

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار

جائحة كورونا

"دراسة ميدانية لعينة من الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت

القاعدية"

ELECTRONIC ADVERTISING DISCOURSE AND SPREADING HEALTH

AWARENESS IN ALGERIA DURING THE SPREAD OF THE CORONA

PANDEMIC

A field study of a sample of employees at the Ministry of public works ,

Irrigation and Basic facilities

ط/د* شريهان ناصري

جامعة الجزائر 03- Nasri.ch77@gmail.com، الجزائر،

أ.د صونية عبديش

جامعة الجزائر 03- abdiche_s@yahoo.fr، الجزائر،

تاريخ الاستلام 2023/01/29 تاريخ القبول 2023/05/26

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على دور الخطاب الإشهاري الإلكتروني الذي يعرض عبر صفحات موقع الفيسبوك، في نشر الوعي الصحي أثناء انتشار جائحة كورونا، وتم تحديد العينة في مجموعة مكونة من خمسين 50 موظف بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية، كمتابعين للخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر موقع الفيسبوك، حيث اندرجت الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية واعتمدنا فيها على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أداة استمارة الاستبيان بالإضافة إلى مقابلة، ذلك لتحقيق الأهداف المسطرة، إذ كانت أبرز النتائج متمثلة في الآتي:

أن الخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر موقع الفيسبوك قد ساهمت في خلق الوعي الصحي لدى الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية بمستوى معتبر كاف لما تطمح إليه أهداف الخطابات الإلكترونية الصحية، لما فيها من انعكاسات ايجابية عليهم خلال انتشار جائحة كورونا.

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عبد يش
ملاحظة: وجود الإختصار التالي: "و أ ع ر م ق" في متن الدراسة معناه: "وزارة الأشغال العمومية والري
والمنشآت القاعدية".

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإشهاري الإلكتروني، الوعي الصحي، جائحة كورونا.

Abstract: This research paper aims to identify the role of the electronic advertising discourse, which is displayed on facebook pages, in spreading health awareness during the spread of the corona pandemic. Through the facebook website, where the study was included in the analytical descriptive approach and on the questionnaire tool in addition to achieve the simple objectives, as the most prominent results were represented in the following: That the electronic advertising discourses via facebook have contributed to creating health awareness among the employees of the Ministry of public works, irrigation and basic facilities at a significant level sufficient for what the goals of electronic health discourses aspire to, because of their positive repercussions on them during the spread of the corona pandemic.

Keys Words: Electronic publicity dicourse, health awareness, corona pandemic.

* المؤلف المراسل

مقدمة:

توجب على وسائل الإعلام وكل التقنيات الجديدة، لإدراك الحملات التوعوية الصحية ونشر الوعي الصحي، تبني حملات إعلامية وإستراتيجية واضحة المعالم، ونفس الشيء بالنسبة للمؤسسات على اختلاف نشاطها، والتي تهدف إلى تقديم حملات توعوية صحية على غرار الإشهار الإلكتروني الذي لا يمكن اعتباره انه يروج ويبيع المنتجات فحسب أو مجرد واسطة بين البائع وزبونه، إنه ظاهرة اجتماعية في المقام الأول فهو يقوم إذن بوظائف متعددة ومتنوعة تتعدد في القيمة والدور يتضح ذلك من خلال النماذج التي يطرحها في شتى المجالات منها المجال الحساس للفرد والمجتمع وهو الصحة خاصة مع ظهور الفيروسات الخطيرة والقاتلة كجائحة كورونا، وهنا لم تكتفي وسائل الإعلام والوسائط الجديدة بما تقدمه من حملات توعوية بل توسعت كل المضامين حتى الإشهارية منها، سعياً في ذلك نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع نخص منهم الموظفين بمختلف مؤسسات الوطن، ومما جعلناه قيد دراستنا كعينة، مجموعة من الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية.

الإشكالية

أفرز الواقع الجديد تقدماً وتطوراً تكنولوجيا هائلاً، نظراً لما عرفه من أساليب وتقنيات جديدة، وظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح يستخدمها الصغير والكبير، المتعلم و الأمي

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ———— نصري، أ.د. عديش
خاصة موقع الفيسبوك الموقع العالمي الذي يعتبر سهلا للاستخدام وأكثر انتشارا في المجتمع، ويبث
عبر صفحاته مختلف المضامين في مختلف المجالات ومن بينها الخطاب الإشهاري الإلكتروني الذي
بات ضمن أولويات كل تقنية أو وسيلة أو وسيط من الوسائط الجديدة، التي تسعى لإيصال وإبلاغ
رسالة ما للجمهور المتابع، ونظرا لانتشار العديد من الأمراض والمشاكل الصحية والتي من شأنها
المساس بالفرد والمجتمع على حد سواء، خاصة مع فترة انتشار جائحة كورونا، الفيروس المستجد
كوفيد-19، الذي خلق خوفا وهلعا في كل العالم دون مراعاته لمستوى التحضر في كل البلدان، لذلك
فإن توظيف الخطاب الإشهاري الإلكتروني ذو المحتوى الصحي الهادف وتفعيله عبر صفحات الفيسبوك
في مجتمعاتنا يعد خطوة أساسية لمعالجة هذه الأوضاع والقضايا، فمن المهم جدا لمثل هذه الوسائط
الجديدة أن تواكب الأحداث وتسلط الضوء على المواضيع في إطار معالجتها، والبحث عن سبل لتفاديها
والوقاية منها والحد من انتشارها، وخلال انتشار جائحة كورونا لاحظنا أن الخطاب الإشهاري
الإلكتروني تكفل أيضا بنقل رسائل صحية توعوية تحمل دلالات عن كل ما يتعلق بالإنسان ومصالحته
والمصلحة العامة،

إذ تعمل بعض صفحات الفيسبوك على طرح مختلف القضايا أهمها الصحية، التي تعرض
فيها أيضا خطابات إشهارية حول المشاكل والقضايا الطبية والتمريضية والصحية والطبية العارضة أو
الطارئة التي يواجهها المجتمع، وتقديم الإرشادات والنصائح قصد توجيه الأفراد، ولكن يبقى أنه في
غالب الأحيان إعلان لبعض السلع والخدمات أو الماركات، رغم أنه يحمل في شق ثاني جانب محاولة
التوعية الصحية والتثقيف الصحي والقيام بعملية التبصير، التنوير وتنمية الإدراك لدى المتابعين
نخص منهم الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية، سيما مع انتشار جائحة
كورونا، فالوعي الصحي يؤدي إلى حمايتهم من الإصابة بالأمراض المختلفة وإلى إدراك ماهية
المشكلة بالأحرى الفيروس، ومنه تمتع الموظفين بالصحة الجيدة عقليا وروحيا وجسميا، ومن هذا
المنطلق فإن السؤال المطروح هو:

ما هو دور الخطاب الإشهاري الإلكتروني في نشر الوعي الصحي لدى الموظفين بوزارة أ.ع.ر.م.ق أثناء
انتشار جائحة كورونا؟

وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1 / كيف يساهم الخطاب الإشهاري الإلكتروني في نشر الوعي الصحي للموظفين بوزارة الأشغال
العمومية والري والمنشآت القاعدية أثناء انتشار جائحة كورونا؟

2 / ماهي الدرجة التي يبلغها مستوى الوعي الصحي لدى الموظفين أثناء انتشار جائحة كورونا؟

3 / ماهي انعكاسات الخطاب الإشهاري الإلكتروني على الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري
والمنشآت القاعدية؟

أهمية وأهداف الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوعا هاما وهو الخطاب الإشهاري الإلكتروني و نشر الوعي الصحي للموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية أثناء انتشار جائحة كورونا، خاصة وأن هذه المؤسسة تعتبر من بين المؤسسات الكبرى العصب في البلاد، والتوعية كانت ضرورية للمواطنين ككل بصفة عامة ومنهم فئة الموظفين بصفة خاصة، ذلك لأن الحياة الصحية في الجزائر

متدهورة نتيجة ظهور وتفشي الأوبئة والأمراض الخطيرة والفيروسات على غرار فيروس أو جائحة كورونا (كوفيد -19) الذي اجتاح الجزائر منذ 17 فيفري 2019. وتقوم هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

1- التعرف على مساهمة الخطاب الإشهاري الإلكتروني في نشر الوعي الصحي أثناء انتشار جائحة كورونا.

2- الكشف عن مستوى الوعي الصحي لدى الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية أثناء انتشار جائحة كورونا.

3- التعرف على انعكاسات الخطاب الإشهاري الإلكتروني على الموظفين بوزارة أ ع ر م ق خلال انتشار جائحة كورونا.

منهج الدراسة و أدواتها البحثية :

1/ المنهج : المنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي بما أن الدراسة وصفية و استطلاعية فهو المناسب لها .

2 / أدوات جمع المعطيات : اعتمدت الدراسة باعتبارها من البحوث التي تهتم باستطلاع الرأي العام على أداتين: المقابلة و الاستبيان الذي تم توزيعه على الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية، المتابعين للخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر موقع الفيسبوك.

3/عينة الدراسة: اعتمدت الدراسة على نوع العينة غير الاحتمالية، نوعها قصدية أو العمدية، المقصودة أو الهدفية، يتم فيها انتقاء الأفراد بشكل مقصود نظرا لتوافر الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم. (01) ويختار الباحث هذه العينة لكونه يعرف أنها تمثل المجتمع تمثيلا سليما بناء على معلومات إحصائية سليمة. (02) وهذا النوع يتوافق مع دراستنا، فقد اخترنا مجموعة مكونة من خمسين موظفا بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية، المتابعين للخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر موقع الفيسبوك.

الجانب النظري للدراسة

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عديش

مفاهيم أساسية وضمنية للدراسة:

- الخطاب الإشهاري:

يعد الخطاب الإشهاري Discours publicitaire من أهم أنواع الخطاب لارتباطه المباشر بالحياة الإنسانية، وبتميزه ببناء محكم خاص يشمل مختلف مكوناته وآليات اشتغاله قصد التعبير عن رأي أو غيره أو بهدف تبليغ رسالة معينة، مما جعل منه أحد الخطابات " التي تدرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري، كما يكتسي طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية، والسميائية، والتداولية، بالإضافة إلى بعده الاقتصادي والاجتماعي المرتبطين بالدعاية التجارية " (1)

-الإشهار الإلكتروني:

يعتبر الإشهار الإلكتروني نوع من أنواع الإشهار الأخرى، لكنه يتم عبر الوسائل الإلكترونية من خلال الإتصال بالإنترنت، وهذا ما زاد من نسبة الإقبال عليه من فئات عمرية ومستويات تعليمية مختلفة، الشيء الذي جعل منه قبلة مهمة للمعلنين والمنشآت الاقتصادية للإشهار عبره لمنتجاتهم وخدماتهم وحتى أفكارهم.

و يعرفه كل من فليب كوتلر Philip Kotler وكيفن كيلر Kevin Keller: "على أنه شكل من أشكال

الإتصال غير الشخصي الذي يستعمل وسيلة مدفوعة الأجر لحساب جهة معروفة ومحددة" . (4)

وبالتالي فإن للإشهار الإلكتروني خاصية من خلال هذا التعريف، كونه اتصال غير شخصي، وغير مباشر حيث يستخدم فيها المعلنين وسائل اتصالية، أصبحت متمثلة في التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، تدفع فيه الجهة المعلنة أجرا مقابل ذلك مع الكشف عن هويتها.

كما يتمثل الإشهار الإلكتروني في " أنه شكل مدفوع الأجر يؤدي دور الوسيط عبر وسائل الاتصال من مصدر يمكن التعرف عليه، مصمم لإقناع المتلقي باتخاذ بعض الأفعال، الآن أو في المستقبل". (5)

-الخطاب الإشهاري الإلكتروني:

هو عبارة عن خطاب الكتروني يعتمد على عرض متطلبات الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، اليوتيوب وغيرها من المواقع الإلكترونية الرائجة، وهو خطاب الكتروني يكون مسموعا أحيانا أو مكتوبا أو يشمل كلاهما.

-الخطاب الإشهاري الإلكتروني إجرائيا:

ذلك الخطاب الذي تحولت مضامينه إلى حملات توعوية تعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة مع انتشار جائحة كورونا، أين أصبح يركز المضمون الإشهاري هو الآخر على التوعية والتثقيف الصحي.

- الحملات التوعوية الرقمية:

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ———— نصري، أ.د. عديش
إن الحملات التوعوية الرقمية تمثل الأداة أو الوسيلة الأساسية لإحداث عملية التعديل وتغيير سلوك
الفرد أو الجماعة في الإتجاه المرغوب فيه من قبل الجهات المعنية، استخداما في ذلك شبكة النت
ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي سعيا في ذلك إلى تغيير بعض، السلوكيات والذهنيات، وتعديلها
في اتجاه ايجابي وفي فترات زمنية محددة وتكاليف معقولة. (6)

- الحملات التوعوية الرقمية إجرائيا:

يعني مجموعة النشاطات الاتصالية وسلسلة الرسائل الإلكترونية أي الرقمية المقدمة من خلال
الخطاب الإشهاري الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك، بهدف تقديم معلومات وإحداث تغييرات في
سلوكيات واتجاهات الجمهور المستهدف المتمثل في الموظفين، وقصد تنمية الوعي بخصوص
فيروس كورونا وتبيان طرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

- الوعي الصحي:

الوعي الصحي اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته وبالبيئة المحيطة به بدرجات
متفاوتة من الوضوح أو التعقيد، يتضمن وعي الفرد لوظائفه العقلية والجسمية ووعيه بالأشياء
وبالعالم الخارجي. (7)

- جائحة كورونا:

فيروس كورونا كوفيد 19 عرفته منظمة الصحة العالمية 2020، كفضيلة كبيرة من الفيروسات التي
يمكن أن تسبب للبشر طيفا من الإعتلالات تتراوح بين نزلة البرد الشائعة والمتلازمة التنفسية الحادة
الوخيمة (سارس). (8)

- جائحة كورونا إجرائيا:

هو فيروس من سلالة الفيروسات التاجية وأحد الأوبئة العالمية عرفته الجزائر في كافة ربوعها
ومختلف قطاعاتها ومؤسساتها، منها وزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية.

-عناصر الحملة الإعلامية التوعوية:

-يرى روجرز وستوري أن الحملة التوعوية الإعلامية تتكون من أربعة عناصر مهمة هي:

1- أن يوجد لها سبب محدد.

2- أن تكون موجهة إلى جمهور كبير.

3- أن يكون لها وقت محدد.

4- أن تشمل مجموعة نشاطات إعلامية منظمة. (9)

-واقع الصحة في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا:

لقطاع الصحة أهمية ودور كبير في الحفاظ على المواطن والمجتمع ككل، والصحة هي أساس
وركيزة الحياة، ومع انتشار الأمراض وتنوعها زاد الاحتياج إلى دور المؤسسة الصحية والى المسؤولين

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عبدش والإطارات والى الإعلام وكل التقنيات الحديثة ومختلف الوسائط الجديدة، كل ذلك حفاظا على صحة المواطنين باختلاف فئاتهم من بينهم فئة الموظفين، ومن بين الدول المعنية نجد الجزائر، حيث تواجه العديد من الأمراض سواء المتنقلة عن طريق المياه أو الحيوانات وغيرها مثل الإيدز وأنفلونزا الطيور والخنزير في السنوات القريبة الماضية، إلى أن ظهر واجتاح العالم بأسره فيروس آخر يطلق عليه فيروس كورونا كوفيد-19، الذي شكل موجة هلع في كل أرجاء العالم وحتى في الجزائر وفي كل ربوعها وبكل ماتحويه من مجالات، مؤسسات وإطارات، بما فيها وزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية وموظفيها فقد مروا بنفس الأزمة التي مرت بها البلاد بسبب جائحة كوفيد-19.

-علاقة الخطابات الإشهارية الإلكترونية بالوعي الصحي في الجزائر:

تعد قضية الصحة من أكثر اهتمامات الحكومات، وكذا نتيجة ارتفاع إحصائيات انتشار الأوبئة والأمراض والتي يعود سببها الأساسي إلى جهل الأفراد بالقواعد الصحية، ولهذا تسعى إلى إرساء نظام صحي متكامل، تكوين أفراد واعين بمختلف القضايا الصحية وتزويدهم بمختلف المعلومات الصحية. (10) وهذا ما تسعى إليه الخطابات الإشهارية الإلكترونية من خلال الحملات التوعوية الرقمية التي تقوم بها، إذ تلعب دورا هاما في تشكيل وعي للموظفين بوزارة الأشغال العمومية كما تؤثر هذه الحملات في الطريقة التي يدرك بها الموظفين الأمور إلى جانب ذلك فإنها تقوم برسم صورة ذهنية حسنة (11)، لدى الموظفين، بخصوص الخطابات الإشهارية أنها لا تهدف إلى الربح المادي فحسب، بل تسعى جاهدة أيضا في مثل تلك الظروف الصعبة إلى الإرشاد والتوجيه والتوعية. وذلك لكونها تستخدم عدة وسائل في هذه الحملات، فكما يقول شارما: (أن وسائل الإعلام المطبوعة ووسائل مثل الصحف والمجلات والمنشورات والكتيبات وما إلى ذلك تلعب دورا مهما في إعلام و تثقيف الناس حول الأحداث المهمة المتعلقة بحياتهم اليومية). (12) وقياسا على ذلك نفس الحديث ينطبق على دور وسائط التواصل الاجتماعي وعلى موقع الفيسبوك الأكثر استخداما وانتشارا. قصد نشر الوعي الصحي ومحاولة تغيير سلوكيات الموظفين، ذلك لأن: التثقيف الصحي يعد أحد المكونات الهامة للصحة العامة وتعزيز الصحة، ويهدف إلى التأثير الإيجابي على السلوك الصحي للناس من خلال إعلام وتوجيه المواطنين حول الصحة والنظافة. (13) وضرورة أخذ الإحتياطات اللازمة للوقاية في ظل تفشي هذا الفيروس كورونا وضرورة ترجمة الموظفين بوزارة أ ع ر م ق للمعلومات الصحية إلى سلوكيات صحية سليمة من أجل رفع المستوى الصحي والحد من انتشار هذا الفيروس، هذا بالتالي ما يحقق الوعي الصحي .

الجانب الميداني للدراسة

عرض و تحليل البيانات و نتائج الدراسة:

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عديش
ملاحظة: إن مجموع التكرارات أو النسب في غالب الجداول التي سيتم عرضها، تكون أحيانا بالزيادة
وأحيانا بالنقصان ذلك لإجابة الموظفين على أكثر من اقتراح في العديد من الأسئلة، ونسيانهم
الإجابة في عديد من أسئلة أخرى، والمرور على سؤال دون الإجابة عليه قد يعود إلى الضغط في
العمل وبالتالي فيه نوع من نقص التركيز أو ربما عمدا لعدم فهم السؤال.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 1 يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50	25	ذكر
50	25	انثى
100	50	المجموع

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث تساوت نسبة الذكور 50٪ مع نسبة الإناث ب
50٪، وبذلك فإن وزارة أ ع ر م ق يتنوع فيها الموظفين بين فئة الذكور والإناث، وكلا الجنسين
يتمتعون بالحس العلمي والقابلية للإجابة دون التحجج بأي سبب أو عراقيل.

الجدول رقم 2 يمثل توزيع المبحوثين حسب السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
02	01	من 20 سنة إلى 25 سنة
08	04	من 26 سنة إلى 30 سنة
20	10	من 31 سنة إلى 35 سنة
66	33	من 36 فما فوق
96	50	المجموع

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب السن، إذ نلاحظ أن الفئة العمرية "36 فما فوق" بأكبر
نسبة وذلك يعود إلى العدد الكبير من الموظفين ذوي الرتب العليا وهذا طبعا يتطلب مستوى تعليمي
أكبر وخبرة أكبر، ومن يصل إلى ذلك في الإدارة الجزائرية خاصة يكون قد بلغ سن الثلاثين من عمره
وأكثر.

الجدول رقم 3 يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي:

مهندس دولة	جامعي ل م د			جامعي كلاسيك			ثانوي	المستوى التعليمي
	دكتوراه	ماستر	ليسانس	دكتوراه	ماجستير	ليسانس		
50/08	50/01	50/08	50/03	50/01	50/01	50/12	50/14	التكـــرار
16	02	16	06	02	02	24	28	النسبة المئوية
96 بالمائة								المجموع بالمائة

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي، إذ نلاحظ أن المستوى في اقتراح"
الثانوي" بنسبة أكبر بقليل من حاملي شهادة الليسانس وأقل من ذلك المستويات الأخرى، وهذا راجع
إلى اختلاف مديريات الانتماء وعدد المجيبين في كل مديرية بوزارة أ ع ر م ق، ومن جهة أخرى الحاجة

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عبدش
 المتواصلة إلى موظفين في الرتب التالية: كاتب، عون إدارة، حاجب...، وهذا يتم بلوغه بمستوى
 الثانوي وفيه نسبة كبيرة أيضا من الليسانس كلاسك وهذا يؤكد عن التبرير في السؤال الثاني
 السابق (محور البيانات الشخصية، العمر).

الجدول رقم 4 يمثل توزيع المبحوثين حسب الرتبة المهنية:

الرتبة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
مدير مركزي	01	02
نائب مدير	01	02
مهندس رئيسي في أ ع	06	12
مهندس دولة في الإحصائيات	01	02
مهندس دولة في الأشغال ع	06	12
وثائقي أمين محفوظات	01	02
متصرف رئيسي	04	08
متصرف محلل	02	04
متصرف	07	14
مساعد متصرف	01	02
عون إدارة رئيسي	01	02
عون إدارة	01	02
ملحق إداري	01	02
تقني سامي في الإعلام الآلي	02	04
محاسب إداري رئيسي	01	02
محاسب إداري	01	02
كاتب مديرية رئيسي	02	04
كاتب مديرية	05	10
رئيس مخزن	01	02
إطار مالي	01	02
حاجب	01	02
عامل مهني من المستوى الأول	01	02
المجموع	48/50	96/100

الجدول أعلاه يمثل الرتب المهنية للموظفين بوزارة أ ع ر م ق ، حيث تختلف وتتنوع طبعا باختلاف
 وتنوع حاجة الوزارة إلى اختلاف المديرية والمديرية الفرعية التي تحتويها وتقوم عليها.

الجدول رقم 05 يمثل مديرية انتماء الموظفين بوزارة أ ع ر م ق:

مديرية الانتماء	التكرار	النسبة المئوية
وزارة الأشغال العمومية ر م ق	02	04
مديرية الإدارة العامة	15	30
مديرية التخطيط ووسائل الدراسات والانجاز	01	02
مديرية المنشآت الأساسية للطرق والطرق السيارة	02	04
مديرية البحث والتقييم والتعاون	01	02
مديرية تسيير الطرق وصيانتها	08	16
مديرية المراقبة المالية	04	08

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عبد يش

12	06	مديرية التنظيم والشؤون القانونية والأرشيف
04	02	مديرية المنشآت الأساسية المطارية
08	04	المديرية الفرعية للوسائل العامة
90/100	45/50	المجموع

الجدول أعلاه يبين مديريات الانتماء للموظفين بوزارة أ ع ر م ق، حيث نلاحظ أن الانتماء إلى مديرية الإدارة العامة بأعلى نسبة والمديريات الأخرى بنسب متقاربة مختلفة ذلك يعود إلى وزن وأهمية مديرية الإدارة العامة وهذا لا ينقص من أهمية المديريات الأخرى، لكن الإدارة العامة تعتبر الإدارة المركزية في الوزارة، من جهة أخرى كان الموضوع المدروس جد مهم بالنسبة لهم كونهم أكثر عرضة واحتكاك مع الجائحة خلال انتشارها، كونها المديرية التي لا يمكن للوزارة الاستغناء عن خدماتها في كل وقت وحين للسير الحسن والعقلاني لمختلف شؤونها.

تفسير نتائج المحور الأول انطلاقا من رؤية رئيسة مكتب في المديرية الفرعية للمستخدمين كعنصر

فعال يعرف كل الشؤون التي تخص الموظف بوزارة أ ع ر م ق:

أغلبية المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 36 فما فوق، ذلك لأن أغلب الموظفين هم من قدامى الوزارة ومع وجود تجميد للتوظيف بالتالي لا يوجد فيه لا مسابقات ولا شيء لتوظيف موظفين جدد ليكون من بينهم فئات عمرية أقل من 36 سنة، بالرغم من من استغلال المناصب المحررة ولكن بشكل ضئيل جداً.

كما أن الإدارة العامة تتكون من عدد كبير من الموظفين لأنها تحتوي مديريات فرعية أخرى، وفيه من الموظفين في سلك التقنيين وفي سلك الإداريين بكثرة.

أما بخصوص العدد المعتبر للمستوى التعليمي الثانوي فهذا لأن المديريات عديدة بالوزارة وبالتالي الحاجة المتواصلة إلى رتب بهذا المستوى مثل الكتاب والأعوان الإداريين وغيرهم.

كما تختلف الرتب ذلك لاختلاف حاجة الإدارة إلى مختلف المناصب منهم التقنيين والإداريين وكذا الموظفين في ترقية إلى رتب أعلى، مثل رتبة مهندس دولة في الأشغال العمومية يترقى إلى رتبة مهندس رئيسي بحكم الأقدمية وغيرها من المعايير والشروط، وهكذا في مختلف الرتب الأخرى.

المحور الثاني: مساهمة الخطاب الإشهاري الإلكتروني في نشر الوعي الصحي للموظفين بوزارة أ ع ر م ق.

-الجدول رقم 06 يمثل التعرض للخطاب الإشهاري الإلكتروني:

التعرض للخطاب الإشهاري الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كثيرا	16	32
قليلا	22	44
نادرا	11	22
المجموع	49/50	100/98

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ———— نصري، أ.د. عبد يش
الجدول أعلاه يمثل تعرض الموظفين للخطاب الإشهاري الإلكتروني، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين
يتعرضون للخطاب الإشهاري الإلكتروني بنسبة قليلة، وهذا دلالة على توسط واعتدال الموظفين في
استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من جهة وتعرضهم للخطابات الإشهارية من جهة أخرى.

الجدول رقم 07 يمثل اعتقادات الموظفين في الاستفادة التي يقدمها الإشهار الإلكتروني:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
28	14	معالجة بعض الأمراض
76	38	الوقاية من الأمراض المنتشرة كفيروس كورونا
58	29	التعرف على بعض الأمراض
18	9	أخرى
180/100	90/50	المجموع

يبين الجدول أعلاه النتائج التالية: أغلبية الموظفين يعتقدون أن الحملات التوعوية التي يقدمها
الإشهار الإلكتروني مفيدة في الوقاية من الأمراض المنتشرة كفيروس كورونا، كما تفيد أيضا في
التعرف على بعض الأمراض، وهذا يدل على أن الموظفين لهم مواكبة بالمستجدات الصحية
واهتمامهم بهذا المجال الحساس، إضافة إلى أن دور الإشهار في هذه الحالة اجتماعي توعوي، وهذا
مؤكد بـ **بيرنار كاتولا**: أن الإشهار لا يبيع منتجات فحسب وهو ليس واجهة لتواصل محايد، وهو أيضا
ليس واسطة بين البائع وزبونه، إنه ظاهرة إجتماعية في المقام الأول، وبصفته تلك يقوم بوظائف
ثقافية متنوعة وتتعدد في القيمة والاشتغال. (14)

الجدول رقم 08 يمثل تتبع الموظفين للنصائح والتعليمات التي تقدمها الخطابات الإشهارية عبر صفحات الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
38	19	غالبًا
56	28	أحيانا
06	03	لا أتبعها
100	50	المجموع

بيانات الجدول أعلاه تبين أن أغلبية الموظفين المبحوثين يتبعون أحيانا النصائح والتعليمات التي
تقدمها الخطابات الإشهارية عبر صفحات الفيسبوك، وهذا ما يؤكد السؤال الأول في ذات المحور،
على التعرض القليل للخطابات من طرف الموظفين، ومن جهة أخرى نسبة أخرى أقل، فيها تعرض
وتتبع أكبر للخطابات والتعليمات والنصائح، اهتماما بصحتهم ومعرفة كيفية التعامل مع الجائحة.

الجدول رقم 09 يمثل مساهمة المضامين الصحية المقدمة عبر الفيسبوك في تغيير سلوك الموظفين تجاه:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
28	14	الأمراض المزمنة

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عبدش

36	18	الأمراض الفيروسية
72	36	كوفيد-19
136/100	68/50	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية الموظفين يوافقون على كل الاقتراحات تقريبا، في مساهمة المضامين الإشهارية الصحية المقدمة عبر الفيسبوك في تغيير سلوكهم، لكن تجاه كوفيد-19 بنسبة أكبر، ذلك للخوف والهلع الذي عاشه الموظفين خلال انتشار الجائحة، وذلك لتأثرهم بالجائحة وما يتعلق بآثارها. الجدول رقم 10 يمثل نسبة زيادة الوعي الصحي لدى الموظفين من خلال تعرضهم للإشهار الإلكتروني:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
32	16	كثيرا
30	15	قليلا
30	15	إلى حد ما
92/100	46/50	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الموظفين يجيبون ويؤكدون على أن الإشهار الإلكتروني يساهم في زيادة نشر الوعي الصحي لديهم بنسبة كبيرة، وهذا يدل على أهمية وفعالية الحملات التوعوية التي كانت تحملها الخطابات الإشهارية الإلكترونية في تلك الفترة.

المحور الثالث: الدرجة التي يبلغها مستوى الوعي لدى الموظفين بوزارة أ.ع.م.ق خلال جائحة كورونا: الجدول رقم 11 يمثل آراء الموظفين في حتمية وجود الحملات التوعوية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
96	48	ضرورية جدا
4	02	غير ضرورية
100	50	المجموع

الجدول أعلاه يبين النسب التالية: أغلبية الموظفين يرون أن الحملات التوعوية خلال جائحة كورونا "كوفيد-19" حتمية وضرورية جدا، وقلة قليلة ممن يعتبرونها غير ضرورية وذلك يدل على مدى إجماع فكر الموظفين على وعيهم بخطورة الفيروس المنتشر وضرورة التعرض لمحتويات مفيدة بخصوص الجائحة، وهذا يستدل بتوافق هذه الإجابة مع إجابات سابقة في المحور السابق (السؤال 5 من المحور 2).

الجدول رقم 12 يمثل درجة رفع الخطابات الإشهارية الصحية المعروضة عبر الفيسبوك خلال جائحة كورونا لمستوى الوعي لدى الموظفين:

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عديش

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
46	23	كثيرا
34	17	قليلا
18	09	إلى حد ما
98/100	49/50	المجموع

يبين الجدول أعلاه النتائج التالية: الخطابات الإشهارية الصحية المعروضة عبر الفيسبوك خلال كورونا ترفع من مستوى الوعي لدى الموظفين بشكل كثير أحيانا أو قليل ربما في أحيان أخرى لكن الأمر المتفق عليه بشكل واضح هو أن مستوى الوعي يرتفع حتى لو كان إلى حد ما فيه تدرج وتطور، ذلك لأن الخطاب الإشهاري نوع من أنواع الخطاب بالعامّة، وذلك لاتصاله بحياة البشر بشكل مباشر، فيؤسس لقيمه الاجتماعية والأخلاقية والحضارية. (15)

الجدول رقم 13 يمثل درجة تفاعل الموظفين مع مضامين الخطابات الإشهارية الصحية عبر صفحات موقع الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
04	02	دائما
38	19	غالبا
54	27	أحيانا
96/100	48/50	المجموع

الجدول رقم 14 يمثل طريقة تفاعل الموظفين مع المضامين الصحية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
42	21	إعجاب
20	10	تعليق
24	12	نشر
16	08	مشاركة
34	17	مجرد تصفح
136/100	68/50	المجموع

تبين نتائج الجدولين أعلاه أن الموظفين يتفاعلون أحيانا مع الخطابات الإشهارية الصحية عبر الفيسبوك من خلال الإعجاب بأول درجة أو الاكتفاء بالتصفح فقط وهناك فئة تتفاعل غالبا من خلال النشر والتعليق والمشاركة، فهذا يعود إلى طبيعة الموظف المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة.

الجدول رقم 15 يمثل تقدير الموظفين لمستوى فهمهم للخطابات الإشهارية الإلكترونية الصحية:

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عبديش

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
50	25	كبير
38	19	متوسط
8	04	قليل
96/100	48/50	المجموع

الجدول أعلاه يبين أن أغلبية الموظفين يجمعون على تقدير مستوى فهمهم للمضامين بصفة كبيرة أو على الأقل بشكل متوسط وهذا يعود إلى الرسالة المفهومة التي تحملها هذه المضامين وقدرتها مقدميها على الإقناع وتبسيط الرسالة، وفي هذا الصدد يشير روبير لوديك إلى هيمنة الإشهار على الخطاب الاتصالي المعاصر فهو مثل الهواء الذي يستنشق صباح مساء.

الجدول رقم 16 يمثل الميزة التي تجعل الخطابات الإشهارية الإلكترونية الصحية تؤثر في الموظفين:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
42	21	بساطة رسالة الإشهار وسهولة فهمه
26	13	الإبداع في التقديم
40	20	استخدام الطرق التحفيزية
108/100	54/50	المجموع

توضح بيانات الجدول أعلاه أن عدد لابس به من الموظفين يرون أن بساطة رسالة الخطابات الإشهارية وسهولة فهمها أكثر ميزة تجعلها تؤثر فيهم وهذا مبرر في سؤال وإجابة سابقة (السؤال 4 من المحور 3)، إضافة إلى استخدام الطرق التحفيزية ولا يمكن إهمال نقطة الإبداع في التقديم، فالموظف يحتاج إلى ما يخرج عن المألوف أو ما يسمى بالروتين لذلك يلفت انتباهه البسيط من جهة لعدم إجهاد فكره أكثر والتحفيز والإبداع من جهة أخرى لرؤية الجديد بطريقة بعيدة عن اليأس والكآبة، فكما يقول دييتر فلادير أن الإشهار لا يخاطب عقلنا أو الرشد الذي يتجسد فينا، بل يخاطب الطفل الذي يقبّع في دواخلنا، وهذا الطفل لا يستجيب إلا لما هو مجمل وتبسيطي، وصبياتي بشكل لا يوصف. (16)

المحور الرابع: انعكاسات الخطاب الإشهاري الإلكتروني على الموظفين بوزارة أ.ع.م.ق خلال جائحة كورونا:

الجدول رقم 17 يمثل درجة تأثير الموظفين بالخطاب الإشهاري عبر صفحات الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
24	12	بدرجة كبيرة
60	30	بدرجة متوسطة
10	5	بدرجة ضعيفة
94/100	47/50	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن الموظفين أغلبيتهم يجمعون على أن الخطاب الإشهاري عبر الفيسبوك أثر فيهم بدرجة متوسطة، وهناك بفئة أقل من يرون التأثير بدرجة كبيرة، وبدرجة ضعيفة فئة قليلة

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عديش
جدا، وهذا يدل على استخدام الموظفين العقلاني لموقع الفيسبوك، وكذا اتخاذهم للأمور بشكل
متزن ومعقول غير مبالغ فيه مقارنة بما كان يعرض خلال الجائحة وما تحمله بعض المضامين من
تهويل وهلع وتخويف.

الجدول رقم 18 يمثل شعور الموظفين عند التعرض للخطاب الإشهاري الإلكتروني:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
08	04	الخوف
34	17	القلق
24	12	الرضى
34	17	لاشيء
100	50	المجموع

توضح البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن هناك من الموظفين من لا يشعر بشيء وهو يتعرض
للخطاب الإشهاري الإلكتروني وهذا يثبت ما تم التطرق إليه في السؤال السابق (السؤال 1 من المحور
4)، كما يشعر البعض الآخر بالقلق والبعض الآخر بالرضى أو الخوف، هي مشاعر قد تجتمع في
شخص واحد وربما لا، ذلك لأن أمر المشاعر أمر مرن يصعب التحكم فيه، ويتأثر كثيرا بالظروف
الخارجية منها هذا الخطاب الإشهاري الإلكتروني، فلا يمكن الإدراك فعلا نوعية الرسالة التي تلقاها
حتى وإن كانت تصب كلها في إطار التوعية والتثقيف.

الجدول رقم 19 يمثل القيام بسلوك حثت عليه الخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر صفحات الفيسبوك الخاصة بفيروس كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
60	30	التباعد الجسدي الاجتماعي
70	35	الالتزام بالنظافة والتعقيم
28	14	شراء واقتناء منتجات معينة خاصة بالتعقيم والوقاية
36	18	الالتزام بالحجر المنزلي
2	01	أخرى
196/100	98/50	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أن أغلبية الموظفين اكتسبوا من الخطابات الإشهارية الإلكترونية عبر الفيسبوك
سلوك الالتزام بالنظافة والتعقيم، التباعد الجسدي، الالتزام بالحجر المنزلي وشراء واقتناء منتجات
للوقاية والتعقيم، على الترتيب حسب إجماعهم على سلوك معين، وهذا يدل على تقارب اهتماماتهم
واكتسابهم وعي صحي خاص بالاهتمام بالصحة الشخصية من خلال هذه السلوكيات والتصرفات،
إضافة إلى السمة الإقناعية التي كانت تحملها الخطابات، فكما يؤكد الباحث **أوكسنفلد** أن الإشهار

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عبد يش
عملية اتصال إقناعي تهدف إلى نقل التأثير من بائع إلى مشتر على أساس غير شخصي يحثه على
الإقبال على المعروض والانتفاع بخدماته. (17)

الجدول رقم 20 يمثل رد الموظفين حول إيجابية متابعة الخطاب الإشهاري الإلكتروني:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
82	41	نعم
16	08	لا
98/100	49/50	المجموع

الجدول رقم 21 يمثل كيفية انعكاس الخطاب الإشهاري الإلكتروني على الموظفين:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
36	18	التثقيف الصحي
50	25	كسب معلومات جديدة
32	16	تغيير في سلوك أو ذهنيات
118/100	59/50	المجموع

أظهرت نتائج الجدولين أعلاه أن أغلبية الموظفين يجيبون "بنعم" على أساس انعكاس متابعتهم
للخطاب الإشهاري الإلكتروني عليهم بالإيجابية بمختلف الآثار، بالدرجة الأولى في اكتساب معلومات
جديدة وكذا التثقيف الصحي إضافة إلى التغيير في السلوك أو الذهنيات وهذا دليل على استفادة
الموظفين من ما تم عرضه عبر الفيسبوك من خلال الخطابات الإشهارية التوعوية الصحية خلال
جائحة كورونا، "فهذه الخطابات كانت بمثابة صناعة إعلامية ثقافية حظيت باهتمام كبير في مختلف
المجتمعات بما فيها مختلف الفئات، لما تتميز به من قدرة عالية في بلورة الرأي العام وتشكيل الوعي
الفردى والجماعى". (18)

عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمقابلة:

المقابلة الأولى: يوم الثلاثاء 03 جانفي 2023 على الساعة العاشرة 10:00 صباحا، مع السيدة ح.س
رئيسة مكتب، رتبة متصرف محلل، بالمديرية الفرعية للمستخدمين، مديرية الإدارة العامة بوزارة أ.ع
ر م ق:

السؤال الأول: من المفترض أن وزارة أ.ع ر م ق قدمت لكم كموظفين، مجموعة من التدابير
والاحتياطات للتعامل مع الجائحة؟

إجابة المبحوثة: بصراحة لم تكن هناك احتياطات وتدابير لازمة كافية، حتى من ناحية المنتجات
التعقيمية والوقائية كانت تعطى لأعوان الأمن وعمال النظافة، في حين تم التركيز على عملية
التعقيم المتكررة عند وضع الأصبع على آلة التأشير.

السؤال الثاني: كيف كانت طريقة التوعية من طرف السلطات العليا والموظفين؟

الخطاب الإشعاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ———— نصري، أ.د. عديش

إجابة المبحوثة: لم تكن هناك توعية بقدر ما كان فيه إصدار لمختلف التعليمات، وكان ردنا نحن من خلال المذكرات الداخلية.

السؤال الثالث: هل لاحظت فعلا اهتماما من طرف الموظفين بهذا الأمر؟

إجابة المبحوثة: في تلك الفترة كان فيه نقص للموظفين أغلبيتهم استفادوا من عطلة كوفيد-19 الاستثنائية سواء الذين مرضوا به أو يعانون من أمراض أخرى كالأمرض المزمنة أو من الموظفين الذين يسكنون خارج العاصمة، إضافة إلى من لهم أولاد أقل من 14 سنة إلى غير ذلك من الاستثناءات.

السؤال الرابع: هل كان دوام العمل مثل الأيام العادية؟

إجابة المبحوثة: يتوقف ذلك على مصالح الوظيف العمومي تبعا للحظر المفروض وطنيا.

السؤال الخامس: كيف كان التعامل بينكم؟

إجابة المبحوثة: من جهة كما قلت سابقا كان فيه عدد محدود من الموظفين ومن جهة أخرى اتخذنا احتياطاتنا في ارتداء الكمامة والتزام التباعد الجسدي والاجتماعي.

السؤال السادس: هل كانت لديكم إصابات كثيرة؟ وكيف تخطيتم هذه الأزمة؟

إجابة المبحوثة: كان فيه إصابات طبعا ولكن هذا يعود إلى كل مديرية والاحتياطات التي اتخذتها، وكيفية تخطي الأزمة كان من خلال أخذ مختلف الاحتياطات و تنظيم العمل عن بعد كالاتماعات وغيرها، وتجنب اللقاءات المباشرة.

السؤال السابع: حسب رأيك الشخصي هل تعتبرين أن و أ ع ر م ق قامت بدورها تجاه الموظفين في تلك الفترة الحرجة؟

إجابة المبحوثة: على حد تعبيرها: ليس مائة بالمائة 100/100 مقارنة بوزارات أخرى حسب معلوماتنا، فقد كانت أساليب وطرق الوقاية من الفيروس عبارة عن مجهودات ونفقات شخصية.

وللأمانة فقط كأمر ايجابية تم توفير النقل، قياس الحرارة عند الدخول إلى مقر الوزارة، مع بعض الاتفاقيات التي قامت بها الوزارة مع بعض المستشفيات للقيام بعملية التلقيح.

السؤال الثامن: لو كان القرار بيدك في تلك الفترة ماهي الحلول التي تقترحينها لسير العمل من جهة ولمصلحة الموظف من جهة أخرى؟

إجابة المبحوثة: كان بالود توفير مختلف المستلزمات اضافة إلى النقل خاصة للموظفين خارج الولاية لكي يكون هناك عدل بين الموظفين، والعمل على أساس نظام التناوب وكذا محاولة التكوين التكنولوجي للتمكن أكثر من التعامل والعمل عن بعد لعدم الإحساس بنقص الموظفين.

المقابلة الثانية: يوم الأربعاء 04 جانفي 2023 على الساعة الحادية عشر والنصف 11:30 صباحا، مع السيدة ج.س رئيسة مكتب ، رتبة متصرف، بالمديرية الفرعية للمستخدمين، مديرية الإدارة العامة بوزارة أ ع ر م ق:

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصري، أ.د. عبديش

السؤال الأول: من المفترض أن وزارة أ ع ر م ق قدمت لكم كموظفين، مجموعة من التدابير والاحتياطات لالتزامها؟

إجابة المبحوثة: ليست هناك احتياطات ولاتدابير لازمة كافية، ولا منتوجات بل كانت إمكانيات خاصة فقط، لكن ماهو ايجابي في الموضوع توفير النقل.

السؤال الثاني: كونك في مكتب الإطارات وتعاملكم مع مدراء مديريات الأشغال العمومية بمختلف ولايات الوطن كيف كان التعامل بينكم؟

إجابة المبحوثة: كان فيه نقص التعامل المباشر، وكان التركيز أكثر بالقضايا والأمور المستعجلة وإلا فنحن نكمل ماهو سابق.

السؤال الثالث: هل لاحظت فعلا اهتماما من طرف الموظفين بهذا الأمر؟

إجابة المبحوثة: في تلك الفترة كان فيه عناصر محدودة من الموظفين (100/50 تبقى، و100/50 تخرج) خروج الاستفادة من عطلة كوفيد-19 الاستثنائية المرضى بكورونا أو أمراض مزمنة أو الموظفين الذين يسكنون خارج الولاية، اضافة إلى من لهم أولاد أقل من 14 سنة .

السؤال الرابع: هل كان دوام العمل مثل الأيام العادية؟

إجابة المبحوثة: العمل لم يكن بشكل يومي وكان فيه مناوبات والخروج من العمل قبل وقت الأيام العادية احتراما للحجر الصحي.

السؤال الخامس: حسب رأيك الشخصي هل تعتبرين أن و أ ع ر م ق قامت بدورها تجاه الموظفين في تلك الفترة الحرجة؟

إجابة المبحوثة: لم يبرز دورها بشكل عادل بين الموظفين فنحن نرى أن تسريح الموظفين خارج الولاية دون الآخرين إجحاف في حق البقية، في حين أننا نتمتع بنفس الحقوق ونفس الواجبات ومن جهة أخرى أيام العمل العادية كلهم يملكون إقامة بالعاصمة وفترة الجائحة ظهر أغلبيتهم خارج الولاية.

السؤال السادس: لو كان القرار بيدك في تلك الفترة ماهي الحلول التي تقترحينها لسير العمل من جهة ولمصلحة الموظف من جهة أخرى؟

إجابة المبحوثة: من المفروض عدل بين الموظفين بحيث يكون للموظفين خارج الولاية دوام عمل أو بالأحرى مناوبات عمل في المصالح كباقي الموظفين ولا حرج في توفير النقل لهم.

أما بخصوص المستلزمات الأخرى نتفهم الأمر ونرى بالفعل أين يجب أن تتوفر وتكون نظرا للميزانية المحدودة.

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عبدش

تعليق حول إجابة المبحوثين: كانت إجابة المبحوثين صريحة وواضحة، تتميزان بالصدق والشفافية ودليل ذلك التقارب الكبير بين ردودهما رغم أن المقابلة أجريت على انفراد مع كل واحدة منهما، وهذا يبين نقلهما للواقع المعيش في وزارة أ.ع.ر.م.ق خلال جائحة كورونا.

-النتائج العامة للدراسة:

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن كلا الجنسين من موظفي وزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية يتابعون الخطابات الاشهارية الإلكترونية.

- توصلت الدراسة إلى أن الموظفين المبحوثين أغلبيتهم من فئة الكهول حيث تتراوح أعمارهم من 36 فما فوق.

-موظفو وأ.ع.ر.م.ق يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل عقلائي ما أدى إلى الاعتدال في التعرض لخطاباته الاشهارية الصحية والتأثر بشكل واقعي غير مبالغ فيه.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن الموظفين بوزارة أ.ع.ر.م.ق يستفيدون من الحملات التوعوية الصحية المقدمة من خلال الخطابات الاشهارية عبر الفيسبوك واعتبارها ضرورية وحتمية للتوعية.

- مساهمة الخطابات الاشهارية الصحية في نشر الوعي الصحي لدى الموظفين بوزارة أ.ع.ر.م.ق.

- مستوى الوعي الصحي لدى الموظفين بوزارة أ.ع.ر.م.ق أثناء انتشار جائحة كورونا قد زاد بشكل معتبر وملحوظ.

- انعكاسات الحملات التوعوية الصحية على الموظفين أثناء انتشار جائحة كورونا تمثلت في انعكاسات إيجابية، أدت بالموظفين إلى التغيير في بعض سلوكياتهم وتصرفاتهم الخاطئة أو تغيير على مستوى الذهنيات دلالة على تثقفهم صحيا تجاه الجائحة واكتسابهم معلومات جديدة.

خاتمة

تعد الخطابات الاشهارية الصحية الالكترونية من أهم المضامين التي يمكن أن تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك الأكثر انتشارا واستخداما من طرف مختلف الفئات العمرية والمستويات العلمية، ذلك لأن الإشهار بمختلف أنواعه مقترن دائما بالربح المادي، وجائحة كورونا رغم كل مساوئها وآثارها السلبية إلا أنها عملت في زمن انتشارها بقوة على تغيير أو على الأقل تصحيح هذه الفكرة (ربط الإشهار بالربح المادي فقط) وعلى توحيد هدف المضامين الإعلامية و الإلكترونية وهو محاولة التوعية قدر الإمكان ونشر الوعي الصحي من خلال عرض حملات توعوية صحية لكل أفراد المجتمع دون استثناء لفئة الموظفين في مختلف القطاعات منهم موظفي وزارة أ.ع.ر.م.ق، حيث تلعب هذه الخطابات دورا مهما في إيصال المعلومة الصحية والمفاهيم المتعلقة بصحة الأفراد والموظفين، الجسمية والنفسية والاجتماعية، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الحملات بمثابة عملية تربية

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عبد يش
تخص التربية الصحية التي يتحقق من خلالها رفع الوعي الصحي لدى الموظفين، وذلك منذ المراحل
المتقدمة من حياتهم، وهذا لا يتسنى إلا بتضافر جهود كل القائمين على الميدان الصحي ككل، في
كافة ربوع الوطن من مؤسسات وأفراد بشتى الوسائل والوسائط، سعيا لنشر الوعي والتثقيف
الصحي وكان هذا من أولويات الخطابات الاشهارية الالكترونية خلال جائحة كورونا من خلال تقديمها
حملات رقمية مختلفة في مواضيع عدة وتركيزها بشكل أكبر على الحملات الخاصة بفيروس كورونا
الجائحة التي لم تعرف التمييز بين البلدان المتقدمة أو المتخلفة وأدت بفتك أرواح العديد من الناس
نتيجة لخطورة المرض، وهذه الخطورة مست أيضا الموظفين بوزارة أ ع ر م ق وجعلتهم أكثر حرص
على صحتهم وعائلاتهم ومحاولتهم في التثقف صحيا، هذا ما تؤكدته نتائج دراستنا التي توضح أن
الخطابات الإشهارية الالكترونية عبر موقع الفيسبوك قد ساهمت في خلق الوعي الصحي لدى
الموظفين بوزارة الأشغال العمومية والري والمنشآت القاعدية بمستوى معتبر كاف لما تطمح إليه
أهداف الخطابات الالكترونية الصحية، لما فيها من انعكاسات ايجابية عليهم خلال انتشار جائحة
كورونا.

قائمة الهوامش:

- (1) عبيدات، محمد وآخرون، (1999)، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للنشر، ص 96.
- (2) إبراهيم مروان عبد المجيد، (2000)، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، ص 163.
- (3) نوسي، عبد المجيد، (2009)، الخطاب الإشهاري بالمغرب إستراتيجيات التواصل. ط1، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية الجديدة، ص14.
- (4) * Philip Kotler et Kevin Keller ,Marketing Management,15éme Global édition,publie par Pearson éducation inc/prentice Hall ,France, 2009,p: 637
- (5)* Terence A. Shimp, J. Craig Andrews. Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. 9th edition, 2013. p: 234
- (6) حواس، مولود وآخرون، (2019)، مساهمة حملات التسويق الاجتماعي، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد5، ص170
- (7) مدار، فاروق، (د.ت)، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني، ص297.
- (8) نوري، تقى وآخرون، (2020)، مستوى قلق الناتج عن جائحة كورونا في ضوء بعض المتغيرات لدى عينة من المجتمع العراقي، مجلة كلية التربية لجامعة واسط، العدد39، ص352.
- (9) المشاقبة، بسام عبد الرحمان، (2012)، الإعلام الصحي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص145.
- (10) حامدي، كنزة وآخرون، (2019)، واقع التربية الصحية في المناهج التعليمية الجزائرية، المدرسة الابتدائية نموذجا، مجلة أفاق العلمية، المجلد11، العدد4، ص65.

الخطاب الإشهاري الإلكتروني ونشر الوعي الصحي في الجزائر أثناء انتشار جائحة كورونا ——— ناصر، أ.د. عديش

(11) شعبان، اليمين، (2006)، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري (دراسة ميدانية للأسر المقيمة بالمدينة)، (جامعة الحاج لخضر، ص 06.

(12)+(13)* Sushil Kumar Sharma and dr Ygesh Kumar Gupta, Mass media for health education, a study in the stats of rajasthan, globalreser.chademy- uk, 01 january 2017-2014, 1-15.

(14) كاتولا، بيرنارد، (2012)، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بنكراد، ط، 6، سوريا، دار الحوار للنشر والتوزيع، ص 15

(15) بنكراد، سعيد، (2010)، استراتيجيات التواصل الإشهاري، ط، 1، سوريا، دار الحوار للنشر والتوزيع، ص 72.

(16) عليوي، بنيونس، (2016)، الإرسالية الإشهارية وإعادة تشكيل الذات الحضارية، من موقع:

<https://www.alukah.net>

(زيارة الموقع يوم السبت 2023/01/28 على الساعة 12.30)

(17) عبد الرحمان، الخطاب الإشهاري والقيمة الحجاجية، منتديات تخاطب ملتقى الفلاسفة واللسانيين واللغويين

والأدباء والمثقفين، اللسانيات النظرية: علم الدلالة والتخاطب (التداولية)، من موقع:

<https://tqkhqtub.ahlamontada.com>

(زيارة الموقع يوم الجمعة بتاريخ 2023/01/27 على الساعة 11.45)

(18) Sellami, Abdelkader, (2014), discourse of advertising between semantics and pragmantism, university of Telemcen-Algeria, vol 02, n01, p 51.