معارف
ISSN 1112-7007
EISSN 6804 -2600
المجلد 19/ العدد 2 (ديسمبر2024): ص.ص:1116-1139

استراتيجيات إدارة الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لعينة من منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك

Strategies for healthy crisis management via social media An analytical study of a sample of posts from the ministry of health official page

دنيا الزاهي [1] *. إلياس طلحة[2]

[1] [2] جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية

[1]d.elzahi@univ-emir.dz [2]lyes.taleha@univ-emir.dz

تاريخ الاستلام: 2024/09/13؛ تاريخ القبول: 2024/11/27؛ تاريخ النشر: 2024/12/22

ملخص:

تسعى الدراسة الحالية للبحث عن ماهية الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها وزارة الصحة الجزائرية لإدارة أزمة كورنا من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك، بالاعتماد على المنهج المسحي من خلال استمارة تحليل المضمون شمل جميع المنشورات التي نشرت بالصفحة في الفترة الممتدة من 1 جوان 2022 إلى 30أوت 2022 وتوصلت الدراسة إلى جملة من نتائج أهمها: تبني وزارة الصحة الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايس بوك جملة من الاستراتيجيات الاتصالية لمواجهة تفشي فيروس كورنا بالجزائر، تمثلت في استراتيجية المواجهة بدلا من الهروب، إضافة إلى اعتماد كل من استراتيجية العرض المقنع والفعال واستراتيجية دمج وإشراك الآخرين.

كلمات مفتاحية: استراتيجية إدارة الأزمات؛ إدارة الأزمة الصحية؛ مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The study aims to explore the communication strategies used by the Algerian Ministry of Health to manage the COVID-19 crisis through its Facebook page. Using a survey (Descriptive) method, the

* المؤلف المرسل.

study employed a content analysis form that included all the Ministry's posts from June 1, 2022, to August 30, 2022.

The study reached several conclusions, the most important of which are In Algeria, the strategy involved confrontation rather than evasion. Also the Ministry adopted both a persuasive and effective presentation strategy. and a strategy of integrating and engaging with others.

Keywords: Healthy crisis management; strategie healthy crisis management; social media.

المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم الرقمي اليوم، في خضم الاستخدام الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وفي مقدمتها موقع الفايسبوك، إلى تغيير سيرورة وأسلوب حياة البشرية، بل وفرض هذا التدفق التكنولوجي المعلوماتي الهائل، أساليب عمل جديدة على المؤسسات كرقمنة نشر وإنتاج المعلومات، بالإضافة إلى استحداث منصات حوارية تفاعلية للتواصل مع جمهورها، لبناء جسر يبقيها على تواصل دائم بالعالم الخارجي، وما يرافقه من تغييرا ت وأزمات.

وقد برزت الحاجة إلى تبني مواقع التواصل الاجتماعي، من قبل المؤسسات الصحية، كاستراتيجية اتصالية، خاصة مع ظهور العديد من الأزمات والثورات على مر الأزمنة، إذ عرفت المنظومة المجتمعية الأزمة بأنواعها، ولا تزال تعيشها لليوم مع تفشي فيروس كوفيد 19 المستجد بالعالم منذ نهاية ديسمبر 2020، ولأن هذه الأخيرة تعتبر حالة حرجة تستدعي إيجاد حلول للخروج منها، عن طريق ما يعرف بإدارة الأزمة، من خلال توظيف جملة من الاستراتيجيات والوسائل الاتصالية كموقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك، حيث أضحى خيارا استراتيجيا فعالا في إدارة الأزمات، أين أثبت هذا الفضاء الافتراضي مدى قدرته على مجرات أحداث الأزمة، والتحكم فيها، من خلال تصعيدها أو إنكارها، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات التي أقرت بأن إقبال المواطنين على موقع الفايسبوك وبخاصة الصفحات الإخبارية الرسمية يزادا بشكل قوي في أوقات الأزمات والطوارئ من أجل الحصول على المعلومات حول الوباء بشكل فوري ومنتظم[1].

(1) نرمين على عجوة، استراتيجيات اتصال المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا، =

الأمر الذي جعل أغلبية المؤسسات تفكر في الاستخدام الأمثل لها ودمجها ضمن الاستراتيجية الاتصالية الخاصة بإدارة الأزمات التي تتواجها على غرار أزمة كوفيد 19 الصحية، وتأتي وزارة الصحة الجزائرية في مقدمة المؤسسات الصحية التي كان للرقمنة نصيب من إنتاجيتها حيث شرعت في توظيف الفضاء السبيراني، من خلال إنشاء صفحة رسمية لها على موقع الفايسبوك، تقوم على وتوفير كل المعلومات المتعلقة بالجائحة بصفة أنية. وتأتي هذه الورقة العلمية لدراسة وتحليل بعض المضامين الالكترونية الخاصة بتفشي بأزمة كوفيد 19 الصحية في الجزائر خلال سنة 2022، وبهدف وصف الموضوع والإحاطة به طرحنا التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هي استراتيجيات الاتصال المستخدمة من قبل وزارة الصحة الجزائرية لإدارة أزمة كورونا عبر صفحتها على الفايسبوك؟

وانطلاقا مما سبق نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- من حيث الشكل:

1- ما هي اللغة المستخدمة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية لمعالجة موضوع استراتيجيات إدارة الأزمة الصحية؟

2-ما هي أبرز المحتويات التي تم نشرها على صفحة وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك؟

3- ما أشكال تفاعلية الجمهور مع المنشورات الخاصة بالأزمة الصحية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية؟

- من حيث المضمون:

4-ما طبيعة المضامين الخاصة بالأزمة الصحية التي ركزت عليها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية؟

5- ما طبيعة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وزارة الصحة الجزائرية من خلال

=

دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد4 ،العدد54، 2020، ص 10

محتوى منشوراتها ؟

6-ما أساليب التوعية التي اعتمدت عليها الصفحة؟

- **أهمية الدراسة:**

-يستمد الموضوع الحالي أهميته في كونه يسلط الضوء على أحد أهم المواضيع الحديثة نسبيا، والهامة وهو استراتيجية إدارة الأزمات الصحية عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، وتعتبر هذه الدراسة بمثابة مرجع يستفاد منه في التعرف على طبيعة استراتيجيات إدارة الأزمات الصحية التي أضفاها الاعتماد عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- تكمن أهمية الدراسة الحالية كذلك في طبيعة الموضوع نفسه، حيث تعد جائحة كورونا من أخطر التهديدات البشرية في السنوات الأخيرة، باعتبارها أزمة عالمية أدت إلى خسائر فادحة على كافة المستويات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الصحية وكذا التعليمية، مما يستلزم ضرورة دراسة الموضوع من خلال التعريف بالأزمة وتحديد أسبابها وسبل الوقاية منها.

-أهمية الهيئة المستهدفة من الدراسة والمتمثلة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بالجزائر، باعتبارها الناطق الرسمي والمصدر الموثوق من قبل الجماهير، وتعتبر هذه الأخيرة الأكثر تضررا من تداعيات الجائحة حيث عرفت عديد الأزمات الفرعية إلى جانب أزمة كوفيد 19 كاكتظاظ المستشفيات، لذلك لا بد هذه المنظمة الصحية للوقوف على كيفية تعاملها مع الأزمة وتحديد طبيعة الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدتها من خلال صفحتها الرسمية على موقع الفايسبوك في إدارة الأزمة الصحية.

الإطار المفاهيمي للدراسة

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم واختيارها من بين أهم المراحل الأساسية في بناء البحث، وذلك لأن بعض المفاهيم قد تحمل العديد من المعاني ولدى وجب على الباحث تحديد معانيها التي سيستخدمها في بحثه بشكل دقيق، وقد استخدمت الباحثة مجموعة من المفاهيم تمثلت في:

أولا: استراتيجية إدارة الأزمات

قبل التطرق للمفهوم وإعطاء معنى شامل ودقيق له، تجدر بنا الإشارة أولا إلى أن

استراتيجية إدارة الأزمات هو مفهوم مركب من كلمتين استراتيجية، و إدارة الأزمات وبالتالي وجب علينا أولا تفكيك المفهومين وإعطاء تعريف لكل منهما لنخلص بعدها لماهية استراتيجية إدارة الأزمات.

أ- الاستراتيجية:"The Strategy"

-يعرف معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال الاستراتيجية بأنها:" الخطط والوسائل التي تسعى إلى معالجة الوضع الكلي لصراع أو مشكل، من أجل تحقيق هدف يتعذر تنفيذه من دون تصميم وتخطيط"[1].

ب-إدارة الأزمة: "Crisis Management"

وتعني مختلف الاستراتيجيات والعمليات والمقاييس المخططة، التي يتم وضعها موضع التنفيذ لمنع وقوع الأزمات أو للتعامل مع الأزمات عند وقوعها"[2].

ونقصد بإدارة الأزمات من الناحية الإجرائية: هي تلك العملية الإدارية التي تقوم بها الجهة المسؤولة عن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان(المكلف بالإعلام مثلا) والمتمثلة في مجموع الإجراءات والقرارات المنشورة عبر الصفحة والهادفة لتوعية وإعلام الجمهور المتتبع لها.

ج-استراتيجية إدارة الأزمة

يقصد بها: " العملية التي تلجأ لها الإدارة العليا عند تعرض المنظمة لأزمة معينة، وذلك من خلال الاختيار الأمثل للاستراتيجية المناسبة لنوع الأزمة وطبيعتها وهي (استراتيجية تفريغ الأزمة، استراتيجية تغيير مسار الأزمة...الخ)[3].

ونقصد باستراتيجية إدارة الأزمات من الناحية الإجرائية: بأنها مجموع المناهج

(1) مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، بيروت، 2014، ص40

(2) عبد الله محمد الفقيه، إدارة الأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2012، ص 34

(3) فهد علي الناجي، أثر استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي دراسة ميدانية على الشركات الصناعية الدوائية البشرية في مدينة عمان الكبرى، كلية الأعمال، عمان، 2012، ص 9

والخطط المعتمدة من قبل وزارة الصحة الجزائرية في مواجهة أزمة كوفيد 19.

ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي: "Social Networking Sites"

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أنها: " منصات إعلامية أو مجموعة من قنوات الاتصال المباشر المتخصصة في النشر والتفاعل ومشاركة المحتوى(الرسائل والصور والمقاطع الصوتية والمصورة) والتعاون على مستوى المجتمع والأفراد وهو مصطلح يشمل منصات وسائط الإعلام الجديد أو المواقع التفاعلية على شبكة الإنترنت ذات المكونات الاجتماعية وقنوات التواصل عامة[1].

ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الإجرائية: الصفحة الرسمية الخاصة بوزارة الصحة والسكان الجزائرية المتاحة عبر الشبكة العنكبوتية، والتي تسمح لمستخدميها بإمكانية التفاعل والتواصل عبر الصفحة من خلال التعليقات ومشاركة الملفات المنشورة.

ثالثا: الفايسبوك:

هو لوحة إعلانات تفاعلية، يتيح الوصول إلى مساحات عمل مع تطبيقات البرامج المختلفة، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية، وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية، ويعد أداة إعلامية ضخمة، يستخدم في تنفيذ الحملات الإعلانية والترويج لمنتجات معينة أو لأفكار محددة[2].

رابعا: إدارة الأزمة الصحية:

تعني إدارة الأزمة الصحية: تلك العملية التي يتم فيها مواجهة الأزمة الصحية بالطرائق العلمية السليمة للوقاية من الأمراض الوبائية، أو تقليل أخطارها في حالة الإصابة وتتضمن مهارات تتمثل في:

جمع البيانات المرتبطة بالأزمة الصحية، تحليلها، إعداد خطة المواجهة وأخيرا تنفيذ

(1) حسان حمد قميحة، الفايس بوك تحت المجهر، ط1، النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص 23

(2) مراد ميلود، فوزية صادقي، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد3، العدد1، 2020، ص148

هذه الخطة لإدارة الأزمة بنجاح[1].

الدراسات السابقة والمشابهة

تعد الدراسات السابقة بمثابة خارطة الطريق التي توجه الباحث، حيث تعد خطوة أولية رئيسية لا غنى عنها في البحث العلمي، تلزم الباحث قبل الشروع في بحثه الاطلاع على ما كتب وما أنجز من دراسات حول دراسته وكل ماله علاقة من قريب أو بعيد بموضوعه. وبالتالي تعرف الدراسات السابقة على أنها عبارة " عن مسح علمي منظم يقوم به الباحث لم سبق أن أجري من بحوث ودراسات في المجال الذي يقوم بدراسته"[2].

وقصد انجاز هذه الدراسة قمنا بالاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع استراتيجية إدارة الأزمة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتوصلنا إلى ما يلي:

أولا: الدراسة الأولى

مقال للباحثة د. نرمين على عجوة "بعنوان استراتيجيات اتصالات المخاط الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا" دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية [3]. (علي عجوة، 2020)

تتحدد مشكلة الورقة البحثية المقدمة من قبل الباحثة في التعرف على أهم استراتيجيات اتصال المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري، عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك أثناء تفشي جائحة كورونا في المراحل المختلفة للأزمة.

حيث ثم معالجة المشكلة البحثية وفق إجراءات منهجية استدعت توظيف المنهج

(1) محمد زيدان أمال إسماعيل، تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا تقييم مرحلي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد4، العدد54 ، 2020، ص30

(2) مسعود حسين التائب، البحث العلمي-قواعده-إجراءاته-مناهجه- ط1، الناشر المكتب العربي للمعارف، مصر، 2018، ص 204

(3) نرمين علي عجوة، مرجع سبق ذكره

المسحي (الوصفي التحليلي) من خلال مسح مضمون منشورات صفحتي وزارة الصحة والسكان المصرية والمتحدث الرسمي باسمها على موقع الفايسبوك، على مدار6 أشهر بداية من 1يناير 2020 إلى غاية 20 يونيو 2020 حتى تغطي المراحل الثلاثة للأزمة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تم استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة تلاها استراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر وأخيرا استراتيجية التحذير من المخاطر.

ثانيا: الدراسة الثانية

مقال للباحث مرتضى البشير خالد عبد الحفيظ بعنوان:" وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا صفحة الفايسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجا" أنجز في سنة 2020. [1]

تسعى هذه الدراسة للكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا، اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي، ويتكون مجتمع الدراسة من الرسائل عن فيروس كورونا المستجد من صفحة الفايسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية، أما العينة فهي عينة الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة الفايسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من 2020/4/8 وهي فترة تصاعد جائحة كورونا في السودان، وكشفت الدراسة عن ك اهتمام صفحة فايسبوك بموقع الصفحة الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورنا، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها باستخدام أساليب متنوعة والاعتماد على مصادر مختلفة، وأوت الدراسة بالمحافظة على استمرارية نشر الأخبار عن الفيروس والاستفادة من تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل.

ثالثا: الدراسة الثالثة

How to promotecitizen engagement through government social

(1) البشير عثمان الأمير مرتضي، وعبد الحفيظ محمد خالد، وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا: صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجا. مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 11، ص 525.

media during the covid-19 crisis. (Qiang, Chen, Wei, Ge Wang, Xiaoyue, chen Oiang & Richard, 2020)

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة والمنظمات الصينية خلال معالجتها لأزمة فيروس كورونا، ومعرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضمن هذه الاستراتيجيات.

متبعة في ذلك المنهج الوصفي التحليلي لعينة من منشورات صفحة health china بموقع التواصل الاجتماعي sina Chona، حيث قام الباحث بتحليل مضمون 1411 منشور خلال الفترة الممتدة من 14 جانفي 2019 إلى 5 مارس 2019.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها الدول ل كمحاولة لتعزيز مشاركة المواطنين في مواجهة أزمة فيروس كورونا، المستجد باعتبارها من الوسائط الاتصالية القريبة والمتاحة لدى الجمهور، كما أشارت النتائج إلى أن المعلومات المتعلقة بأخر الأخبار حول الأزمة وتعامل الحكومة معها مع الحدث تؤثر بشكل إيجابي على مشاركة المواطنين عبر وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية[1].

الإطار المنهجي للدراسة

يتطلب القيام بأي بحث علمي المرور بمجموعة من الخطوات والإجراءات المنهجية، تعد بمثابة البوصلة التي توجه البحث والباحث .

وعليه خصصنا هذا المبحث للحديث عن أهم الإجراءات المنهجية الواجب إتباعها لإنجاز الدراسة بداية من: تحديد المنهج المعتمد في الدراسة، تبيان نوع الأداة المعتمدة في جمع البيانات وصولا إلى مجتمع البحث وعينته.

أولا: نوع الدراسة ومنهجها

يخص هذا المطلب للحديث عن المنهج الملائم للدراسة وكدا تبيان نوع الأداة

(1) Qiang, C., Chen, M., Wei, Z., Ge Wang, Xiaoyue, M & ,.Richard, E. (2020). unpacking the black box How to promote citizen engagement through government social media during the covid-19 crisis. computers in human behavior, 110(106380), 5-6

المستخدمة في جمع البيانات

منهج الدراسة

المنهج كما جاء في تعريف موريس أنجرس هو : "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة."[1] وباعتبار أن طبيعة الدراسة هي من تحدد لنا نوع المنهج وبما أن دراستنا تنتمي الدراسة إلى "البحوث الوصفية والتحليلية في علوم الإعلام والاتصال، ويهدف هذا النوع من البحوث إلى وصف ظواهر أو أحداث أو ظواهر معينة وجمع الحقائق والمعلومات وملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع[2].

وعليه اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي، الذي يهتم بالتعرف على الظاهرة قيد الدراسة في وضعها الطبيعي ووصف مكوناتها الأساسية، وتم توظيف هذا المنهج من خلال مسح الدراسات السابقة والتراث النظري فضلا عن مسح مضمون منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك، وذلك بغرض التعرف على استراتيجيات إدارة الأزمات الصحية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك التي تم استخدامها من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

أداة جمع البيانات

يتوقف اختيار أدوات جمع البيانات في أي بحث علمي على طبيعة البيانات المراد جمعها وقيمتها، فقد اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون الالكتروني لوصف مضمون المادة المدروسة على الفايسبوك ويتم تطبيقه من خلال تحليل عينة من منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بهدف التعرف على شكل ومضمون استراتيجيات إدارة الأزمات الصحية. التي تم استخدامها من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

(1) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص282

(2) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2020، ص307

وتحليل المضمون حسب بيرلسون:" هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا"[1]. وتم بناء استمارة تحليل المضمون الخاص بالدراسة الحالية كالأتي:

1. قمنا بداية بتحديد وحدات التحليل: "هي عبارة عن وسيلة التسجيل أو العد هي أصغر جزء يمكن أن يظهر من خلاله تكرار الظاهرة، فوحدات التحليل تستخدم إذا في قياس مدى تردد الموضوع محل البحث في المادة المدروسة"[2]. ومن هذا المنطلق تم الاعتماد على وحدة الفكرة كوحدة للتسجيل في إطار سياق الفكرة والعد كأسلوب لقياس التكرارات من خلال مرات ظهور الفئة.

2-فئات التحليل:

تهتم فئات التحليل بالإجابة عن تساؤلات الدراسة، من خلال الإجابة عن سؤالين رئيسيين، هما: فئة الشكل كيف قيل؟ تناولت فيها الباحثة: فئة تصميم الصفحة، فئة الإخراج الفني، فئة التفاعلية وفئة اللغة. فئة المضمون ماذا قيل؟ تناولت فيه الباحثة: فئة طبيعة المضامين، فئة الاستراتيجية، فئة الأهداف وفئة أساليب التوعية.

ثانيا: مجتمع الدراسة وعينته

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، والمجتمع الكلي في بحوث التحليل هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيه المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث[3].

وعليه يتمثل مجتمع دراستنا الحالية في منشورات وزارة الصحة الجزائرية على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك. واخترنا موقع الفايسبوك باعتباره أحد أهم منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا، ووقع اختيارنا على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة

(1) عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، مصر، 2007، ص46

(2) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص108

(3) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص163

الجزائرية باعتبارها الجهة الرسمية المسؤولة عن نقل المعلومات للجمهور إزاء جائحة كورونا والمصدر الموثوق به.

عينة الدراسة

تم تحديد العينة الزمنية بفترة 3 أشهر من 1 جوان 2022 إلى 30 أوت 2022 معتمدين على أسلوب الحصر الشامل وتم اختيار هذه المدة والأشهر قصديا لأنه عرفت الجائحة في هذه الفترة تصاعد رهيب لعدد حالات الإصابة والوفيات كما شهدت عديد الأزمات كأزمة نقص الأوكسيجين واكتظاظ المستشفيات. وقدر إجمالي المنشورة التي تم تسجيلها في هذه الفترة ب 116منشور .

الإطار التطبيقي للدراسة

سنتطرق في هذا الفصل إلى عرض نتائج التحليل الخاصة بكل من فئتي الشكل والمضمون

عرض ومناقشة فئات الشكل

الجدول1: بيانات عامة حول الصفحة

العبارات	متوفرة	غير متوفرة
اسم الصفحة	/	
شعار الصفحة	/	
ألوان الصفحة	/	

نلاحظ من خلال الجدول رقم "1" حضور معظم العناصر التعريفية الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، والمتمثلة في اسم الصفحة ويظهر بلغتين العربية والفرنسية، ألوان الصفحة وجاءت باللونين الأزرق والأبيض، هوية الصفحة تظهر لنا من خلال صورة البروفايل وهو ما يؤكد على اهتمام مسير الصفحة بخلق صورة إيجابية لدى جمهورها.

الجدول2: علامات التوثيق

علامة التوثيق	الصفحة
متوفرة	/
غير متوفرة	

يمثل الجدول رقم "2" توفر علامة التوثيق الزرقاء في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك، وهو ما لا سجلناه من خلال تتبعنا للصفحة محل الدراسة ، مما يؤكد على أن الصفحة معترف بها من قبل إدارة موقع الفايسبوك كما أن وجودها يعني أن الحساب رسمي حقيقي يعبر عن المؤسسة والشخص صاحب الحساب وأنهم مسؤولون عن المحتوى الذي يتم نشره على الصفحة، ومن بين الميزات كلك التي يتيحها وجود علامة التوثيق الزرقاء داخل الصفحة ، اكتساب قاعدة جماهيرية عريضة وخاصة وأن الجمهور دوما ما يتجه بالبحث عن المصادر الموثوقة ومنه زيادة عدد المتابعين والمتفاعلين مع المحتوى المنشور، إضافة إلى أنها تساهم في زيادة مرئية الصفحة وإثبات صحتها وهو ما يجنبها التعرض للاختراق والإغلاق من قبل إدارة الفايسبوك، والأهم أنها تخلق نوع من الثقة في المعلومات المقدمة عبر الصفحة.

الجدول 3: يوضح طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة

اللغة	التكرارات	النسبة المئوية
اللغة العربية	75	%64.65
اللغة فرنسية	11	%9.48
اللغة الأمازيغية	8	%6.89
لغة مختلطة	22	%18.96
المجموع	116	100

بعد الاطلاع على محتوى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك، على طبيعة تبين لنا اعتماد اللغة العربية بدرجة كبيرة من قبل مسيري الصفحة بنسبة قدرت ب 64.65%، وهذا راجع الى خصوصية المجتمع الذي تنشط فيه والذي يعطي أهمية كبيرة للغته الأم كما أن استعمال اللغة العربية في منشورات الوزارة يبعث على الألفة بين المؤسسة وجمهورها ومن جهة أخرى يقع على عاتق المؤسسة تقديم رسالة في قالب مفهوم يسع الجميع يضمن وصول الرسالة بالشكل الصحيح وخاصة أن المنشورات موجهة لشريحة واسعة من الجمهور بمستوياته المختلفة وهو ما يعني أن وزارة الصحة الجزائرية بممثليها تحترم خصوصية المجتمع الجزائري. تليها اللغة المختلطة بنسبة 18.96%، ويرجع استخدام هذا النوع الذي يقوم على المزج بين لغتين في منشور واحد لأن

المؤسسة تخاطب جمهور واسع متعدد الجنسيات والثقافات وبما أن الأزمة هي قضية الكل دون استثناء بالتالي تصبح المعلومة مطلبا للكل، ووزارة الصحة باعتبارها المسؤول الأول عن توفير المعلومة لا بد أن تلبي احتياجات جمهورها باختلافه. وكما سجلنا حضورا للغة الفرنسية بسبة 9.48% وان كان حضورها ضئيل مقارنة بسابقتها الا أنه لها أهمية في هي الأخرى واقتصر استخدامها على مسميات الفيروس وبعض المصطلحات العلمية والطبية وأخيرا جاءت اللغة الأمازيغية بنسبة ضئيلة قدرت ب 6.89%. ومن خلال معطيات الجدول أعلاه يمكن القول أن وزارة الصحة الجزائرية نجحت إلى حد ما في مهامها حيث عملت بجد على توفير المعلومة إلى جمهور المتلقين من خلال تقديم محتوى يتناسب وتعدد المستوى التعليمي والثقافي للفرد المستهدف، لضمان فهمها وإحداث التأثير المرغوب فيه.

الجدول 4: يوضح شكل المحتويات المنشورة بالصفحة

الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
نص	54	%46.55
صورة	12	%10.22
نص+ صورة	30	%25.86
نص+ فيديو	20	%17.37
المجموع	116	100

يبين الجدول أعلاه أسلوب عرض منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، حيث نشرت هذه المؤسسة نسبة 64.55 % من المواضيع المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية على شكل نص وهذا راجع لقوة الكلمة المكتوبة وقدرتها على ترسيخ الفكرة وجاءت أغلب النصوص في شكل تقارير يومية حول حالات الإصابة والوفيات ونسب الشفاء، و25.86% على شكل نص+ صورة حيث تعد النصوص المرفقة بصورة أكثر جدبا من الناحية الشكلية فضلا لم لها من تأثير على نفسية المتلقي وإدراكه للأشياء من خلال حاستين ما يساعد على ثبوت الفكرة في ذهن المتلقي وشملت منشورات الخاصة بزيارات الميدانية لوزيرة الصحة ومسؤولي القطاع للمستشفيات، التعازي، منشورات حملات التلقيح، في حين كانت نسبة المنشورات في شكل نص+ فيديو بنسبة 17.37% لم لها من دور وظيفي في جدب الانتباه كما تعمل على إبراز الأشياء بصورة أدق تفصيلا فضلا عن إضفاء نوع من القيمة الجمالية على المحتوى المقدم وخصت هذا الشكل من المنشورات

بالحملات التحسيسية وكذا الزيارات الميدانية ، أما المنشورات في شكل صورة جاءت بنسبة 10.22% وبما أن الصورة هي شكل من أشكال التعبير الإنساني فقد عمدت المؤسسة استخدامها لجدب انتباه المتلقي وخلق فضول أكثر لديه لمعرفة تفاصيل أكثر حول اللقاح أو مجريات الأحداث وتنوعت الصورة بين خبرية وشخصية وتمثلت إجمالا في صور تعليمات وإرشادات وقائية، صور لوزير الصحة، أطباء. من خلال النتائج المتحصل عليها يمكن القول أن توظيف هذه الدعائم السابقة الذكر من نص وصورة وفيديو كان لها دور ايجابي في تبسيط المعنى وإيصال الرسالة بشكل مبسط وواضح للمتلقي، كما عملت هذه الدعائم على جدب انتباه الجمهور وزيادة وعيه بخطورة الوضعية الوبائية وإلزامية اتخاذ كافة التدابير الوقائية اللازمة.

الجدول 5: يوضح أشكال التفاعلية

الفئة		التكرار	النسبة المئوية
الإعجاب	ضعيف اقل من 200	23	%19.82
	متوسط من 201-300	27	%23.89
	قوى من 301-400	21	%18.10
	قوى جدا 401 فما فوق	45	%38.79
	المجموع	116	100
التعليق	ضعيف اقل من 200	51	%45.13
	متوسط من 201-300	32	%28.31
	قوي من 301-400	22	%19.46
	قوي جدا 401 فما فوق	8	%7.07
	المجموع	113	100
المشاركة	ضعيف أقل من 200	28	%24.13
	متوسط 201-300	23	%19.82
	قوى من 301-400	22	%18.96
	قوي جدا 401 فما فوق	43	%37.06
	المجموع	116	100

تبين معطيات الجدول أعلاه كيفية تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك، حيث احتلت فئة التفاعل عن طريق كل من

الإعجاب والمشاركة المرتبة الأولى بنسبة 100%، وبمستوى إعجاب كان متوسط بنسبة قدرت ب 23.86 % في حين كانت مستوى تفاعل الجمهور من خلال المشاركة مع المنشورات المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية ذات مستوى قوي جدا قدر ب 37.06%، ويرجع هذا الاختيار والتفاعل إلى طبيعة الأزمة في حد ذاتها وما تمتاز به تطورات سريعة وغموض في الأسباب وهو ما لم يعطي للفرد فرصة لتقديم رأيه حيث يعتبر فيروس كورونا من الأوبئة المستجدة التي تتطلب قدرا من الاطلاع والمعلومات للتعامل معه، كما يستدعي التعليق على المنشورات مستوى معرفي ودراية تامة بالأزمة وهو ما كان غائبا في البدايات الأولى للجائحة فكتفي الجمهور بتسجيل الإعجاب على المضامين المنشورة بشكل متوسط معبرا بذلك على تجاوبه واهتمامه بما يحدث وخوفه من ما هو قادم، ونفس الشيء بالنسبة للتفاعل من خلال المشاركة الذي لقي تفاعلا كبيرا من قبل المتلقيين الذين تجاوبوا بشكل واضح مع المنشورات من خلال مشاركتها عبر حساباتهم الشخصية، مع الأصدقاء وهذا يدل على مدى وعيهم بخطورة الوضعية الوبائية وسعيا منهم للحفاظ على سلامتهم وهي رسالة منهم بأن الأزمة هي أزمة الكل ومسؤولية الجميع، كما أن مشاركة المنشور لا تتطلب مستوى ثقافي وجهد عكس التعليق. في حين سجلنا في المرتبة الثالثة التفاعل من خلال التعليق والذي كان بمستوى ضعيف بنسبة 45.13%. ويعود السبب في هذه النتيجة الى كون التعليق كما سبق وأشرنا يحتاج معرفة ودراية تامة بمجريات الأحداث، ماهية المرض بمعنى يحتاج مستوى معرفي إدراكي لا بأس به، وهو ما كان حاضرا في منشورات الصفحة بنسبة جد ضعيفة وتعليقات سلبية في مجملها كانت خارج الموضوع ولا علاقة لها بالمنشور. ومن خلال ما سبق عرضه من معطيات نخلص إلى أنه هنالك تنوع في طرق تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة وهذا يدل على اهتمام المتلقين بمضمون ما تم نشره من حقائق، تقارير، حملات تحسيسية وأن اختلف مستوى ودرجة التفاعل.

عرض ومناقشة فئات المضمون

الجدول 6: يوضح نوع الموضوعات المنشورة بالصفحة

الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
تقاريريومية حول حالات الإصابة، الاستشفاء، الوفيات	52	%44.82
حملات تحسيسية	19	%16.37
حملات تلقيح	13	%11.20

تعازي	6	%5.17
لقاءات تقييمية	26	%22.41
المجموع	116	100

يتبين من خلال معطيات الجدول أعلاه استحواذ المواضيع المتعلقة بالتقارير اليومية حول حالات الإصابة والشفاء الصدارة من مجموع الموضوعات المنشورة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك بنسبة 44.82% ويعود السبب في هذه النتيجة بالدرجة الأولى الى طبيعة الصفحة ونشاطها الإخباري الذي يقوم بالأساس على نقل ونشر كل ما له علاقة بصحة المواطن وهو ما يؤكد لنا الجدول رقم(8) حيث تصدرت فئة أهداف المنشورات " الإعلام" الصدارة، كما أن نشر مثل هذه المواضيع يعتبر مسؤولية الوزارة باعتبارها المصدر المخول له بنشر مستجدات الأزمة، تليها في المرتبة الثانية مواضيع خاصة بحملات تحسيسية بنسبة 16.37% والملاحظ من خلال التحليل وما تم تسجيله من ملاحظات هو سعي الوزارة على تسخير كافة الوسائل التي من شأنها ان تحد من انتشار الأزمة أكثر من خلال سلسلة حملات تحسيسية مست كافة القطاعات والمناطق عبر مختلف التراب الوطني وجاءت في مجملها في شكل خرجات لمناطق الظل حملات تحسيسية بالمدارس ..الخ وبنسبة 11.20 %مواضيع حملات التلقيح، التي عرفت هي الأخرى تغطية واسعة استهدفت كل القطاعات وجاءت كحل نهائي للأزمة، مقابل ذلك توصلنا من خلال التحليل إلى بروز المواضيع الخاصة بتعازي وإعلانات الوفاة بنسبة 5.17% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي المواضيع وكان الهدف منها تبيان سلبيات ومخاطر الأزمة وكدا النتائج المترتبة عن عدم احترام الإجراءات الوقائية، ومن خلال ما تم عرضه من نتائج يمكن القول بأن وزارة الصحة الجزائرية من خلال منشوراتها عبر صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك كانت حريصة على إعلام الجمهور العام وهو ما يتوافق مع الجدول رقم (7) حيث يؤكد لنا أن لمنشورات خاطبة الجمهور العام بالدرجة الأولى من مبدأ أن الأزمة أزمة الكل لا الفرد.

الجدول 7: يوضح فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحة

الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
جمهور عام	75	64.65%
مؤسسات	26	19.82%
جمهور خاص	18	15.53%
المجموع	116	100

تبين معطيات الجدول أعلاه الخاصة بفئة الجمهور المستهدف من خلال منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك، أن أغلبية المنشورات المتعلقة بالأزمة الصحية كوفيد 19 كانت موجهة بالدرجة الأولى إلى الجمهور العام بنسبة 64.65% وهو ما يفسر اعتمادها اللغة العربية في غالبية منشوراتها التي كانت بلغة بسيطة مفهومة تتلاءم والمستوى الثقافي والتعليمي للفرد المتلقي، ويعود السبب كذلك في هذه النتيجة إلى طبيعة الأزمة في حد ذاتها حيث لم تستثني فردا ولم تقتصر على فئة من المجتمع دون أخرى وبالتالي هو ما يفسر توجه المنشورات بالدرجة الأولى للعامة، تليها فئة جمهور المؤسسات بنسبة 19.82% ونخص بالذكر هنا جمهور المستشفيات بالدرجة وكذا المؤسسات التربوية بأطوارها المختلفة التي شهدت عديد الزيارات الميدانية لمختلف الكوادر الصحية لوقوف على نقائص ومتابعة مدى جاهزية هذه المؤسسات لمواجهة الوباء، وكذا عرفت تنظيم عديد الحملات التحسيسية لفائدة المرضى والعاملين والمتمدرسين على حد سواء، بينما احتل الجمهور الخاص نسبة 15.33 %من إجمالي العينة وتمثل في جمهور الأطفال بالدرجة الأولى و النساء الحوامل وكبار السن من خلال تنظيم أيام وأبواب مفتوحة خاصة بهذه الفئة قصد توعيتها. والملاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك عمدت إلى مخاطبة جمهور واسع من المتلقين على اختلافهم، وكانت حريصة على توعيتهم وتزويدهم بالمعلومات أولا بأول.

الجدول 8: يوضح الأهداف المتضمنة في منشورات الصفحة

الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
الإعلام	70	%60.34
التثقيف	29	%25
التحذير	17	%14.65
المجموع	116	100

تبين معطيات الجدول أعلاه مجموع الأهداف التي تسعى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية إلى تبليغها إلى جمهور المتتبع لمنشوراتها الخاصة بتفشي أزمة كوفيد 19 الصحية، حيث تشير النتائج أعلاه إلى سعي القائمين على الصفحة عينة الدراسة التحليلية إلى إعلام الجمهور من خلال جملة التقارير اليومية التي تنشر بصفة دورية على مدار أيام الأسبوع والتي يطلع من خللها الجمهور المتابع للصفحة على حالات الإصابة والاستشفاء وكذا الوفيات في شكل تقارير مكتوبة ومصورة، إضافة إلى سعيها لتحسيس

المواطنين بمدى خطورة الفيروس وذلك من خلال مجموعة ومضات تحسيسية بنسبة بلغت 60.34% بالمائة بمعدل 70 تدوينه وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة مع باقي الأهداف، في حين بلغت نسبة الهدف التثقيفي 25% بمعدل 29 تدوينه، وحملت هذه التدوينة التي كانت عبارة عن صور بدرجة أولى تشرح إجراءات الوقاية، كيفية غسل اليدين التباعد الجسدي، طريقة التعامل مع المصاب بالفيروس. ومقابل ذلك جاءت الأهداف ذات الطابع التحذيري في المرتبة الثالثة بنسبة 14.65% ما يعادل 17 تدوينه من أصل 116 وتلخصت في تصريحات وزير الصحة حول ضرورة الالتزام بالتدابير الوقائية والتنديد بالعقوبات الناجمة عن عدم الالتزام، من غرامة مالية وغلق عديد المرافق العمومية كالمدارس والمحلات. الخ.

الجدول 9: يبين طبيعة الاستراتيجيات التي اعتمدتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة

الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
استراتيجية المواجهة بدلا من الهروب	67	%57.75
استراتيجية العرض المقنع والفعال	30	%25.86
استراتيجية دمج وإشراك الآخرين	19	%16.39
المجموع	116	100

يرتبط نجاح المؤسسة في مواجهة الأزمات بمدى استعدادها وجاهزيتها لتصدي لطوارئ من خلال تبنيها مجموعة خطط وأساليب اتصالية أو كم يطلق عليها في التراث النظري بمفهوم الاستراتيجية، والتي تعتبر عامل مهم وخطوة أساسية في المراحل المختلفة للأزمة، وتختلف هذه الأساليب بطبيعة الحال من مؤسسة إلى أخرى، ويعتمد توظيف إحداها دون الأخرى على طبيعة الأزمة، توجه المؤسسة ومدى ملاءمتها وكدا فعاليتها، ومن خلال اطلاعنا على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايس بوك توصلنا إلى ما يلي:

اعتمدت وزارة الصحة الجزائرية من خلال ما تم نشره وإذاعته من منشورات بشقيها (المكتوبة، السمعية البصرية) عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايس بوك على استراتيجية المواجهة بدلا من الهروب أو كما يطلق عليها البعض استراتيجية الإعلام بس57.75% أي ما يعادل 70 تدوينه من أصل 116 وتقوم هذه الاستراتيجية على تزويد المتصفح بمختلف مستجدات الأزمة في شكل تقارير يومية حول حالات الإصابة والاستشفاء، الوفيات،

تصريحات الوزير الأول حول تطور الوضعية الوبائية، معلومات حول اللقاح، إعلانات الوفيات وكل ما يتعلق بالوضعية الوبائية على مدار 24 ساعة، وهي النتيجة التي توصل إليها الباحث مرتضى البشير خالد عبد الحفيظ في مقاله حيث تبين اهتمام الصفحة الرسمية لوزارة الصحة السودانية عبر موقع الفايسبوك بتعزيز الوعي الصحي من خلال نشر الأخبار المستمرة عن الفيروس أي اعتماد الصفحة محل الدراسة على استراتيجية المواجهة. وتبني المؤسسة لمثل هكذا استراتيجية يجنبها الشك ويعطيها مصداقية أكبر عند الجمهور. مقابل ذلك توصلنا من خلال الدراسة التحليلية إلى تبني الصفحة محل الدراسة لاستراتيجية العرض المقنع والفعال بنسبة 25.68 %ما يعادل 30 تدوينه من أصل 116، تقوم هذه الاستراتيجية على مبدأين أساسيين هما: الحوار والإقناع حيث سعت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية إلى إقامة سلسلة لقاءات دورية ترأسها وزير الصحة والوزير الأول مع مدراء المستشفيات والمخابر الفيزيولوجية المسؤولة عن التحاليل، وكذا لقاءات جمعته بوسائل الإعلام السمعية والسمعية بصرية تحدث من خلالها عن الأزمة وعن الجهود التي تبدلها الدولة والأطقم الطبية للتصدي للوباء، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه الباحث "Patashnik.Matthew" في دراسته حيث أكد على أهمية وجود استراتيجية الحوار كأحد الأساليب الاتصالية أثناء الأزمات، كما غلب على مختلف المنشورات أسلوب الإقناع الذي اعتمد من خلاله على الصورة كدعامة بصرية بالدرجة الأولى للتأثير في سلوكيات الأفراد وإقناعهم بأخذ اللقاح من جهة، وأخيرا تصدرا استراتيجية إشراك ودمج الآخرين المرتبة الثالثة بنسبة 16.39% ما يعادل 19 تدوينه من أصل 116، وتم اعتماد هذه الاستراتيجية من خلال دمج مجموعة من الفنانين كصالح أوقروت مثلا الذي يظهر وهو يأخذ جرعة اللقاح، إلى جانب شخصيات سياسية وحكومية فاعلة في المجتمع أمثال الوزير الأول "جراد" و وزيد الصحة عبد الرحمن بن بوزيد، كما كان للمشايخ والأئمة حضور هو الأخر من خلال تنشيطهم لسلسلة حلقات توعوية تحسيسية، ويأتي هذا التوظيف الذي ما كان عبثيا لإقناع المواطنين بأهمية العلاج وحثهم على الالتزام بالإجراءات الوقائية التي أوصت عليها الوزارة ومن هنا يتبين لنا مدى حرص الوزارة على توعية المواطنين.

الجدول 10: يوضح أساليب التوعية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
معلومات إرشادية	**36**	**%31.3**

معلومات تحذيرية	80	%68.96
عقوبات	00	00
المجموع	116	100

تبين معطيات الجدول أعلاه أساليب التوعية التي اعتمدتها وزارة الصحة الجزائرية من خلال منشوراتها المتعلقة بالأزمة الصحية (كوفيد 19)، حيث تشير المعطيات إلى تصدر الأساليب التوعوية التي تحتوي على معلومات تحذيرية المرتبة الأولى بنسبة 68.96 %ما يعادل 80 تدوينه من أصل 166 وتتخذ هذه المعلومات التحذيرية شكلين: معلومات تحمل طابع تخويفي، والشق الثاني يكون في قالب تهديد بخطر، والغالب على منشورات الصفحة من خلال التحليل هو ذاك النوع الذي يحمل قالب التخويف من مضاعفات كورونا حيث ركزت منشورات الصفحة على نشر الإعلانات الوفاة وحالات الإصابة بشكل يومي، كما عمدت إلى سلسلة حملات تحسيسية ولقاءات دورية للوقوف على تفاقم الوضعية الوبائية وكلها مضامين تنشر الذعر لدى المواطن، مقابل ذلك سجلنا حضور معلومات ذات طابع تهديد بشكل مقتضب جد وتمثلت في تصريحات وزير الصحة كقوله" كورونا مسؤوليتكم" تفاقم الوضعية الوبائية مسؤولية الجميع" ابقوا في منازلكم"، مقابل ذلك أولت الصفحة اهتمام لا بأس فيه بتوعية الجمهور وإرشاده بنسبة 31.3 %ما يعادل 36 تدوينه من خلال تزويده بمعلومات حول كيفية غسل اليدين، التباعد الجسدي، وتكون بذلك الوزارة حققت هدفها المتمثل في التوعية بالأساس، في حين غابت تماما المنشورات الخاصة بالعقوبات التي فرضتها الوزارة على المخالفين للتدابير الوقائية طيلة فترة التحليل والمتمثلة في غرامة مالية والحبس وإغلاق المحلات بالنسبة للتجار، وما يمكن استنتاجه من هذه المعطيات هو حرص وزارة الصحة الجزائرية من خلال ما تنره عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايس على توعية المواطنين بالدرجة الأولى وتوفير كافة المعلومات اللازمة لسلامته.

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على استراتيجيات إدارة الأزمة الصحية (كورونا) بالجزائر عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية بموقع التواصل الاجتماعي فايس بوك، حيث أثبت الصفحات الإخبارية الرسمية حضورها في أوقات الأزمات التي تطال المؤسسات من خلال سعيها إلى خلق جسر يبقيها على تواصل دائم مع جماهيرها يمدهم بمختلف المعلومات بطريقة آنية وبشكل دوري.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

-تبين من خلال الدراسة إن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايس بوك تولي اهتماما واضح لهويتها البصرية حيث تتوفر الصفحة محل الدراسة على جميع العناصر التعريفية التي من شأنها أن تجدب المواطن وتبقيه على جسر تواصل بيه وبين المؤسسة.

-توصلنا من خلال الدراسة إلى تبني وزارة الصحة الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايس بوك جملة من الاستراتيجيات الاتصالية لمواجهة تفشي فيروس كورنا بالجزائر، تمثلت في استراتيجية المواجهة بدلا من الهروب، إضافة إلى اعتماد كل من استراتيجية العرض المقنع والفعال الصور الإخبارية واستراتيجية دمج وإشراك الآخرين.

-استهدفت وزارة الصحة الجزائرية من خلال منشوراتها على صفحتها الرسمية بموقع الفايس بوك الجمهور العام بالدرجة الأولى" كبار، صغار، متعلمين، أميين، أطفال، شيوخ"، وهو ما انعكس بدوره على لغة المناشير والفيديوهات، التي كانت باللغة العربية الأم بنسبة كبيرة مقارنة بالتباين الذي انقسم بين اللغات الأجنبية واللغة الأمازيغية.

-بينت نتائج الدراسة سعي وزارة الصحة الجزائرية عبر الفايس بوك إلى إعلام الجمهور بالدرجة الأولى حيث تصدر قائمة الأهداف المسطرة، وذلك من خلال تركيزها على مجموعة مواضيع تمثلت في تقارير الحالات اليومية للإصابة والاستشفاء والوفيات بالدرجة الأولى، معتمدة في ذلك على توليفة من الأساليب التوعوية والتي أتت في شكل معلومات تحذيرية تخويفية بالدرجة الأولى.

-تبين من خلال الدراسة اعتماد الصفحة على الوسائط المتعددة التي كانت بمثابة دعامة للمنشورات حيث وأتت المنشورات في شكل " نص" في الصادرة ، في حين اعتمدت باقي المنشورات على المزج بين نص وصورة ونص وفيديو والتي تعتبر عامل جدب واستقطاب للمتصفح، وكان لهذه الدعائم دور في تفاعلية الجمهور حيث توصلنا الى حضور الأشكال التفاعلية الثلاثة داخل المنشور الواحد حيث أظهر المواطنين تفاعلهم مع منشورات الصفحة من خلال الإعجاب والمشاركة للمنشور بدرجة متساوية، وبدرجة متقاربة من خلال كتابة تعليق التي كانت في مجملها تعاليق سلبية خارجة عن الموضوع.

توصيات الدراسة:

-استغلال المؤسسات الفضاء الرقمي ودمجه كاستراتيجية لإدارة الأزمات

- الاهتمام بالفضاء الرقمي من خلال إنجاز دراسات تحليلية معمقة حول مواقع المؤسسات (صفحات إخبارية، موقع اليوتيوب، موقع الإنستغرام..)

-تسليط الضوء على موضوع الاستراتيجيات وإدارة الأزمات بالجزائر مع التركيز على مختلف الفاعلين في الدولة.

المراجع:

المراجع العربية:

1. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
2. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
3. البشير عثمان الأمير مرتضي، وعبد الحفيظ محمد خالد، وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا: صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجا. مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 11.
4. حسان حمد قميحة، الفايس بوك تحت المجهر، ط1، النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
5. عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط4، دار الفكر العربي، مصر، 2007.
6. عبد الله محمد الفقيه، إدارة الأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2012.
7. فهد علي الناجي، أثر استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي دراسة ميدانية على الشركات الصناعية الدوائية البشرية في مدينة عمان الكبرى، كلية الأعمال، عمان، 2012.
8. محمد زيدان أمال إسماعيل، تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا تقييم مرحلي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد4، العدد54، 2020.
9. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، 1983.

10. مراد ميلود، فوزية صادقي، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد3، العدد1، 2020.

11. مسعود حسين التائب، البحث العلمي-قواعده-إجراءاته-مناهجه- ط1، الناشر المكتب العربي للمعارف، مصر، 2018.

12. منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2020.

13. مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، بيروت، 2014.

14. نرمين على عجوة، استراتيجيات اتصال المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا، دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد4، العدد 54، 2020.

المراجع الأجنبية:

15. Qiang, C., Chen, M., Wei, Z., Ge Wang, Xiaoyue, M & ,. Richard, E. (2020). unpacking the black box How to promote citizen engagement through government social media during the covid-19 crisis. computers in human behavior, 110(106380), 5-6