدثة عن هذا الوباء العالمي وهو ما أكسبها القدرة على نشر الوعي والمعرفة والإقناع، إضافة إلى تغيير أنماط الحياة والسلوكيات.

### المصادر والمراجع:

1. ابن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (2000)، معجم لسان العرب، دار صادر، بيروت.
2. أحمد سليم حنان (2013)، الحملات الاعلامية عبر الاعلام الجديد- رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مصر.
3. جبريل بن حسن العريشي وسلهى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري (2015)، الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن.
4. حسان بوسرسوب وعمر بن عيشوش (2020)، دور الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد19- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا، مجلة تمكين الاجتماعي، الجزائر، العدد2، المجلد2.
5. خالد غسان ويوسف المققادي (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية "ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
6. الخليج أون لاين (2020)، كيف ساهمت موانع التواصل الاجتماعي في تنظيم أزمة كورونا، <https://alkhaleejonline.com> تاريخ الزيارة 2022/01/01
7. عامر مصباح (2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
8. كثره حامدي (2020)، الحملات الاعلامية التوعوية الصحية لسرطان الثدي-دراسة ميدانية بمدينة الصحة والسكان بولاية سطيف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف2، الجزائر.
9. مصطفى يوسف كافي (2015)، تخطيط الحملات الاعلامية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.

10. منظمة الصحة العالمية(2021). مرض فيروس كورونا "كوفيد 19"،

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a/coronavirus>، تاريخ الزيارة 2021/12/31.

11. Lesile walker(2020),Learn facebook tutorial how facebook works, [www.lifewife.com](http://www.lifewife.com).

12. New websteres dictionary (1993),USA lexicon publication.