



دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر  
"دراسة تحليلية للصفحة الرسمية على الفايسبوك لخلية الإعلام والاتصال  
لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة"

**The Role of Electronic Neighborhood Communication in  
Health Education in Algeria  
"An Analytical Study of the Official Facebook Page of the  
Information and Communication Cell of the Directorate of  
Health and Population of the Wilaya of Constantine**

خديجة، قطش \*

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3 (الجزائر).

البريد الإلكتروني المهني: khadidja.guetteche@univ-constantine3.dz

تاريخ النشر  
2023/12/01

تاريخ القبول  
2023/10/26

تاريخ الإيداع  
2023/06/04

**المخلص:** تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية للمواطنين، فالملاحظ مؤخرًا اعتماد الدولة الجزائرية على الاتصال الجوّاري بشكل كبير في إيصال رسائلها التوعوية للمواطنين خاصة أثناء أزمة كورونا، فتعددت الوسائل الاتصالية المعتمدة واختلفت باختلاف خصائص الجمهور الموجه إليه، إذ اتخذت من الوسائل الرقمية وسيطا لنقل هذه المعلومات من خلال انشائها لصفحة رسمية على موقع الفايسبوك للتواصل مع الجمهور فاتحة المجال أمامه لطرح انشغالاته وتساؤلاته حول مختلف الأمراض. ولتسليط الضوء على ذلك وتأكيد هذه الفرضية ارتأينا في هذه الورقة البحثية التعرف على دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر من خلال القيام بدراسة تحليلية للصفحة الرسمية على الفايسبوك لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة.

وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج مفادها أن الدولة الجزائرية تحاول الاستفادة من الرقمنة لتوفير الراحة للمواطنين وتنقيفهم وكذا توعيتهم في المجال الصحي بطريقة تحمي حياة الفرد والمحيطين به وخلق وعي عام وتحقيق المنفعة العامة داخل المجتمع.

\* المؤلف المرسل

**الكلمات المفتاحية:** الاتصال العمومي، الاتصال الجوّاري، الاتصال الجوّاري الإلكتروني، التوعية الصحية، مواقع التواصل الاجتماعي.

**Abstract :** This study aims to identify the role of electronic neighborhood communication in the health awareness of citizens. It has been noted recently that the Algerian state has relied heavily on neighborhood communication in delivering its educational messages to citizens, especially during the Corona crisis. Digital is a mediator for the transfer of this information through the creation of an official page on the Facebook site to communicate with the public, opening the way for him to raise his concerns and questions about various diseases. To shed light on this and confirm this hypothesis, we decided in this research paper to identify the role of electronic neighborhood communication in health education in Algeria through Carrying out an analytical study of the official Facebook page of the Information and Communication Cell of the Directorate of Health and Population of Constantine Province. The study reached a set of results, to the effect that the Algerian state is trying to take advantage of digitization to provide comfort to citizens and educate them, as well as educate them in the health field in a way that protects the life of the individual and those around him, creates public awareness and achieves the general benefit within society.

**Keywords:** public communication, neighborhood communication, electronic neighborhood communication, health awareness, social networking sites.

## مقدمة:

عرف العالم مؤخرا موجة وبائية مفاجئة، حصدت العديد من الأرواح، وأدخلت العديد منهم في حجر صحي إجباري، وطرحنا العديد من التساؤلات والاستفسارات حولها، وحول كيفية الوقاية منها والمحافظة على أرواح الأفراد، ما دفع القائمين على الدولة وبالأخص القائمين على قطاع الصحة بالجزائر إلى البحث عن أكثر الطرق فعالية لإيصال رسائلها وحملاتها التحسيسية للمواطنين، والعمل على تزويدهم بمعلومات صحيحة ومن مصادر موثوقة حول هذا الوباء والتدابير الواجب اتباعها لحماية نفسه والآخرين، ما دفع بالدولة إلى التفكير في تطبيق استراتيجيات اتصالية جديدة هدفها توعية المواطن بالدرجة الأولى الوصول إلى أكبر عدد من المواطنين بأقصر الطرق وأنفعها، حيث تعددت الوسائل المستخدمة واختلفت باختلاف خصائص الجمهور المستهدف، فاعتمدت الدولة الجزائرية على مختلف وسائل الإعلام والاتصال خاصة الحديثة منها في التواصل مع المواطنين. ولعل خاصية التفاعل التي طرحتها هذه الوسائل الإلكترونية

الحديثة قد تساعد أكثر على الاستماع لانشغالات المواطنين وتقربه أكثر من المؤسسات الصحية للدولة والتي تُعتبر من المصادر الموثوقة والمهمة لاستقاء المعلومات منها خاصة في ظل انتشار الشائعات والأخبار المغلوطة أثناء الأزمات وانتشار الأوبئة والتي تبتث الرعب في نفوس المواطنين وتزرع الوسواس القهري لديهم حول الوباء المنتشر.

في خضم هذه التغيرات وفي ظل الانتشار المتزايد لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ظهر الاهتمام بهذه التقنية وتوجهت الدولة الجزائرية لمحاولة الاستفادة منها في مجال التوعية والتحسيس في المجتمع فأُنشأت صفحات عبر موقع الفايسبوك هدفها المصلحة العامة، فالأزمة الصحية التي شهدتها العالم خلال السنتين الماضيتين ساعدت على بروز الحاجة الى التوعية ، فبالنظر لما خلفه الوضع السائد آنذاك كان لابد من ايجاد طرق حديثة للتوعية بعيدا عن الطرق التقليدية المعروفة الامر الذي أدى الى زيادة استخدام مختلف تكنولوجيات الاعلام والاتصال كوسائل بديلة للتوعية من خلال استغلال خصائصها ومميزاتها التي تسهل نقل المعلومة وشرحها وتبسيطها كل هذا ساهم في ادراك اهمية استخدام التكنولوجيات الحديثة في التوعية بمختلف أشكالها، وتأسيسا على ذلك حاولنا في هذه الورقة البحثية الكشف عن دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر.

#### تساؤلات الدراسة:

1. كيف تستعمل الدولة الجزائرية الاتصال الجوّاري في توعية المواطنين بمخاطر انتشار الأمراض والأوبئة؟
2. ما هي طبيعة المضامين المعروضة على الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة قصد التوعية بمخاطر انتشار الأمراض والأوبئة ؟

3. كيف عرضت خلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة

المواضيع المتعلقة بالتوعية الصحية عبر صفحتها على الفايبيوك؟

## 2. أهداف الدراسة:

- التعرف على دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر.
- معرفة واقع الاتصال الجوّاري الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوعية الصحية في الجزائر.
- التعرف على المضامين المنشورة من طرف الدولة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والهادفة لتوعية المواطنين أثناء جائحة كورونا.
- تسليط الضوء على طريقة عرض محتويات صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الهادفة لتوعية المواطنين بمختلف الأمراض والأوبئة المستعصية.

## 3. أهمية الدراسة:

- تزايد اهتمام الدولة الجزائرية بتوعية الجمهور وتحسيسه خاصة في ظل الأزمة الصحية وانتشار مختلف الأمراض والأوبئة الخطيرة.
- ظهور الدور الفعال للاتصال الجوّاري في التوعية الصحية للمواطنين.
- تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع عدد مستخدميها ما يسهل الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع.
- نقص الدراسات التي تناولت الموضوع وأظهرت أهمية الاتصال الجوّاري الإلكتروني ودوره في توعية الجمهور في مجالات مختلفة.
- انتشار ثقافة التوعية الصحية والبحث عن المعلومات من مصدرها الأصلي خاصة بعد مرور العالم بأزمة كوفيد 19.
- أزمة كورونا والحجر الصحي التي غيرت الاستراتيجيات الاتصالية في القطاع الصحي وتوجه الدولة نحو الاستفادة من الرقمنة لإيصال المعلومات للمواطنين.

#### 4. ضبط المفاهيم:

##### 1.4 الاتصال العمومي:

يُعرف ميشال بوشون ورفاقه الاتصال العمومي على أنه "مجموعة من الظواهر الخاصة بإنتاج ومعالجة ونشر المعلومات التي تعكس ردود الفعل، وخلق وتوجيه المناقشات حول الرهانات العامة، والاتصال العمومي ليس فقط نشاط اتصالي خاص بممارسات وسائل الإعلام إنما هو قضية خاصة بجميع الفاعلين (مؤسسات، شركات، الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني، والمجموعات الناشطة في المجال العام). (عيواج وآخرون، 2018، صفحة 38).

يُشار إلى الاتصال العمومي على أنه تبادل للمعلومات، فالاتصال لا يعني الإعلام فقط والاستعلام فقط وإنما يعني الإقناع، أي تغيير آراء وسلوك الآخرين وكثيرا ما يستعمل كمرادف للاتصال الاجتماعي، فالاتصال العمومي يصبح اجتماعيا عندما يبحث عن تغيير أو تعديل لصالح المجتمع برمته، فالاتصال العمومي هو علم نقل الأفكار الجديدة من طرف إلى طرف ثاني، وهو الركيزة الأولى للسلطة التي تستعمله من أجل تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي عن طريق المنظمات العمومية أو الجمعيات التي تخدم المجتمع بصفة عامة. (رغيس، السنة الجامعية: 2018-2019، صفحة 16)

وبالتالي فالاتصال العمومي يُعنى به الاتصال الهادف إلى تغيير سلوك واتجاهات المواطنين لصالح الخدمة العامة، إذ يكون موجه من طرف الدولة والمنظمات العمومية.

##### 2.4 الاتصال الجوّاري:

يعرف جون مارك غويب Jean-Marc Geib الاتصال الجوّاري على أنه " تلك الآلية الاتصالية التي تسمح بتنفيذ وتأدية مهمة أو مهام تحسيسية ووقائية في نفس الوقت، تمكن من أخذ زمام المبادرة والاتصال (إعطاء معلومات) بالمواطن من خلال التقرب منه

بالتوعية والتوجيه، وهذا السلوك في حد ذاته من شأنه جذب وإعطاء هبة ومصادقية للمؤسسات وتقريبها من الجمهور". (علي قشي، أجيم، 2017، صفحة 272) هو عملية إنتاج واستقبال رسائل خاصة بين المرسل والمتلقي تخدم القيم الفكرية والثقافية والجغرافية المشتركة، بطريقة قريبة موجهة مباشرة وغير مركزية، تعتمد على كل الوسائل والوسائط الممكنة شريطة ألا تؤثر على الخصائص المشتركة للأفراد ومحيطهم وفضائهم، بطريقة تلبي توقعاتهم الجوارية الحميمة.

حيث يدعو الاتصال الجوّاري إلى تهمين العلاقات التبادلية بين الفاعلين في المؤسسة في المحيط الأقرب إلى مكان عملهم. (لصطب، 2019، صفحة 103) فالالاتصال الجوّاري هنا يعني تزويد المواطنين بمجموعة من المعلومات الهدف منها خدمة الصالح العام من خلال تضمين مختلف الرسائل بمحتويات توعوية وأخرى تحسيسية. وتأسيسا على ذلك يمكننا القول أن الاتصال الجوّاري الإلكتروني هو عملية نقل وإعطاء المعلومات وتوزيعها للمواطنين في رقعة جغرافية محددة، بغرض تحقيق الصالح العام والتقرب من المواطنين بهدف توعيتهم وتحسيسهم وكذا تزويدهم بالمعلومات النافعة عن طريق استخدام التقنيات الحديثة في ذلك من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية ومختلف الوسائط الإلكترونية الأخرى بغية الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وتوسيع دائرة المنفعة العامة.

#### 3.4 التوعية الصحية:

هي إيجاد الوعي وإكسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج القائم بالتوعية. (كيجل، 2012، صفحة 86)

كما تُعرف كونها مجموعة الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدّم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لأنفسهم وأطفالهم من الأمراض

وتحذيرهم من المخاطر المريحة وبالتالي تربية أفراد المجتمع على القيم الصحية بالإضافة إلى الوقائية، فالغاية من التوعية الصحية تحسين الصحة على مستوى الفرد والمجتمع، ومحاولة خفض حدوث الأمراض، والإعاقات، والوفيات، وتحسين نوعية الحياة للفرد والمجتمع. فالتوعية هنا تعني اقناع المواطنين بمجموعة من التعليمات والإرشادات التعليمية لحماية نفسه وعائلته ومحيطه من مختلف الأمراض والأوبئة التي تهدد حياته وحياة المحيطين به.

#### 4.4 مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، والتي أحدثت تغييرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات بحيث تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي" (المعطي، 2015، صفحة 79)

كما تُعرف كونها: "مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو الجماعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر. ولعل من أبرز هذه المواقع: فيس بوك، تويتر، جوجل بلاس، ليكند إن، وغيرها من المواقع المتخصصة مثل يوتيوب وانستغرام. (خليفة، 2016، صفحة ص42)

#### 5. الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** ايناس رغييس: الاتصال العمومي الجوّاري ودوره في تحسين الخدمة العمومية (2018-2019) هدفت الدراسة إلى البحث في تحسين الخدمة العمومية من منظور اتصالي من خلال توظيف الاتصال العمومي الجوّاري عبر نشر وتداول المعلومات العمومية، وإشراك الفواعل بالاستعانة بوسائل الاعلام المحلية وتكنولوجيا

الإعلام والاتصال في الإدارة الإقليمية الجزائرية، من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والاستعانة بالاستمارة والمقابلة كأدوات بحثية لتحقيق الأهداف المنوطة. وقد أسفرت النتائج على أن الاتصال العمومي يساهم في تحسين الخدمة العمومية عبر تحسين تداول المعلومات المختلفة وتحقيق مشاركة المواطنين غير أن الطريقة التي يتم بها توظيف الاتصال العمومي لا يكرس شفافية المعلومات الخاصة بالخدمات العمومية وتدفعها باستمرار بسبب عدم التأسيس للوظيفة الاتصالية على مستوى البلديات خاصة في ظل غياب هيكلية وظيفية وغياب شرعية حقيقية للفعل الاتصالي المحلي وممارسة الارتجالية في الاتصال وكذا عزوف المواطنين عن أداء أدوارهم في تقديم آرائهم ومقترحاتهم وغياب قنوات الاتصال.

**الدراسة الثانية:** نبيلة بوخيزة: تطبيقات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة - دراسة نظرية- (2006-2007) سعت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الرسالة الإعلامية ذات المنفعة العامة الهادفة إلى الحد أو التقليل من الحوادث التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية بصفة عامة، وأبرزها الحوادث الناجمة عن التكهرب والغاز في الجزائر، وعلاقتها بالمواطن وكذا تثقيفه بمختلف الأمور اللازمة لتفادي مثل هذه الحوادث التي بدأت تعرف منحى خطير بسبب غياب ثقافة الإرشاد حول استعمال هذه المادة التي قد تتحول من مادة تمد بالطاقة إلى مادة مدمرة، وقد استخدمت الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي وأرفقته بالمنهج المسحي متخذة من الاستمارة أداة للدراسة.

أين وصلت الدراسة إلى أن واقع تطبيق هذه التقنية ليزال في طوره الجيني بالرغم من وجود مبادرات عديدة من طرف الحكومة والمؤسسات العمومية لمحاولة تثقيف وتربية المواطنين، كذلك أوجدت الدراسة أن الاتصال العمومي المطبق ليزال يعاني كثيرا من النقائص والمشاكل والتفكك وكذا التناقضات الداخلية للنسق التنظيمي الذي يعاني نوعا ما

من الخمول على مستوى الموارد البشرية. وبالتالي فالمشكل الاساسي للاتصال العمومي في الجزائر يتمثل في التعود على الانتاج الكمي على حساب النوعية والفعالية التي تؤدي بالضرورة إلى فشل الرسالة الإعلانية في التأثير على الجمهور مؤكدة في ذلك على أهمية الاتصال الشخصي في نشر الثقافة الوقائية.

**الدراسة الثالثة:** تقوى أدم حسن أدم، معاوية مصطفى بابكر: توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القضارف)،(2018-2019)، هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج التوعية الصحية للتعرف على الدور الذي تؤديه إدارة تعزيز الصحة في التوعية الصحية بولاية القضارف بالسودان، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج والأهداف المنوطة واعتمدت الاستمارة كأداة لجمع البيانات والاستعانة كذلك بالملاحظة والمقابلة كأدوات مساندة، بحيث أسفرت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها أن برامج التوعية الصحية أسهمت في تغيير نمط سلوك المتلقى إلى سلوك صحي سليم، كما توصلت إلى أن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية بنسبة بلغت 96%، وأكدت أن أكثر الرسائل الصحية التي يستقبلها المجتمع هي الرسائل المتعلقة بصحة البيئة.

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتحصل عليها تبين بأن معظم الدراسات استخدمت المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستمارة كأداة للدراسة، حيث ركزت على كيفية الاستفادة من وسائل الإعلام التقليدية في توعية وتنقيف المواطنين وتغيير سلوكهم بهدف تحقيق الوعي العام وإشاعة المنفعة العامة، في حين تركز هذه الدراسة على تبيان دور الوسائل التكنولوجية الحديثة في نشر الوعي والثقافة الصحية وكيفية تدخل الرقمنة في تغيير استراتيجيات الاتصال الجوّاري التوعوي في المجتمع، وتبيان واقع الاتصال

الجوّاري الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوعية الصحية في الجزائر.

## 6. الجانب التطبيقي:

### 1.6 مجالات الدراسة:

**المجال الزمني:** انطلقت الدراسة الميدانية مطلع عام 2023 بعد تصميم صحيفة الاستمارة الخاصة بتحليل المحتوى، وعرضها على المحكمين وتصويبها، ثم الشروع في تفريغ البيانات وإعداد الجداول والقيام بتحليل وتفسير المعلومات المتحصل عليها واستخلاص النتائج وعرضها في شكلها النهائي.

**المجال المكاني:** تمثل المجال المكاني للدراسة في الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة والمتواجدة عبر الفايبيوك على الرابط: <https://www.facebook.com/dspconstantine25> تم انشائها في 22 أبريل 2021، تضم الصفحة حوالي 21 k مشترك يسيرها 4 مسيرين من الجزائر، يستعملون اللغة العربية في عرض محتويات ومنشورات الصفحة. تحتوي الصفحة على معلومات تسهل التواصل مع القائمين عليها تمثلت في رقم الهاتف والبريد الإلكتروني المدرج عبر الصفحة.

### 2.6 منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الورقة البحثية على المنهج الوصفي كمنهج للدراسة، والذي يُعرف على أنه "طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها" (علي، 2009، صفحة 83)، وذلك بُغية الكشف عن الدور الذي يلعبه الاتصال الجوّاري في توعية المواطنين وكيفية استخدامه من طرف الجهات المعنية، وكذا أهم الوسائل والتقنيات الحديثة التي تستعملها لإيصال المعلومات المفيدة للمواطنين، معتمدين في ذلك على أداة

تحليل المضمون والقيام بتحليل الصفحة الرسمية على الفايسبوك لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة للكشف عن دور الاتصال الجوّاري في التوعية الصحية للمواطنين.

### 3.6 أدوات جمع البيانات:

بغية التعرف على دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتخاذ الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة كمجال للدراسة، تم الإعتماد على تحليل المحتوى كأداة للدراسة والتي تُعرف على أنها "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظمة والكمي للمحتوى الظاهر والصريح لمضمون الاتصال" (التائب، 2018، صفحة 357)

#### وحدات التحليل:

**وحدة الكلمة:** تعتبر الكلمة أصغر وحدات التحليل المضمون، يوفر استخدامها عنصر الثبات في النتائج، وذلك للاتفاق على محددات الكلمة وتعريفها، إذ قد تكون الكلمة معبرة عن معنى أو مفهوم أو معنى معين، رمز معين، مدلول معين أو عن شخصية معينة. (المشهداني س.، 2019، صفحة 180)

**وحدة الموضوع:** وهي من أكثر الوحدات شيوعا واستخداما في بحوث الإعلام، تفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على محتوى الإعلام (عبد الحميد ، صفحة 140)، وقد تم استخدامها لتحديد نوع المواضيع التي تم نشرها عبر الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة ودور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر.

#### فئات التحليل:

**فئات المضمون:** ماذا قيل؟ وتمثلت في:

فئة الشكل الذي وردت به منشورات الصفحة: وشملت نصائح الأطباء، عدد الحالات المسجلة، شهادات حية، الخرجات الميدانية، ندوات علمية، تغطية للأبواب المفتوحة، روبرتاج، الحملات التحسيسية.

فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحة: مؤسسات، شركات، جمعيات، منظمات المجتمع المدني، المجموعات الناشطة في المجال العام.

فئة الفاعلين: أطباء، ممرضين، المواطن العادي، الجمعيات الخيرية، المؤسسات الاستشفائية، العيادات الطبية، الحماية المدنية، الجيش (شرطة، درك وطني...)، الصحافة، السلطات.

فئة المصدر: مديرية الصحة، المؤسسات العمومية، الجمعيات الخيرية، المواطن العادي، الصحافة، الأطباء.

فئة الهدف من المنشورات: التوعية، التحسيس، الإعلام، حملات التبرع، التعليم والتدريب، نصح وإرشاد، تشجيع.

فئة القيم المتضمنة: المواطنة، التشارك، المنفعة العامة، الوقاية، التوجيه، الدعم النفسي، تعاون، العمل الخيري.

فئة أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بالمصلحة العامة: التوعية، الإعلام والإخبار، التدريب والتعليم، تعديل السلوك، الوعي العام، التحسيس.

فئة أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بمصلحة المؤسسة: تحسين صورة المؤسسة، الإقناع، تعديل الاتجاه، كسب ثقة المواطنين، تحقيق المصادقية.

فئة كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور عبر الصفحة: اعجاب، تعليق، مشاركة.

فئة كيفية تفاعل المؤسسة مع الجمهور: إتاحة سهولة الانتقال عبر الروابط، إتاحة المزيد من المعلومات، الرد على التعليقات، التواصل عبر الخاص.

فئات الشكل: كيف قيل؟ وتمثلت في:

فئة عدد مرات النشر بالصفحة: مرة في اليوم، مرتين في اليوم، أكثر من مرتين في اليوم.

فئة العناصر التعريفية للمؤسسة في الصفحة: اسم المؤسسة، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني، عدد مشتركى الصفحة

فئة اللغة المستعملة: العربية الفصحى، الفرنسية، اللغة العامية، مزيج بين لغتين.

فئة طريقة عرض المنشورات: نص، صورة، فيديو، نص+صورة، نص+ فيديو، نص+ رمز تعبيرى،صورة+ رمز تعبيرى+نص، نص+ فيديو+ رابط.

فئة نوع المنشورات المتضمنة في الصفحة: تغطية للأبواب المفتوحة، روبرتاج، الحملات التحسيسية، بيانات صحفية.

فئة أساليب الإقناع المستعملة: عقلية، عاطفية، تخويفية.

#### 4.6 عينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة على الفايسبوك، ويعود ذلك لامتلاك مديريةية الصحة والسكان لولاية قسنطينة حساب واحد عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثل في حسابها عبر موقع الفايسبوك، ونظرا لاستراتيجية النشر المنتهجة عبر الصفحة و الحريضة على انتظام عملية النشر وكثرة عدد المنشورات عبرها ارتأينا الاعتماد على طريقة المعاينة، باختيار عينة من منشورات الصفحة، والاعتماد على العينة المتاحة والتي تعني تلك العينة "التي يتم اختيار مفرداتها جزئيا أو كليا بما يتناسب راحة الباحث بحيث يرتبط هذا النوع من المعاينة المريحة بترك حرية المشاركة في الدراسة لوحدات المعاينة، بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم العينة بل اختيار وحدات العينة من بين أول أو أقرب أو أسهل مجموعة يمكن أن يتواصل معها الباحث." (جغدل، 2019، صفحة 64)

وذلك من خلال اختيار منشورات الصفحة التي صادفت الفترة الزمنية لانطلاق عملية التحليل مباشرة، وقد وزعت العينة كالتالي:

الشهر	عدد المنشورات
مارس	83 منشور

فئة المضمون: ماذا قيل؟

جدول رقم (01): يبين الشكل الذي وردت به منشورات الصفحة.

محتوى المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
نصائح الأطباء	38	45,78
عدد الحالات المسجلة	00	00
شهادات حية	00	00
الخرجات الميدانية	15	18.07
ندوات علمية	08	09.63
تغطية للأبواب المفتوحة	33	39.75
روبرتاج	19	22.89
الحملات التحسيسية	48	57.83

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول رقم (01) الشكل الذي وردت به منشورات الصفحة، حيث رتبت النسب كالتالي: الحملات التحسيسية بنسبة 57.83% ، نصائح الأطباء 45,78%، الأبواب المفتوحة 39.75%، الروبرتاج 22.89%، الخرجات الميدانية 18.07% وفي الأخير الندوات العلمية بنسبة 09.63%.

شكلت بذلك المنشورات الخاصة بالحملات التحسيسية النسبة الأكبر من محتويات الصفحة والهادفة إلى توعية المواطنين وإمدادهم بمختلف المعلومات والإرشادات التي تقيه من مختلف الأمراض ومضاعفاتها وتشكل لديه قاعدة معلوماتية جيدة حول التوعية الصحية، من خلال الاعتماد على نصائح الأطباء هذه الفئة التي تعتبر أهم حلقة في التوعية الصحية فهي المصدر الأساسي والمنشأ الأول للرسالة التوعوية في المجال الصحي.

في حين تعتمد كذلك مديرية الصحة والسكان بالتعاون مع المؤسسات الاستشفائية على العديد من الوسائل الاتصالية للتواصل مع الجمهور ولعل أهمها الاتصال المواجهي الشخصي عبر تنظيم الأبواب المفتوحة ونشر مجرياتها عبر مختلف الوسائط الالكترونية لضمان زيادة مرئية المنشورات التوعوية وإيصالها لأكبر عدد ممكن من المواطنين، بالإضافة إلى نشر مجريات الخرجات الميدانية وتوضيح مفرزاتها وأهميتها لتحقيق التوعية الصحية وإفادة المواطنين والاحتكاك بهم عن قرب والإجابة عن تساؤلاتهم تساعد هي الأخرى في زيادة نطاق التعرض للحملات التحسيسية والاستفادة منهم ضف إلى ذلك نشر الفيديوهات الخاصة بالندوات العلمية المقامة والهادفة لتوعية المواطنين صحيا يساعد هو الآخر في إشاعة الصالح العام.

جدول رقم(02): يبين الجمهور المستهدف من منشورات الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الجمهور المستهدف
87.95	73	مواطنين
00	00	مؤسسات
00	00	شركات
00	00	جمعيات
7.22	06	منظمات المجتمع المدني
14.45	12	المجموعات الناشطة في المجال العام

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجمهور المستهدف من منشورات الصفحة حيث وجهت الرسائل وبنسبة 87.95% للمواطنين تليها المجموعات الناشطة في المجال العام بنسبة 14.45% وفي الأخير منظمات المجتمع المدني بنسبة 7.22%.

وبالتالي أكدت النتائج أن الرسائل المنشورة عبر الصفحة موجهة في الأساس وبالدرجة الأولى لجمهور المواطنين لأجل العمل على توعيته بطريقة مباشرة من خلال نقل

مجريات الأبواب المفتوحة التي تنظمها مديرية الصحة والسكان وكذا مشاركة الرسائل التوعوية المنظمة من طرفهم.

جدول رقم(03): يبين فئة الفاعلين.

الفاعلين	التكرار	النسبة المئوية
أطباء	64	77,10
مرضىين	64	77,10
المواطن العادي	39	46,98
الجمعيات الخيرية	04	4,81
المؤسسات الاستشفائية	54	65,06
العيادات الطبية	00	00
الحماية المدنية	21	25,30
الجيش (شرطة، درك وطني...)	19	22,89
الصحافة	07	8,43
السلطات	19	22,89

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه فئة الفاعلين حيث رتبت النسب كالتالي: الأطباء والمرضىين بنسبة 77,10%، المؤسسات الاستشفائية بنسبة 65,06%، المواطن العادي بنسبة 46,98%، الحماية المدنية بنسبة 25,30%، الجيش (شرطة، درك وطني...) و السلطات بنسبة 22,89%، الصحافة بنسبة 8,43% وفي الأخير الجمعيات الخيرية بنسبة 4,81%.

ما تم ملاحظته أن مديرية الصحة والسكان من خلال صفحتها على الفايبيوك ركزت على الاستعانة بذوي الاختصاص من أطباء ومرضىين وبالتنسيق مع المؤسسات الاستشفائية لضمان مصداقية الرسائل المرسلة، وبالتالي اعتمدت المؤسسة على مخاطبة العقل بطريقة موضوعية لتحقيق الأثر المرغوب واقناع المواطنين بضرورة التحلي بالتدابير الوقائية

والنصائح الصحية الموجهة عبر الصفحة بغية توعية المواطنين بمختلف الأمراض والمشاكل الصحية التي قد تهدد حياته وحياة المحيطين به.

جدول رقم(04): فئة المصدر

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
28,91	24	مديرية الصحة
56,62	47	المؤسسات العمومية
00	00	الجمعيات الخيرية
00	00	المواطن العادي
15,66	13	الصحافة
56,62	47	الأطباء

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (04) فئة مصدر الرسائل المنشورة عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان حيث كانت المؤسسات العمومية والأطباء المصدر الأساسي للحملات التحسيسية المقامة وقد ظهرت بنسبة متساوية بلغت 56,62% لتليها مديرية الصحة بنسبة 28,91% والتي كانت الراعي الرسمي والمنظم للحملات التحسيسية المقامة والمنشور حيثياتها عبر الصفحة، وبالتالي فالحملات التوعوية والتحسيسية المقام عبر مختلف المرافق العمومية كانت من تنظيم الدولة التي تمثلها المؤسسات الاستشفائية العمومية. في حين برز دور وسائل الاعلام في نقل مجريات الحملات التحسيسية والتي تم مشاركتها في الصفحة لزيادة الوعي العام لدى المواطنين.

جدول رقم(05): يبين فئة الهدف من المنشورات.

النسبة المئوية	التكرار	الهدف من المنشورات
54,21	45	التوعية
57,83	48	التحسيس
32,53	27	الاعلام
00	00	حملات التبرع
33,73	28	التعليم والتدريب

40,96	34	نصح وارشاد
7,22	06	تشجيع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (05) فئة الهدف من المنشورات حيث هدف القائمون على الصفحة من وراء المحتويات المنشورة عبرها إلى التحسيس، وقد ظهرت المواضيع الهادفة لتحسيس المواطنين بخطورة مختلف الأمراض والأوبئة بنسبة 57,83% في حين ظهرت المواضيع الخاصة بالتوعية بنسبة 54,21%، تليها الخاصة بالنصح والإرشاد بنسبة 40,96%، التعليم والتدريب بنسبة 33,73%، الإعلام بنسبة 32,53% وفي الأخير جاءت المواضيع الخاصة بالتشجيع بنسبة 7,22%.

فالدولة هنا تتكفل بتنظيم ونشر حملاتها التحسيسية التي تهدف من وراءها إلى تحقيق المصلحة العامة، فمن واجب الدولة التواصل مع المواطنين لغرض توعيتهم ونشر ثقافة التوعية والتحسيس بمختلف الأمراض والأوبئة في أوساط المجتمع، وذلك بهدف تحقيق الوعي العام وحماية المواطنين عبر نقل مختلف رسائلها على نطاق واسع مستعينة بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

جدول رقم (06): يبين فئة القيم المتضمنة.

النسبة المئوية	التكرار	القيم المستعملة
13.25	11	المواطنة
26.50	22	التشارك
68.67	57	المنفعة العامة
66.26	55	الوقاية
12.04	10	التوجيه
4.81	04	الدعم النفسي
3.61	03	تعاون
6.02	05	العمل الخيري

المصدر: هذه الدراسة

تدل معطيات الجدول رقم (06) القيم المستعملة في الصفحة حيث جاءت النتائج كالتالي: المنفعة العامة 68.67% ، الوقاية بنسبة 66.26%، التشارك 26.50% ، المواطنة 13.25%، التوجيه 12.04%، العمل الخيري 6.02%، الدعم النفسي 4.81%، وفي الأخير التعاون 3.61%.

تسعى الدولة الجزائرية من وراء الحملات التحسيسية والتوعوية المنظمة بالتنسيق مع المؤسسات الاستشفائية العمومية إلى توعية المواطنين بخطورة مختلف الأمراض ولغرض تحقيق المنفعة العامة من خلال محاولة حماية الفرد والمحيطين به، فتوعية المواطنين بخطورة اختناقات الغاز مثلا الهدف من وراءها تحقيق المنفعة العامة بالدرجة الأولى، والوقاية من مختلف الأخطار والأمراض المنتشرة في أوساط المجتمع مؤكدة ذلك على ضرورة تكاتف وتشارك الجهود لتحقيق الصالح العام تحت ظل قيمة المواطنة ومسؤولية الفرد اتجاه المجتمع والأفراد المحيطين به من خلال توجيههم ودفعهم للقيام بالأعمال الخيرية وإحلال روح التعاون وتقديم الدعم النفسي للمصابين والمرضى وأهاليهم وإيداء القيمة التعاطف معهم.

جدول رقم (07): أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بالمصلحة العامة.

النسبة المئوية	التكرار	الهدف من الحملات
40,96	34	التوعية
20,48	17	الإعلام والإخبار
38,55	32	التدريب والتعليم
28,91	24	تعديل السلوك
33,73	28	الوعي العام
40,96	34	التحسيس

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (07) أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بالمصلحة العامة، حيث هدفت المنشورات إلى ما نسبته 40,96% لكل من التوعية والتحسيس على حد سواء، 38,55% الوعي العام، 28,91% تعديل السلوك و أخيرا 20,48%. تهدف حملات الاتصال العمومي إلى محاولة تغيير اتجاهات الجمهور وتعديل سلوكياتهم بطريقة تضمن من خلالها إلى تحقيق الصالح العام وإشاعة المنفعة العامة، فالدولة مطالبة بالتكفل بتوعية المواطنين والتواصل معهم، وهذا ما لمسناه في الهدف من وراء المنشورات المنشورة عبر الصفحة والتي وجهت أساسا لغرض التوعية والتحسيس بالدرجة الأولى من خلال تدريب وتعليم المواطنين كيفية تفادي الوقوع في مخاطر مختلف الأمراض والأزمات التي تهدد حياة الفرد والمحيطين به ومحاولة خلق وعي عام حول ذلك بالإضافة إلى العمل والمساهمة في تعديل السلوكات لسلبية التي يمكن أن يهدد حياتهم من خلال اعطاءهم كافة المعلومات المتعلقة بكيفية حماية أنفسهم والمحيطين بهم ممن يهمهم أمرهم، والإجابة على مختلف التساؤلات والاستفسارات لضمان وعي عام يحمي صحة وحياة المواطنين.

جدول رقم (08): أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بمصلحة المؤسسة.

النسبة المئوية	التكرار	الهدف من الحملات
20.48	17	تحسين صورة المؤسسة
54.21	45	الإقناع
60.24	50	تعديل الاتجاه
26.50	22	كسب ثقة المواطنين
27.71	23	تحقيق المصادقية

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أهداف حملات الاتصال الجوّاري المتعلقة بمصلحة المؤسسة حيث كان الهدف الأول هو تعديل الاتجاه إذ ظهر بنسبة 60.24% يليها الإقناع

بنسبة 54.21% فتحقيق المصدقية بنسبة 27.71% ثم كسب ثقة المواطنين بنسبة 26.50% وفي الأخير تحسين صورة المؤسسة بنسبة 20.48%.

تتطلب التوعية الصحية وتحقيق الصالح العام إعطاء معلومات وبراهين واقعية مقنعة للتمكن من اقناع المواطنين وتعديل سلوكهم والعمل على تثقيفهم في المجال الصحي وهذا ما سعت إليه مديرية الصحة والإسكان من خلال صفحتها على الفايسبوك، فالملاحظ أنها سعت من خلال تنظيمها لحملات توعوية إلى محاولة تعديل سلوكيات واتجاهات الأفراد نحو مختلف الأمراض والمخاطر من خلال تبيان كيفية تجنب الوقوع في الخطر وكيفية التعامل معها في حالة حدوثها بالإضافة إلى محاولة إعطاء تغيير بعض السلوكيات التي قد تؤثر على حياة المواطن وصحته النفسية والجسمية على حد سواء كالحديث عن مخاطر انتشار المخدرات في أوساط الشباب.

جدول رقم (09): كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور عبر الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	كيفية التفاعل
100	83	اعجاب
37,34	31	تعليق
53,01	44	مشاركة

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (09) كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور عبر الصفحة، حيث تم تسجيل الملاحظات التالية: 100% يضعون إعجاب، 53,01% إعجاب، 37,34% تعليق.

يقوم مشتركو الصفحة بإبداء اعجابهم بمحتويات الصفحة ويقومون بمشاركة المنشورات مع أصدقاءهم ومعارفهم بالإضافة إلى ترك تعليق على المحتوى في أغلب الأحيان، وهذا ما يساعد على زيادة مرئية المحتوى المنشور وكذا ضمان إيصاله إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين ما يضمن فرصة التوعية الصحية. ضف إلى ذلك أن مشاركة

المنشور يدل على اعجاب المتلقي به ورضاه على المحتوى المنشور والعمل على تبليغه وإيصاله لمعارفه مما يؤدي إلى التعرف أكثر على نشاطات المؤسسة.

جدول رقم(10): كيفية تفاعل المؤسسة مع الجمهور.

التكرار	كيفية التفاعل
✓	إتاحة سهولة الانتقال عبر الروابط
✓	إتاحة المزيد من المعلومات
✓	الرد على التعليقات
✓	التواصل عبر الخاص

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه كيفية تفاعل المؤسسة مع الجمهور، حيث مكن القائمون عليها من إتاحة سهولة الانتقال عبر الروابط، إتاحة الحصول على المزيد من المعلومات، الرد على التعليقات وكذا إمكانية التواصل عبر الخاص.

سمح موقع الفايبيوك لمختلف المؤسسات سهولة التواصل مع الجمهور وإعطاء سبل من المعلومات وبالتالي تسهيل حصوله على المعلومات ما يرفع له سهولة تلقي المعلومات وزيادة الوعي الصحي لديه وتنقيفه صحيا، فكثر المعلومات إن التقت مع مصداقية المرسل قد تؤثر بشكل كبير ومباشر على الثقافة الصحية للمواطن.

## 2- فئات الشكل: كيف قيل؟

جدول رقم(11): يبين عدد مرات النشر بالصفحة.

عدد مرات النشر	التكرار	النسبة المئوية
مرة في اليوم	04	4,81
مرتين في اليوم	05	6,02
أكثر من مرتين في اليوم	07	8,43

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (11) عدد مرات النشر بالصفحة، حيث تم ملاحظة انتظام النشر يوميا ليتجاوز النشر في معظم الأحيان أكثر من مرتين ليصل إلى سبع أو ثمان منشورات

في اليوم، خاصة ما تعلق بتغطية الحملات التحسيسية المقامة عبر مختلف المؤسسات والتي تتكفل بها الدولة من خلال تأطيرها من طرف المؤسسات الاستشفائية العمومية.

جدول رقم(12): يبين العناصر التعريفية للمؤسسة في الصفحة.

العناصر التعريفية	موجودة	غير موجودة
اسم المؤسسة	✓	
رقم الهاتف	✓	
البريد الالكتروني	✓	
عدد مشترك في الصفحة	✓	

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (12) العناصر التعريفية للمؤسسة في الصفحة، حيث تم رصد حضور العناصر التعريفية بالمؤسسة والمتمثلة في الاسم الكامل للمؤسسة، رقم الهاتف، البريد الالكتروني وكذا عدد مشترك في الصفحة، فالمؤسسة تعتمد على هذه العناصر التعريفية للتسهيل التواصل مع مسيري الصفحة والحصول على المعلومات التي يريدها المواطنين وكذا تسهل التعرف على المؤسسة نشاطاتها ، أهدافها وتوجهاتها.

جدول رقم(13): فئة اللغة المستعملة.

اللغة المستعملة	التكرار	النسبة المئوية
العربية الفصحى	76	91,56
الفرنسية	01	1,20
اللغة العامية	00	00
مزيج بين لغتين	06	7,22
المجموع	83	100

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول رقم (13) اللغة المستخدمة حيث استعملت اللغة العربية الفصحى بنسبة 91,56%، مزيج بين لغتين بنسبة 7,22% و اللغة الفرنسية بنسبة 1,20%.

وهذا راجع إلى خصائص الجمهور المستهدف فمنشورات الصفحة تستهدف المواطنين بمختلف مستوياتهم العلمية والثقافية لذا تم استخدام اللغة العربية كلغة أساسية في أغلب منشورات الصفحة.

جدول رقم(14): يبين طريقة عرض المنشورات .

طريقة عرض المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
نص	00	00
صورة	00	00
فيديو	00	00
نص+صورة	67	80,72
نص + فيديو	12	14,45
نص + رمز تعبيرى	00	00
صورة+ رمز تعبيرى+نص	01	1,20
نص + فيديو + رابط	03	3,61
المجموع	83	100

المصدر: هذه الدراسة

توضح معطيات الجدول رقم(12) طريقة عرض المنشورات بالصفحة، حيث تم الاعتماد على النص مرفق بصورة 80,72%، نص مرفق بفيديو 14,45%، نص + فيديو + رابط 3,61%، صورة+ رمز تعبيرى+نص 1,20%.

منح موقع الفايبيوك خاصية الاعتماد على مختلف الوسائط المتعددة في صناعة المحتوى وإيصال المعلومات للجمهور بطريقة سهلة مبسطة وبأقل عدد من الكلمات، فالمعروف أن الصورة أبلغ من الكلمة، فنشر الصور الحية تساعد أكثر على إيصال المعلومات وتطبيق الارشادات الصحية المتضمنة لها ما يسهل عملية استيعابها. فالصور تخاطب جميع مفردات الجمهور باختلاف مستوياتهم التعليمية.

جدول رقم (15): يبين نوع المنشورات المتضمنة في الصفحة.

نوع المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
---------------	---------	----------------

12,04	10	تغطية للأبواب المفتوحة
7,22	06	روبرتاج
75,90	63	الحملات التحسيسية
4,81	04	بيانات صحفية
100	83	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

تمثل معطيات الجدول أعلاه نوع المنشورات المتضمنة في الصفحة، حيث وردت المحتويات الخاصة بالحملات التحسيسية ما نسبته 75,90%، تغطية للأبواب المفتوحة 12,04%، روبرتاج 7,22%، بيانات صحفية 4,81%.

إن الهدف من الحملة الاعلامية هو اىصال رسالة معينة إلى جمهور محدد عبر وسائل الاتصال الخارجي، وفي ممارستها لوظيفتها الاعلامية من إخبار وإعلام وتعليم وتنقيف فإنها تقدم اتصالا عموميا هدفه الصالح العام وتحسين الخدمة العمومية (عيواج وآخرون، 2018، صفحة 38)، وتأسيسا على ذلك تتكفل الدولة بتنظيم حملات تحسيسية وأخرى توعوية تهدف من خلالها إلى تزويد المواطنين بمختلف المعلومات والإجابة على كل تساؤلاته حول كل ما يتعلق بالجانب الصحي والعمل على توعيته صحيا ورفع مستوى الوعي الصحي لديه لحماية نفسه والمحيطين به.

جدول رقم (16): يبين فئة أساليب الإقناع المستعملة.

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الإقناعية
75,90	63	عقلية
49,39	41	عاطفية
20,48	17	تخويفية

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه فئة أساليب الإقناع المستعملة، حيث استخدمت الاستمالات العقلية بنسبة 75,90%، الاستمالات العاطفية بنسبة 49,39% وفي الأخير الاستمالات التخويفية بنسبة 20,48%. فالملاحظ أن القائمين على الصفحة ركزوا على الرسائل

الموضوعية التي تخاطب العقل من خلال الاعتماد على أطباء وممرضين وكذا مختصين في مجال التوعية الصحية فعند الحديث عن التوعية الصحية ففئة الأطباء هنا تمثل الفئة الأكثر اقناعا وملائمة لنشر مختلف المواضيع الخاصة بالتوعية الصحية بالإضافة إلى إعطاء معلومات طبية لدعم الرسائل التوعوية أكثر. كما أن تحقيق المصلحة العامة تقتضي بالضرورة الاعتماد على رسائل توعوية تخاطب العاطفة وتستميل مشاعر المواطنين.

## 7. نتائج الدراسة:

- تستهدف خلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة عبر منشوراتها بالدرجة الأولى المواطنين من خلال توجيه وعرض رسائل توعوية لهم، ومشاركة محتويات الحملات التحسيسية المنظمة من طرف المؤسسات الاستشفائية العمومية.
- تنظم معظم الحملات التوعوية من طرف المؤسسات الاستشفائية العمومية بتكليف من الدولة الجزائرية وبشراكة مع فاعلين في قطاع الصحة.
- تستعين الدولة الجزائرية في حملاتها التوعوية على أطباء ومختصين في المجال الصحي لتوعية المواطنين ورفع مستوى وعيهم الصحي والعمل على تثقيفهم صحيا.
- تركز خلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة في صفحتها على الفايسبوك على المواضيع الهادفة إلى تحسيس المواطنين بخطورة مختلف الأمراض والأوبئة المنتشرة والسعي لتحقيق المنفعة العامة من خلال الاستفادة من وسائل الاتصال الجوّاري الإلكتروني.
- استخدمت مديريةية الصحة والسكان في اتصالها الجوّاري بالمواطنين عبر الفايسبوك على مجموعة من الأساليب الإقناعية ، على رأسها الاستمالات العقلية، حيث أن التوعية الصحية تتطلب إعطاء البراهين والمعلومات الصادقة والمقنعة من مصدرها

لضمان تحقيق الأثر عبر بالاستعانة بالأطباء وأصحاب التخصص والفاعلين في قطاع الصحة للرفع من مصداقية المعلومات المقدمة.

– أبرز القائمون على الصفحة اعتمادهم في التواصل مع المواطنين بغرض توعيتهم على مجموعة من القيم تمحورت في العمل على إشاعة المنفعة العامة، الوقاية، التشارك، المواطنة، التوجيه، العمل الخيري، الدعم النفسي للمرضى وأهاليهم، التعاون....

– تركز خلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة في صفحتها على الفايسبوك على المواضيع المتعلقة بالحملات التحسيسية المنظمة ونصائح الأطباء.

– تهدف حملات الاتصال الجوّاري التي تنشرها خلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة على صفحتها عبر الفايسبوك إلى توعية المواطن بالمشاكل والأزمات التي قد تهدد حياته، والعمل على تدريبه وتعليمه أهم التدابير الوقائية التي يحمي بها حياته وحياة المحيطين به لأجل تعديل السلوك وخلق وعي عام يحقق المنفعة العامة.

– أظهرت نتائج تحليل منشورات الصفحة الرسمية لخلية الإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية قسنطينة إلى أن النشر بالصفحة كان بشكل دوري منتظم بالإضافة إلى توفر الصفحة على مجموع العناصر التعريفية التي تسمح للمواطنين بالتعرف عليها مستخدمة اللغة العربية الفصحى لغة أساسية للنشر عبرها، ولتوضيح المحتويات أكثر وإتاحة سهولة فهمها اعتمدت كذلك على صور، فيديوهات، والعديد من الوسائط الإلكترونية.

– أوردت الصفحة منشورات خاصة بالحملات التحسيسية المقامة في إطار الاتصال الجوّاري لغرض تعديل اتجاه المواطنين وسلوكهم وقناعهم بضرورة حماية حياتهم

والمحافظة على صحتهم من خلال القيام على توعيتهم بخطورة مختلف الأمراض وكسب ثقتهم وتحسين صورتها لديهم.

– أثبتت النتائج تفاعل المواطنين مع منشورات الصفحة بوضع إعجاب على المنشورات ومشاركته مع معارفه وإيداء رأيه حولها عبر وضع تعليق عن المحتوى، وفي المقابل تقوم المؤسسة بالتفاعل مع الجمهور عبر الرد عن تعليقات الجمهور، إتاحة سهولة الحصول على المعلومات وإتاحة سهولة الانتقال عبر الروابط.

## 8. خاتمة:

وتأسيسا على ذلك، يلعب الاتصال الجوّاري الإلكتروني دورا مهما في التوعية الصحية في أوساط المجتمع، حيث حاولت الدولة الاستفادة من الرقمنة لتوفير الراحة للمواطنين وتنقيفهم وتوعيتهم في المجال الصحي بطريقة تضمن حماية صحة المواطن والمحيطين به وخلق وعي عام بمشاركة الفاعلين في ميدان الصحة وتوظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لتحقيق ذلك، ومحاولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين. فواجب الدولة هنا توعية المواطنين من مختلف الأمراض، الأوبئة ومختلف المخاطر التي تهدد حياته وحياة المحيطين به.

## 9. قائمة المراجع:

- بن جغدل سعد الحاج، (2019)، العينة والمعينة، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون .  
بوخيزة نبيلة، (2006-2007)، تطبيقات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة - دراسة نظرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.  
التائب مسعود حسين ، (2018)، البحث العلمي قواعده-إجراءاته-مناهجه (الإصدار 1)، القاهرة، مصر، المكتب العربي للمعارف.  
تقوى آدم حسن آدم، معاوية مصطفى بابكر، (2018-2019)، توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القصارف)، مجلة العلوم الإنسانية،

ISSN (text): 1858-6724 e-ISSN (online): 1858-6732.

- خليفة إيهاب(2016) ، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر و التوزيع،القاهرة.
- رغيس إيناس،(2018-2019)، الاتصال العمومي الجوّاري ودوره في تحسين الخدمة العمومية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال تخصص الإشهار والعلاقات العامة، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2.
- علي قشي لطي، أجيم الطاهر، جوان 2017، تطور الاتصال الجوّاري في الجزائر، مجلة أفاق للعلوم جامعة الجلفة، ج2، العدد الثامن.
- عواج سامية وأخرون، (2018)، الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق،، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- غربي علي،(2009)، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال جامعة منتوري قسنطينة الجزائر، الفائز للطباعة والنشر والتوزيع.
- كحل فتيحة، (2011.2012)، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، قسم إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة.
- لصطب مصطفى كمال ، الاتصال الجوّاري واستراتيجية التغيير، المجلة الجزائرية للاتصال المجلد 17 العدد 28، ص101 - 113، ISSN:1111-536X EISSN:2676-1793.
- محمد عبد الحميد ، (بلا تاريخ). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- المشهداني سعد سلمان، (2019)، منهجية البحث العلمي (الإصدار 1)، عمان، الأردن: نبلأ ناشرون وموزعون .
- مفهوم التوعية الصحية لغة واصطلاحاً، تاريخ الإطلاع: 11.11.2021، الساعة: 13:00، مقال متاح على الموقع: <https://baytdz.com/مفهوم-التوعية-الصحية-لغة-واصطلاحاً/print=pdf?>
- نها السيد عبد المعطي،(2015) صحافة المواطن نحو نمط إتصالي جديد، الامارات، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي.