

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أحمد دراية - أدرار-

قسم العلوم الإنسانية
شعبة إعلام واتصال



كلية العلوم الإنسانية
والاجتماعية
والعلوم الإسلامية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال،
تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية تحت عنوان:

دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل
الاجتماعي في التوعية بأهمية لقاح كورونا : صفحة
فيسبوك وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات أنموذجاً.

إشراف الدكتور:

• العيد حاج قويدر

إعداد الطالبتين :

• غزراوي آسيا .

• منصور وفاء .

لجنة المناقشة:

رئيساً	أستاذ محاضر " أ "	د. اسباعي احمد
مشرفاً ومقرراً	أستاذ محاضر " أ "	د. حاج قويدر العيد
ممتحناً	أستاذ مساعد " أ "	أ.أبا لحبيب عبد القادر

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022م

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أحمد دراية - أدرار-

قسم العلوم الإنسانية
شعبة إعلام واتصال



كلية العلوم الإنسانية
والاجتماعية
والعلوم الإسلامية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال،
تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية تحت عنوان:

دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل
الاجتماعي في التوعية بأهمية لقاح كورونا : صفحة
فيسبوك وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات أنموذجاً.

إعداد الطالبتين :

إشراف الدكتور:

• العيد حاج قويدر

• غزراوي آسيا .

• منصور وفاء .

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022م



شهادة الترخيص بالإيداع

انا الأستاذة: حاج حورية العيد
المشرف مذكرة الماستر.

الموسومة بـ: دور المجالات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية لقاح كورونا: صحيفة فيسبول ووزارة الصحة والإيداع من إنجاز الطالب(ة): غباري آسية المدونة
و الطالب(ة): مذمور وحار

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
القسم: العلوم الإنسانية
التخصص: علامات وارتباط
تاريخ تقييم / مناقشة: 06 / 06 / 2022

أشهد ان الطلبة قد قاموا بالتعدلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة التقييم / المناقشة. وان المطابقة بين النسخة الورقية والإلكترونية استوفت جميع شروطها. وبإمكانهم إيداع النسخ الورقية (02) والأليكترونية (PDF).

- امضاء المشرف:

أدرار في 06/06/2022

مساعد رئيس القسم:

مساعد رئيس قسم العلوم الإنسانية
مكلف بإيداع النسخ والتبويب الفعلي

د. بابا عبد الله



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

نتقدم بـجـالـص الشـكـر والتـقـديـر والـعـرـفـان إلى أـسـتـاذـنا الفـاضـل

المـشـرف "حـاج قـويـدـر العـيـد" لما بذله من الجهد ونصح

وتوجيه لنا طوال مدة انجاز هذه المذكرة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا

العمل من قريب أو بعيد .

آسيا . . . وفاء

إهداء

كنت أول من قبلني بدفء وحنان.....كنت أول إنسان زرع في قلبي
الأمل والإيمان.....وعلمني كيف أخطوا الخطوة الأولى وكيف أحلم....كنت
الشخص الوحيد الذي آمن بي منذ البداية.....فرحتي ترسمين فيها الثقة في
النفس قبل الإرادة، إليك أنت يا مصدر الحب والأمان يا موضع الرحمان.. "أمي"
أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى روح والدي الطاهرة.
إلى أصحاب الضمائر الحية الذين عاهدوا أنفسهم على الإخلاص فكانوا خير مثال
للصدق والوفاء.

إلى زوجي وابني "أسامة" أدامهما الله لي ذخرا في الحياة.
إلى إخوتي وأخواتي إلى كل العائلة فرداً فرداً.
إلى كل الذين اذكركم في قلبي ولم يكتبهم قلمي.

آسية

إهداء

الحمد لله الذي تسبّح له الرمال وتسجد له الظلال اشكر الله الذي بلغني هذا المال ،بدأنا بأكثر من يد ،وعانينا الكثير من الصعوبات ، وهنا نحن اليوم نظوي سهر الليالي وتعب الأيام وخلاصة مشوارنا بين هذا المتواضع .

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء ، إلى رمز الحب وبلسم الشفاء ،إلى القلب الناصع بالبياض .

والدتي الحبيبة

إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء ، إلى الذي لم يبخل بشيء من اجل دفعي في طريق النجاح ،إلى الذي علمني أن ارتقي سلم الحياة بحكمة وصبر ، من كان سندي في مشواري .

والدي العزيز

إلى من حبهم يجري في عروقي ، ويبهج بذكرهم فؤادي إلى **أخواني وأخواتي** .

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع ،إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن

نقطف زهرة تعلمنا إلى **صديقاتي وزميلاتي** .

إلى من علمونا حروفا من ذهب وكلمات من درر ، وعبارات من أسمي واجلي عبارات في العلم .

إلى من صاغوا لنا علمهم حروفا ومن فكرهم منارة تنير لنا سيرة العلم والنجاح

إلى **أساتذتي الكرام** .

وفاء

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	الإهداء
	قائمة المحتويات
أ . ح	المقدمة
الفصل الأول: مدخل مفاهيمي للدراسة	
11	المبحث الأول: مدخل إلى الحملات الإعلامية.....
11	المطلب الأول: تعريف الحملات الإعلامية.....
12	المطلب الثاني: أنواع الحملات الإعلامية.....
14	المطلب الثالث: أهداف الحملات الإعلامية.....
16	المبحث الثاني: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي.....
16	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....
17	المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....
20	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:
21	المبحث الثالث: مدخل إلى لقاح كورونا.....
21	المطلب الأول: تعريف فيروس كورونا.....
22	المطلب الثاني: أنواع لقاحات كوفيد 19 المصرح بها المضاد للفيروس.....
24	المطلب الثالث : أهمية لقاح كوفيد 19.....
الفصل الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا	
28	المبحث الأول: الحملات الإعلامية والتوعية الصحية بلقاح كورونا.....
28	المطلب الأول: الحملات الإعلامية كإستراتيجية للتوعية الصحية بلقاح كورونا.....
29	المطلب الثاني: المحاور لتي تتبناها الحملات الإعلامية بالتوعية لصحية لأهمية لقاح كورونا.....

31	المطلب الثالث: دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بعمل لقاح كورونا.....
32	المبحث الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية بأهمية لقاح كورونا
32	المطلب الأول: الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية.....
33	المطلب الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية لقاح كورونا..
34	المطلب الثالث: مزايا الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية بأهمية لقاح كورونا
35	المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا
35	المطلب الأول: كيفية الإقناع بأهمية لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....
36	المطلب الثاني: دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية أثناء انتشار فيروس كورونا..
37	المطلب الثالث: الدور الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي لفيروس كورونا.....
<p>الفصل الثالث: دور الحملات الإعلامية عبر صفحة فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا</p>	
42	المبحث الأول: بطاقة تعريفية ل: صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "
43	المطلب الأول: التعريف بصفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "
44	المطلب الثاني: أهداف صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "
44	المطلب الثالث: دور صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية " في التثقيف الصحي.....
45	المبحث الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر صفحة فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا.....
45	المطلب الأول: الإطار العام لصفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "
50	المطلب الثاني: الإطار الشكلي والفني لصفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "
53	المطلب الثالث: دور الحملات الإعلامية عبر صفحة فيسبوك وزارة الصحة.....
66	الخاتمة
69	قائمة المصادر و المراجع
74	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
45	القوالب المستخدمة في المادة الإعلامية في الصفحة.	01
47	الجمهور المستهدف من الصفحة.	02
48	اللغة المستخدمة في صفحة "وزارة الصحة".	03
50	صورة موضوع لقاح كورونا بالصفحة	04
51	العناصر التبيوغرافية بالصفحة.	05
52	مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا في الصفحة.	06
53	الفئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة.	07
55	أهداف الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة.	08
56	الحملات الإعلامية لأنواع اللقاح في صفحة فيسبوك وزارة الصحة.	09
58	مضامين الحملات الإعلامية حول لقاح كورونا في الصفحة.	10
59	أسلوب مضمون موضوعات لقاح كورونا بالصفحة.	11
61	مستوى التفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة.	12

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
46	القوالب المستخدمة في المادة الإعلامية في الصفحة.	01
48	الجمهور المستهدف من الصفحة.	02
49	اللغة المستخدمة في صفحة "وزارة الصحة".	03
51	صورة موضوع لقاح كورونا بالصفحة	04
52	العناصر التيوغرافية بالصفحة.	05
53	مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا في الصفحة.	06
54	الفئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة.	07
56	أهداف الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة.	08
57	الحملات الإعلامية لأنواع اللقاح في صفحة فيسبوك وزارة الصحة.	09
59	مضامين الحملات الإعلامية حول لقاح كورونا في الصفحة.	10
60	أسلوب مضمون موضوعات لقاح كورونا بالصفحة.	11
62	مستوى التفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة.	12

مقدمة

- الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أقنعت بضرورة تلقي اللقاح ضد فيروس كورونا .

◀ أهداف الدراسة:

إن موضوع الصحة موضوع ذو أهمية بالغة لدى الأفراد والمجتمعات، والتوعية الصحية لها أهمية بالغة في الحفاظ على استقرار المجتمعات، وضمان الراحة لهم، وما هو معروف أن مرض كوفيد 19 سريع الانتشار وخطير على الإنسان ، لذا أصبح من الضروري القيام بالتوعية الصحية بضرورة اخذ اللقاح لتفادي خطره، وللحد من انتشاره من خلال الحملات الإعلامية عبر مختلف الوسائط منها: الالكترونية أي شبكات التواصل الاجتماعي ك: تويتر والفيسبوك وغيرها.

إضافة إلى تبيان دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية لقاح كورونا في توعية الجماهير المتأثرة بأزمة كورونا .

◀ أسباب اختيار الموضوع: لعل من أهم الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع دون

غيره، أسباب متفرقة بين الذاتية والموضوعية:

أ- أسباب ذاتية:

- علاقة موضوع الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بميدان التخصص

- الرغبة الشخصية في البحث بالموضوعات المتعلقة بالنشاط الإعلامي

- الاهتمام الشخصي بشبكات التواصل الاجتماعي

ب- أسباب موضوعية:

- أهمية الموضوع من حيث البحوث العلمية التي تغني بدراسة التقنيات الجديدة

للإعلام والاتصال من خلال معرفة دور الحملات الإعلامية عبر شبكات

التواصل الاجتماعي بالتوعية بأهمية لقاح كورونا.

ومن المعروف أن نجاح أي بحث علمي مرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع المعلومات، كما أن تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية وموضوعية يؤدي إلى توصل لنتائج عملية تحيط بجميع جوانب الظاهرة المدروسة.

لذلك فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج أو أسلوب تحليل المضمون في منشورات صفحة فيسبوك " وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات" لجمع البيانات الخاصة بالحملات الإعلامية لوزارة الصحة ودورها في إعطاء أهمية لقاح كورونا في ظل الأزمة الصحية الحاصلة في العالم.

◀ خطة أو هيكل الدراسة:

تم تقسم هذه الدراسة : إلى قسمين القسم الأول النظري ، حيث يتضمن فصلين وكل فصل يندرج تحته ثلاث مباحث، وعنوان الفصل الأول الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي و لقاح كورونا ، أما بالنسبة للمبحث الأول مفاهيم حول الحملات الإعلامية و المبحث الثاني مفاهيم حول شبكات التواصل الاجتماعي و المبحث الثالث مفاهيم حول لقاح كورونا.

أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه إلى الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي و أهمية التوعية لقاح كورونا يتناول المبحث الأول حول الحملات الإعلامية والتوعية الصحية بلقاح كورونا أما المبحث الثاني هو دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية لقاح كورونا أما بالنسبة للمبحث الثالث مواقع التواصل الاجتماعي و التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا

أما بالنسبة للقسم الميداني ففيه تناولنا فيه ثلاث مطالب أي أن المطلب الأول فيه الإطار العام لصفحة الفيسبوك " وزارة الصحة" وتناولنا فيه قوالب وأنماط المادة الإعلامية في الصفحة و الجمهور المستهدف من الصفحة و اللغة المستخدمة وأيضا المطلب الثاني فيسه الإطار الشكلي و الفني لصفحة فيسبوك "وزارة الصحة" وتم التطرق فيه إلى عرض صور لقاح كورونا بالصفحة و العناصر التيبوغرافية المتعلقة بلقاح كورونا و مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا ، و المطلب الثالث تضمن فيه دور صفحة فيسبوك "وزارة الصحة" في توعية بأهمية لقاح كورونا بحيث تضمن الفئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة و أهداف الصفحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا والحملات الإعلامية لأنواع

بمدى درجة التأثير ومسؤولية التوعية الصحية ضد فيروس كورونا وإنما تمتد لتشمل كل الفاعلين في المجتمع من وزارة الصحة.

✓ **الدراسة الثالثة:** رحيمة كروش، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي

إزاء فيروس كورونا كوفيد19 لدى الطلبة الجامعيين " ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في

علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ب: جيجل ، (2020-2021).

توصل الباحثان إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت إلى حد ما في توعية و تحسيس الطلبة

بطرق الوقاية من خلال استخدام التواصل الاجتماعي كأداة توعية في ظل وباء فيروس كورونا ،حيث

يمكن الاستفادة منها لخدمة أغراض التوعية الصحية حيال فيروس كورونا،و هذا ما يتوافق مع دور

شبكات تواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا.

◀ صعوبات الدراسة:

إن إعداد بحث علمي ليس بالأمر الهين، بل تتعقبه الكثير من الصعوبات، وقد تبدأ من الوهلة

الأولى عند التفكير في اختيار موضوع معين للدراسة، وإجمالاً واجهتنا مجموعة من الصعوبات كانت في

ما يلي:

- نقص المصادر و المراجع حول الموضوع المدروس لأن الموضوع لازال جديدا ولم

يعالجه الكثير من الباحثين.

- صعوبة الإلمام بأسلوب تحليل المضمون لعدم دراسته ضمن البرنامج الدراسي

لتخصص إعلام واتصال.

تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

الكملات الإعلانية: وتعرف بأنها مجموعة من الجهود المرسومة لإحداث تأثير في مجموعة من الناس خلال فترة زمنية معلومة وذلك باستخدام وسائل الاتصال مع رصد و تقويم نتائج التأثير والعمل على توجيهها نحو تحقيق هدف الحملة.

شبكات التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها وكذلك هي مجموعة صفحات ويب مرتبطة مع بعضها البعض ومخزنة على نفس الخادم ويمكن زيارة المواقع الويب عبر الانترنت منها المحادثة والدرشة أو منتديات للنقاش.

التوعية الصحية: هي العملية التي تستهدف نشر المعارف والحقائق قصد تغيير أو تعديل أو تثبيت اتجاهات الفرد أو الجماعة نحو حدث من الأحداث أو ظاهرة من الظواهر ومساعدتهم على التفاعل معها بموضوعية وفي الوقت نفسه تقوم بتوجيههم إلى اناسب أساليب الوقاية من التحديات المحيطة بهم لمنعها و التقليل من أثارها المحتملة

لقاح كورونا "كوفيد19": هي لقاحات آمنة وفعالة وتوفر حماية قوية من المرض الشديد والوفاة أي يوفر بعض الحماية الطبيعية أو المناعة من تكرار العدوى بالفيروس المسبب لكوفيد19 وأخذ اللقاح يؤدي إلى انخفاض خطر تكرار العدوى بنفس السلالة لمدة 6 أشهر على الأقل و قد تكون هي أفضل أمل للقضاء على الوباء.

صفحة فيسبوك " وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات ": وهي صفحة رسمية لوزارة الصحة الجزائرية تنشر على صفحتها على الفيسبوك بعض المعطيات الخاصة بالقطاع الصحي و الخريطة الصحية.

الفصل الأول

مدخل مفاهيمي للدراسة

تمهيد:

قد نحتاج في الكثير من الأحيان إلى القيام بتنفيذ حملات إعلامية سواء كانت لنشر أفكار أو معلومات أو تعديل سلوكيات، أو تعميمها على شريحة معينة لما فيه منفعتهم كحملات التوعية الصحية لتبين مخاطر التدخين ونشر الثقافة البيئية لنظافة الأحياء... إلخ .

المبحث الأول: مدخل إلى الحملات الإعلامية.

تعد الحملات الإعلامية من أهم الموضوعات العلمية التي يجب أن تطرح على الساحة الإعلامية بقوة خلال المرحلة القادمة، حيث اختلفت الحملات الإعلامية من حيث مفهومها، أهميتها، مدى فاعليتها، مميزاتها، وكيفية تصميمها وتنفيذها عبر وسائل الإعلام الجديد عن مثلتها في وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبحت الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ذات خصائص وسمات مختلفة.

المطلب الأول: تعريف الحملات الإعلامية.

إن الحملات الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة التي تعددت واختلفت بشأنها وجهات النظر، وتعريفات محددة بشأنها، وذلك لاختلاف وظائفها التي تؤديها الحملات الإعلامية، وتعدد أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها، فضلا عن خصائصها وتعدد عناصرها، وهو ما حال دون وضع تعريف محدد للحملات الإعلامية يقف الكثير من الباحثين.

لقد عرف جاسبر براجت الحملات الإعلامية بأنها: " سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة تحقق أهداف بينها معتمدة على ذلك على وسائل إعلامية متعددة، والتركيز على استخدام تقنيات متطورة وضرورية لتتبع مسارات الحملة الإعلامية مع ضرورة أن تنسق وسائل

الحملة مع الوسائط الإعلامية التي تقوم ببثها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير¹.

وعرفها ناجي المعل في كتابه إستراتيجية الإعلان: "بأنها نشر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة، وذلك بصورة مخططة مستمرة ولفترة متواصلة بهدف الحصول على ردة فعل تتلاءم مع هدف معلن."²

ونجد أن الحملات عبارة عن برامج إعلامية موجهة إلى فئات معينة من الجمهور وتسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية معينة من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة وعادة ما تغطي الحملات فترة زمنية يتم خلالها التركيز على عدد من الوسائل.

المطلب الثاني: أنواع الحملات الإعلامية.

تتباين أحجام وأشكال الحملات الإعلامية وتتنوع باختلاف أهدافها وغاياتها، وبناءً عليه يتم إعداد الحملة الإعلامية وفقاً وتبعاً لأهدافها، وتبنى أهداف الحملة الإعلامية بناءً على الغاية من إعدادها، وتبعاً لطبيعة نشاط الجهة التي تطلبها، ويمكن تفصيل أنواع الحملات الإعلامية حسب:

✓ حملة تعريفية بالمنظمة وأهدافها ونشاطها وخدماتها.

✓ حملة لبناء الصورة الذهنية للمنظمة وهويتها الإعلامية.

✓ حملة تسويق منتج أو خدمة.

✓ حملة للتعريف بنشاط مثل مؤتمر أو ملتقى.

✓ حملة توعوية صحية أو اجتماعية.³

¹ حنان أحمد سليم، " الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد "، مجلة الرأي العام، المجلد 12، العدد 01، (يناير 2013)، ص 303.

² عبد الله بدران، الحملات الإعلامية الإعلانية: التخطيط، التنفيذ، التقويم، الإمارات، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص 15.

³ إيمان كشيد، عفاف كشيد، " دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية: قناة الجزائرية الثالثة نموذجاً "، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، (2018-2019)، ص 56.

وقد تكون الحملة الإعلامية عبر الإعلام من الأفراد العاديين المستخدمين للإنترنت كما حدد خبراء الإعلام والحملة عدة أنواع للحملة وقد أضيفت إليها من خلال الواقع الإعلامي أنواع أخرى وذلك على النحو الآتي:

- ✓ **حملات التوعية:** تصمم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما.
- ✓ **الحملة المعلوماتية:** هي حملة معلوماتية عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية.
- ✓ **الحملة التربوية:** هي حملة للتعليم تتخطى مرحلة الوعي والمعلومات إلى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي.
- ✓ **حملات تعديل السلوك:** هي نوع من الحملات التي تحاول تغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدى بعض أفراد الجمهور، وهي من أكثر الحملات صعوبة وتعقيد.
- ✓ **الحملة الأمنية:** هي نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي أمني من المخاطر والتهديدات المختلفة لدى الجمهور.
- ✓ **الحملة الانتخابية:** هذا النوع من الحملات دوري ويتركز قبل الانتخابات في الدول ويعمل على إيصال الرسالة السياسية للمرشح ومنهجية القادمة بغية انتخابه.
- ✓ **حملات الحرب الدعائية:** تستخدم هذه الحملات في الحروب والنزاعات وتستهدف المجتمعات بغية التأثير على معنوياتهم والاستسلام لظروف الطرف الآخر.
- ✓ **حملات الدعاية المضادة:** هذا النوع ينفذ لمعالجة الحملات المضادة التي تستهدف المجتمع وخلق توازن فكري ومعلوماتي ونفسي للوقاية من الدعاية المضادة¹.

¹ مهند العزاوي، " الحملات الإعلامية فن مخاطبة الجمهور "، مجلة الكلمة، العدد 75، (جويلية 2013)، ص

✓ الحملات الإعلامية العسكرية: هذا النوع يستخدم للردع الخارجي وزرع الثقة بالجمهور لمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.

كما يمكن تقسيمها تبعاً لأنواع الحملات كما يلي:

- حملات تهدف إلى تغيير مفهوم الرأي وهي الأكثر نجاحاً وتأثير.
- حملات التي تهدف إلى تحقيق هدف معين مثل حملة التطعيم ضد مرض ما.
- حملات تهدف إلى تغيير التصرفات وهي الأكثر صعوبة وتعقيداً.
- الحملات التي تهدف إلى تغيير القيم السائدة وهي أصعب الحملات.

المطلب الثالث: أهداف الحملات الإعلامية.

تعد الحملات الإعلامية وسيلة مهمة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور المستهدف وبتكريز عالي لأنها تراعي وسائل تلقيه، ومناطق تواجده، واستخدام الأسلوب الأمثل الذي يسهم في التأثير عليه، وتحقيق الأثر المطلوب إحداثه، ما يجعل من التخطيط المسبق للحملات الإعلامية من أهم الخطوات التي من شأنها تحقيق النجاح لها.

ولن يتحقق هذا إلا من خلال الأهداف النبيلة التي تسعى لها الحملات الإعلامية، والتي تنطلق عديد النشاطات المشروعة وبالتالي فإن الأهداف تختلف بحسب النشاط الذي توجه إليه الحملة، ولكنها تستند إلى أهداف عامة يمكن تلخيصها بشكل عام كما يلي:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها.¹
- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.

¹ محمد إبراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي، عمان، دار وائل للنشر، 2004 ص 16

- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية، اقتصادية واجتماعية وحول قضايا عامة كقضايا البيئة والتسول والبطالة وغيرها وباستخدام استراتيجيات - خطة طويلة الأجل - وتكتيكات مقبولة من قبلهم - خطة قصيرة الأجل -.
 - تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفرة مادية أو بما يقلل من حجم الخسائر في الأنماط السلوكية شرائية واستهلاكية محددة وخاصة أوقات الأزمات أو الكساد الإقتصادي.
 - تحسين الرأي العام بقضية في المجتمع لئلا يتعرض النسيان كالقيام بحملات التحسيس بقضية المعوقين أو المحرومين اجتماعيا .
 - توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بقوانين المرور واحترام الإشارات والتقليل من السرعة.¹
 - تنبيه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وإبراز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم.
 - كما أنها تعمل على إيقاظ الضمائر ، فلأمراض الخطيرة وتعاطي الكحول والتدخين وحوادث الطرقات تكلف الدولة عديد المليارات من العملة² .
- وعليه فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصر الشفافية والوضوح، بالإضافة إلى ضرورة توفر القدرة لدى المطالبين بتعديل أنماط السلوك.

¹ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية وبيانه العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 47.

² ميشيل لونات، الإعلام الاجتماعي، ترجمة: صالح بن حليمة، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1993، ص 39.

المبحث الثاني: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

يعد الإنسان كائن اجتماعي ولا يستطيع العيش بمفرده، ولهذا الأمر فكان نجاح مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح كبير نتيجة لرغبة الإنسان في التواصل مع غيره، وبالتالي تعريف شبكات التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة في الربط بين الإنسان والعالم الخارجي، وتعد عملية التواصل هي العملية الخاصة بالربط بينهم مما يساهم في أن يكون الإنسان على قدر كبير من التضافر والتعاون وهذا ما يساهم في أن يكون للإنسان حياة سهلة للجميع.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

هي عبارة عن خدمة شاملة تتيح للمتعامل مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين الصداقات، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى متعلمين آخرين، بالإضافة إلى تقديمها مجموعة من الخدمات مثل المحاذاة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

كما يشير مصطلح الشبكات الاجتماعية بأنها: " مجموعة متكاملة من تطبيقات الويب 2 تم وضعها في كيان واحد يسمح بالتواصل والتبادل الاجتماعي ومن أشهر المواقع الموجودة حاليا الفيسبوك، ماي سبايس؛ ويذكر أنه عند الحديث عن المواقع يمكن القول عنها أنها تجسيد للعلاقة بين الفرد والمجتمع والتكنولوجيا "

فالمواقع الإلكترونية الاجتماعية على الإنترنت تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.

لقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات، فالمواقع الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعة اهتمامات وشبكات انتماء (بلد،

جامعة، مدرسة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمة التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومع معرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.¹

وقد عرفها كيلان أندرياس وهيلين ميخائيل: شبكات التواصل الاجتماعي هي مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تستخدم الحاسب الآلي والهاتف المحمول كوسيط للتعامل مع الآخرين في شكل شبكة اجتماعية تمثل مجتمع افتراضي يتم من خلاله تبادل الآراء والمعلومات والصور والأخبار.²

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد شهدت المجتمعات الحديثة في الوقت الحالي تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني، يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي مثل: تويتر، الفيسبوك، والانستغرام.

(1) . الفيسبوك: تم إنشاء الفيسبوك في 04 فيفري 2004 على يد " مارك زوكربيرغ "

حيث كان طالبا جامعيا بجامعة هارفارد الأمريكية، كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد وسرعان ما انتشرت أصدقاء الفكرة وفي جامعات أخرى، ويعتبر إنشاء هذا الموقع إحدى المشاريع التي قام بها أثناء دراسته، وقد قام الطالبان من أحد أصدقائه بمساعدته في بعض النواحي الحاسوبية أثناء إنشاء لهذا الموقع وهما " اندرو " و " ادوارد ".³

¹ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2016، ص21

² مدحت محمد أبو نصر، التدريب عن بعد: بوابتك لمستقبل أفضل، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017، ص149.

³ محمد سيد الخلاوة، رجاء علي عبد العاطفي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيسبوك، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2011، ص 113.

كما يعتبر الفيسبوك واحد من أهم مواقع الشابك، وهولا يمثل منتدى اجتماعي فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أن يفعل بواسطتها ما يشاء.¹

(2) . اليوتيوب: تأسس اليوتيوب كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي 'تشاد هيري' و'الطيواني كشين' والبنغالي 'جاراد كريم' الذين يعملون في شركة 'باي بال' المتخصصة في التجارة الالكترونية، الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نرثه اليوم للشئالي اللذان نجحا في تكوين أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي ويقوم هذا الموقع على فكرة مبدئية: 'بث لنفسك أودع نفسك!'

حيث يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي استعمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث حزين أو مضحك أو مثير وكثير منها يتم إنتاجه لدوافع فنية ، سياسية،اجتماعية أو جمالية. ويعمل اليوتيوب وفق المنظومات التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو.
- يستطيع المستخدمون دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضاً جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.
- اختيار وعرض مقاطع بالشكل العام ومشاركة أصدقائهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.²

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، القاهرة، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، 2008، ص 2018.

² عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص 195.

3) التويتر: هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة وتسمح واجهة التويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرف ويمكن قراءتها من طرف مستخدم الموقع ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات قد وضعت مشاركات جديدة.

يمثل موقع التويتر شبكة معلوماتية آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف ما يحدث الآن حيث طرح الموقع السؤال: ماذا يحدث الآن؟ ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

يوفر التويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها معرفة ما يقوم به أصدقاؤهم دائما وفي كل وقت، للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الأخبار عن حادث مهم.¹

4) الإنستغرام: يعد تطبيقا مخصصا لمشاركة الصور، ومقاطع الفيديو وهو يماثل "الفيسبوك والتويتر" من ناحية إن إنشاء حساب عليه يكسب المستخدم ملف تعريف خاص به وتغذية أخبار على صفحته الشخصية وعند نشر صورة أو مقطع فيديو عليه سيتم عرضه في ملف التعريف الخاص بالمستخدم ليرى المستخدمون الآخرون المتابعين له مشاركته في صفحة أخبارهم الخاصة وكما يمكن رؤية مشاركات المستخدمين الآخرين الذين تم اختيار متابعتهم بطريقة مماثلة لذلك.

¹ بشرى لعور، سارة حبري، "المواضيع الصحية عبر صفحات الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة الويب طب"، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، (2020-2021)، ص25.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

تتميز المواقع الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت، الأمر الذي يساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة لتخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص كالتالي:

☞ التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يصنعها المستخدم ويطورها.

☞ طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي.

☞ الاهتمام: هذه الشبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى والسوق المالية والسياسية، الصحة والشؤون الخارجية جانب الثقافة والدعوة وغيرها.

☞ العالمية: حيث تلقى جميع الحواجز الجغرافية والمكانية وتلقي فيها الحدود الدولية ويستطيع الأفراد التواصل مع الآخرين في الدول الأخرى في كل بساطة وسهولة.

☞ التنوع وتعدد الاستعمالات: يستخدمها الطالب للمتعلم والعلم لبت عمله وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع الفرد.

☞ سهولة الاستخدام: الشبكات الاجتماعية تمتاز ببساطة اللغة وتستخدم الحروف والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل مع الآخرين.

☞ التوفير والاقتصادية: توفير الجهد والوقت والمال.¹

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 26.

المبحث الثالث: مدخل إلى لقاح كورونا.

تعد فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات المعروفة عنها أنها تسبب اعتلالات متنوعة بين الزكام وأمراض أكثر وخامة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس). وتم تحديد فيروس كورونا جديد في عام 2019، في مدينة ووهان، الصين. ويمثل هذا الفيروس سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل.

المطلب الأول: تعريف فيروس كورونا.

يعرف فيروس كورونا على انه سلالة جديدة من الفيروسات التي تسبب مرض كوفيد 19 والاسم المشتق كالتالي (CO) وهما أول حرفين من كلمة كورونا Corona و(Vi) وهما أول حرفين كلمة Virus و(D) وهو أول حرف من كلمة Disease ويرتبط الفيروس بعائلة الفيروسات نفسها التي تنتمي إليها الفيروسات التي تسبب بمرض المتلازمة الحادة سارس وبعض أنواع الزكام العادي، ويعد فيروس كورونا من الفيروسات المعدية التي لم يكن هنالك أي علم بوجودها قبل تفشيها في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019.

وحسب منظمة الصحة العالمية فإن فيروس كورونا هو: "الذي يسبب مرض كوفيد 19 ينحدر من سلالة فيروسات تسمى الكورونا أو الفيروسات الناجية والمضادات الحيوية لا تأثير لها على الفيروسات، غير أن بعض الأشخاص الذين يصابون بكوفيد 19 قد تحصل لديهم مضاعفات فيصابون بالتهاب رئوي، وفي هذه الحالة قد يوصي مقدم الرعاية الصحية بتناول مضاد حيوي لمعالجة الالتهاب، ولا يوجد حاليا أي دواء مرخص لمعالجة كورونا".¹

وكوفيد 19 هو الاسم الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية في 11 فيفري 2020 وهو المرض الذي يسببه فيروس كورونا ويكون مصاحبا بالحمى، العياء والسعال إضافة إلى المشاكل التنفسية وقد تكون بعض الحالات المصابة به شديدة تؤدي إلى الوفاة أحيانا، وقد تم إضافة الرقم 19 إشارة 2019 الذي اكتشفت فيه أول حالة فيروس.

¹ سهايلى سماح، " الإجراءات الوقائية للتصدي لفيروس كورونا في الجزائر"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد 03، (أكتوبر 2020)، ص 27.

وبالتالي فيروس كورونا تم التعرف عليه لأول مرة في مدينة ووهان الصينية حيث يسبب أمراض في الجهاز التنفسي، وينتشر بسرعة بين الأشخاص عن طريق الرذاذ ودخوله في فم أو أنف شخص قريب، كما ينتقل عند لمس سطحاً عليه فيروس.¹

المطلب الثاني: أنواع لقاحات كوفيد 19 المصرح بها المضاد للفيروس.

تخضع العديد من لقاحات فيروس كوفيد 19 للتجارب السريرية حالياً ستستمر مراجعة إدارة الغذاء والدواء الأمريكية لنتائج هذه التجارب قبل اعتماد لقاحات كوفيد للاستخدام أو التصريح بها لكن بسبب الحاجة الملحة إلى لقاحات كوفيد 19 وأن عملية اعتماد إدارة الغذاء والدواء الأمريكية لها قد تستغرق شهوراً إلى سنوات، وتشمل اللقاحات الحاصلة على تصريح أو اعتماد لاستخدامها الطارئ من إدارة الغذاء والدواء الأمريكية ما يلي:

لقاح كوفيد من فايزر- بيونتك اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية استخدم

لقاح فايزر بيونتك المضاد لفيروس كوفيد 19 الذي أصبح يعرف بإسم

Comiranty بعد أن أثبتت البيانات مأمونية اللقاح وفعالية. يتميز اللقاح كوفيد

19 من فايزر-بيونتك بفعالية بنسبة 91% في الوقاية من فيروس كوفيد 19

وأعراضه عند الأشخاص الذين تبلغ لأعمارهم 16 عاماً أو أكثر.

ولا يزال اللقاح خاضعاً لعملية الترخيص الاستخدام الطارئ للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 12

و15 عاماً. فاللقاح فعال بنسبة 100% في الوقاية من الإصابة بفيروس كوفيد 19 عند إعطائه

للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و15 عاماً ويتطلب اللقاح حقنتين يفصل بينهما 21 يوماً،

ويمكن إعطاء الجرعة الثانية بعدما يصل إلى أسابيع من الجرعة الأولى الثانية بعدما يصل إلى سنة من

الجرعة الأولى إذا اقتضت الحاجة.²

¹ المرجع السابق، ص 28.

² إدارة الموقع، "لقاحات كوفيد: تعرف على الحقائق"، متاح على الرابط: <https://www.mayoclinic.org>، بتاريخ:

2022/06/03، على الساعة: 20H27.

كھ لقاح موديرنا المضاد لفيروس كوفيد 19 لقد اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية استخدام لقاح موديرنا المضاد لفيروس كورونا، الذي أصبح يعرف بإسم سبايكفاكس لوقاية الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 18 عاماً أو أكثر من الإصابة بمرض كوفيد 19. يتميز لقاح موديرنا المضاد لفيروس كوفيد 19 بفعالية تبلغ 94 % في الوقاية من فيروس كوفيد 19 وأعراضه، ويؤخذ اللقاح على حقتين يفصل بينهما 28 يوماً ويمكن إعطاء الجرعة الثانية بعدما يصل إلى ستة أسابيع من الجرعة الأولى، إذا اقتضت الحاجة.

كھ لقاح يانسن من جونسون أند لفيروس كوفيد 19 وأعراضه، بعد 14 يوماً من تلقي اللقاح. وقد كان اللقاح فعالاً أيضاً بنسبة 85 % في الوقاية من الإصابة بالمضاعفات الشديدة التي يسببها فيروس كوفيد 19، بعد 28 يوماً على الأقل تلقي من تلقي اللقاح، وقد منح هذا اللقاح تصريحاً للاستخدام لمن هم في سن 18 عاماً فأكثر ويتطلب اللقاح حقنة واحدة، وقد أوصت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية ومراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها باستمرار استخدام اللقاح في أ.م.أ نظراً لفوائده التي تفوق مخاطره، وأن تقرر إعطائك هذا اللقاح، فينبغي إبلاغك بالمخاطر والأعراض المحتملة لمشكلة تخثر الدم يوصي مركز مكافحة الأمراض والوقاية منها يلتقي أحد لقاحات الحمض النووي الريبوزي المرسال المضادة لفيروس كوفيد 19 بدلا من لقاح مضاد لفيروس كوفيد 19 أفضل من عدم تلقي مضاد له على الإطلاق.

ويستخدم لقاح فايزيونيتك وموديرنا المضادات لفيروس كوفيد 19 الحمض النووي الريبوزي المرسال.

ينتمي لقاح يانسن/ جونسون أند جونسون المضاد لفيروس كوفيد 19 إلى فئة لقاحات الناقل للفيروس وفي هذا النوع تدخل مادة منشفة من فيروس كوفيد 19 في نوع مختلف من الفيروسات الحية المضعفة، مثل الفيروس الغدي¹.

المطلب الثالث : أهمية لقاح كوفيد 19.

يحمي اللقاح كوفيد 19 من الإصابة بالمرض حيث يوصي خبراء الصحة المحليون والإقليميون بأخذ لقاح ضد هذا الفيروس حيث توجد في الولايات ثلاث لقاحات مصرح بها وهي: فايزر بيونتيك ومودرنا وجونسون أند جونسون ولا يزال الخبراء من الأطباء يعملون على دراسة مدى فعالية اللقاحات على حماية الفرد وما إذا كانت ستتوقف من انتشار جائحة كورونا، سنحتاج إلى بعض الوقت قبل أن يلتقي العدد الكافي من الأشخاص هذا اللقاح، وذلك قبل إيقاف إجراءات الوقاية اليومية.

لذا فإن لقاحات كوفيد 19 أنها تعلم جسمك كيفية التعرف على فيروس كورونا الذي يسبب كوفيد 19 وتم مكافحته.

أنها تحتوي على مراسلات الحمض النووي الريبوزي (MRNA) حيث أن مراسلات الحمض النووي الريبوزي تعمل بصورة تشبه دليل التعليمات، فهي تقوم بتعليم جسمك كيفية صنع بروتين غير ضار يشبه البروتين الموجود على هذا الفيروس وهكذا يستجيب جسمك للبروتين وينتج خلايا وأجسام مضادة لمكافحة الأمراض يمكنها التعرف على فيروس كورونا ومواجهته.

يعمل بتقنية النواقل الفيروسية فهو يحتوي على فيروس غدي غير مؤذي، ينتمي إلى عائلة الفيروسات التي تسبب دور البرد العادي، الفيروس الغدي الموجود في اللقاح يحمل جنين من البروتين الشوكي الخاص بفيروس كورونا، وهي تعمل على تعليم جسمك كيفية التعرف على فيروس كورونا الذي يسبب كوفيد 19 ومن تم مكافحته.

¹ إدارة الموقع، "لقاحات كوفيد: تعرف على الحقائق"، متاح على الرابط: <https://www.mayoclinic.org>، بتاريخ: 2022/06/03، على الساعة: 20H27.

بغض النظر عن نوع اللقاح الذي تتلقاه سيكون جسمك على استعداد حمايتك إذا ما تعرض إلى فيروس كورونا¹.

¹ إدارة الموقع، "لقاحات كوفيد: تعرف على الحقائق"، متاح على الرابط: <https://www.mayoclinic.org>، بتاريخ: 2022/06/03، على الساعة: 20H27.

خلاصة الفصل:

يعتبر الإعلام بكافة وسائله التقليدية والحديثة أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، وقد لعبت دوراً في حياة المجتمعات الإنسانية بمختلف أماكن العالم، حيث أن وسائل الإعلام لها القدرة على تشكيل عقول وأفكار الأفراد، وتوجيه سلوكياتهم، وتغيير معتقداتهم.

لذا أصبحت وسائل الإعلام عامة والجديدة بشكل خاص تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل لأجل تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع سواء في شتى المجالات الحياتية، ما بين الاقتصادية والاجتماعية والصحية خاصة في ظل أن الإعلام عامة يعد أحد الاحتياجات الهامة الأساسية للفرد والمجتمع.

الفصل الثاني

دور الحملات الإعلامية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي في التوعية

بأهمية لقاح كورونا

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

تمهيد:

يعد التثقيف الصحي ذو أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث تساهم وسائل الإعلام عامة والجديدة بشكل خاص في رفع الوعي المجتمعي بالقضايا الصحية، والتي تعد من أهم الأمور ذات التأثير المباشر على بنية الأفراد واستقرار المجتمع، حيث أن الصحة السليمة أحد الأهداف الرئيسية التي تسعى المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة، وهي إحدى أهم المعايير الرئيسية التي تضعها المنظمات والهيئات الدولية لتحديد درجة الرفاه الاجتماعي لأي مجتمع من المجتمعات.

المبحث الأول: الحملات الإعلامية والتوعية الصحية بلقاح كورونا.

تعتبر الحملات الإعلامية مفهوماً حديثاً يعبر عن ممارسة إعلامية ممنهجة، تقوم بتوظيف وسائل الإعلام وأساليب الاتصال من أجل توجيه الجماهير إلى مواقف محددة، سلفاً، فتكلم عن حملات التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا وأهمية توعية المواطنين وتحسيسهم بأهمية لقاح كورونا لوقايتهم من الأمراض التنفسية لذا يستوجب ضرورة التثقيف الصحي للمواطنين وتوعيتهم حول ما ينطق بصحتهم لإكمال حياتهم دون أي أضرار كثيرة.

المطلب الأول: الحملات الإعلامية كإستراتيجية للتوعية الصحية بلقاح كورونا

تعد الحملات الإعلامية من الأنشطة الاتصالية والإعلامية المهمة التي تعدد وتباينت وجهات النظر حولها، وعرف الإنسان منذ فجر التاريخ أهمية الترويج للرسالة عبر الوسائط الاتصالية المتاحة للوصول إلى الجماهير وإقناعهم، فكانت الرسائل الترويجية كإستراتيجية للوقاية من الأمراض والأوبئة المنتشرة.

وبمجيء العصر الصناعي وبدء تطور التقنيات الاتصال، حدثت تطورات دراماتيكية في مفهوم الاتصال الجماهيري واتسعت وظائفه خصوصاً في البيئات الديمقراطية والرأسمالية، وبالتالي أصبحت الحملة الإعلامية ممارسة احترافية يخطط لها ويصمم ومن ثم تنفيذ بناءً على معايير دقيقة، وفي وقت مبكر من عمر علم الاتصال وتقنياته كمجال للبحث والدراسة ثم إدراك القدرات الكبيرة للعملية

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

الاتصالية المقدمة ضمن هذا قالب، وأصبحت عملية ذات طابع مؤسسي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالسياق التاريخي الذي تطورت فيه وسائل الاتصال.

ويمكن أن تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص حول العديد من القضايا والظواهر والموضوعات الاجتماعية والصحية بالإضافة إلى الطب قد كانت في طور النمو والتراكم مما خلف وضعية حساسة في المجتمعات الصناعية تستند إلى الوقاية والتثقيف الصحي كأولوية إستراتيجية وتبلورت تلك الحملات في التوعية كمجال مستقل من فنون الاتصال الجماهيري وإلى مساحة من المجال العلمي وتقوم بتنفيذها العديد من الوزارات والدوائر الحكومية وجمعيات المجتمع المدني مثل حملات التوعية بفيروس كورونا وذلك من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع والحد من انتشار الأمراض، والتثقيف صحي.¹

ويحقق هذا الهدف نشر المفاهيم الصحية السليمة لدى الأفراد وتعريفهم بأخطار الأمراض، وإرشادهم إلى وسائل الوقاية منها مستعيناً في ذلك بوسائل الإعلام والاتصال المختلفة.²

المطلب الثاني: المحاور التي تتبناها الحملات الإعلامية بالتوعية لصحية لأهمية لقاح كورونا.

من بين المحاور التي تتبناها هذه الأنواع من الحملات الإعلامية التوعوية وهي كالاتي:

1). الأهداف التي تسعى إليها الحملات الإعلامية التي قوم بها تعد من أهم المراحل الحملات الإعلامية لأنه من خلالها يتم تحديد العديد من المتغيرات المرتبطة باستخدام الرسالة والوسيلة الأنسب والوقت المناسب للتأثير في الجمهور المستهدف وعلى ضوء هذه الأهداف يتم وضع الخطة موضع التنفيذ ومثل هذا النوع من الحملات الصحية يهدف بالدرجة الأولى للتوعية وتحسين الأفراد بخطورة المرض وذلك من خلال

¹ بوسعيد رندا، الحاج سالم عطية، "الحملات الإعلامية ودورها في التوعية الصحية للمرأة أثناء موسم الحج: دراسة حول قافلة الديوان الوطني للحج والعمرة"، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع، المجلد 14، العدد 01، (مارس 2019)، ص 81.

² المرجع نفسه، ص 82.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

تعريفهم، طريقة انتقاله وطرق الوقاية منه وأهمية أخذ لقاح من خلال تفادي انتشار الوباء بشكل كبير.

2). الجمهور المستهدف من الحملات الإعلامية ضد وباء كورونا وأهمية اللقاح يعتبر الجمهور هو الهدف النهائي من أية عملية اتصالية، ويتوقف نجاح الحملة الإعلامية على تحديد الجمهور المستهدف بدقة، وتكون موجهة إلى الجمهور عام غير متخصص دون مراعاة الخصائص الاجتماعية والفردية للجمهور المستهدف والجنس والمستوى التعليمي كل المستويات معنية به دون استثناء.

3). معايير بناء الرسالة الإعلامية تساهم الرسائل بدور كبير في نجاح الحملة الإعلامية أو فشلها، فأهداف الحملة تتجسد نظرياً وميدانياً في الرسالة فإن المضمون الذي تحمله الرسائل الاتصالية لم يخلق لذاته وإنما لفرض تقديمه إلى الجمهور والمستهدف، مثل هذه أنواع من الحملات الصحية يقوم إعدادها من طرف خليتين الإصغاء والاتصال ويكون عمل مشترك الذي يحتوي على جانبين¹ نفسي وتوعوي والدمج بينهما من أجل الوصول إلى معلومات صحيحة وتزخر بأشخاص مختصين كالأطباء وأشخاص مختصين في علم النفس وعلم الاجتماع من أجل التشاور والتنسيق بينهم في أنباء الرسالة الإعلامية.

4). الإشعارات التي تستخدمها الحملات التوعوية لوباء كوفيد 19 مثلاً المستخدمة والمختارة لهذا العام "Stay at Home" أجلس في منزلك وهذا الشعار مقترح من طرف منظمة الصحة العالمية وتتسم بالاختصار والوضوح والدقة.

5). الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الحملات الإعلامية الصحية كالإذاعة، وسائل الاتصال الإلكتروني، مواقع تواصل الاجتماعي، دعائم مكتوبة... الخ

¹ إيمان هاجر مقيدش، محمد كريم عرابية، " دور الحملات الإعلامية في التوعية للوقاية ضد كورونا"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 02، العدد 01، (مارس 2021)، ص 63.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

- 6). الإستراتيجية التي ينتهجها في الحملات الإعلامية الصحية أن قائم بالحملة يوضع مخطط عمل الذي يقتضي التعريف بكل وضوح بالمشكل المطروح والتركيز على العناصر الإدراكية والعاطفية لدى المتلقي بهدف التأثير على سلوكه.
- 7). الميزانية التي تسخر للحملة الإعلامية التوعوية لوباء كورونا: الميزانية يضعها القائم بالحملة والإمكانات المقدرة للحملة الإعلامية بالاعتماد على عنصر البشري والمادي.
- 8). المدة الزمنية المخصصة أن الوقت عامل مهم وخاصة في ظل انتشار مرض كورونا يختار الوقت المناسب التي تكثر فيه أعداد الإصابات وفي أسرع وقت وتكلفة قليلة لتجنب الملل للجمهور المستهدف.
- 9). تقييم الأنشطة التوعوية الخاصة لكورونا أي العمل المنجز في الحملة التوعوية بتقديم محتويات الحملة.¹

المطلب الثالث: دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بعمل لقاح كورونا.

تعتبر الحملة الإعلامية هي عملية إقناع منظمة ومتناسقة تقوم به عادة وسائل الإعلام الجماهيرية وتوجه إلى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الأهداف في التعريف والإقناع والتحفيز على تغيير سلوك جماعات محددة من الجمهور ولأهداف غير تجارية تهدف إلى منفعة الفرد والمجتمع وتتم من خلالها فترة زمنية محددة.

وحيث تظهر هذه الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمجتمع لتعليم الناس في العادات الصحية السليمة ومساعدتهم على نبذ الأفكار والسلوكيات والاتجاهات الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم عن قصد، نتيجة الفهم والإقناع باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، وهي إدراك الفرد لذاته وإدراك الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع ووزع ثقافة صحية من خلال تغيير العادات والاتجاهات والمفاهيم والممارسات الصحية.

¹ المرجع السابق، ص 66.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

ويعتبر التثقيف الصحي الوسيلة الفعالة، والأداة الرئيسية في تحسين مستوى صحة المجتمع وتعتمد على أسس علمية وعملية لما لها من دور في رفع مستوى الصحة، لذلك لقيت هذه العملية اهتمامات متزايدة من الأطباء والعلماء المحدثين، وقد تطور هذا المفهوم التثقيف الصحي عبر المراحل التاريخية المختلفة حسب آراء الناس ومفاهيمه عن الصحة والمرض عن طريق الكوادر الصحية المتخصصة في العيادات والمستشفيات، ومروراً بالتطور في جميع المجالات الحياتية، بحيث أن الحملة التوعوية للصحة هي: إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقناع بفكرة ما، أو رأي ما، لاتخاذ منهج سلوكي.¹

المبحث الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية بأهمية لقاح

كورونا

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية التي تواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي واتضح تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19) الذي يتضمن التوعية من مخاطر انتشار ويستفيد من المضامين التوعوية بلقاح كورونا.

المطلب الأول: الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية

هي نشاط علمي وفني مخطط يعتمد على نشر الحقائق العلمية والخبرات المكتسبة، تهدف إلى تمكين أفراد المجتمع في الإلمام بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال غرس نشر الممارسات الصحية السليمة، وتولد لدى أفراد المجتمع الرغبة في الاستطلاع ويغرس فيهم حب اكتشاف المزيد، كون الصحة موضوع يتسم بالنشاط والتطور المتسارع وتعمل على تعزيز الوعي بالبحث عن أسباب انتشار الأمراض والتعرف على مواطنها وتقديم شروح حول الطرق لوقائية والعلاجية من خلال تقديمها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعية لأن تكنولوجيا

¹ عائشة قرة، " حملات التوعية الإعلامية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية المصدقية "، مجلة المصدقية، المجلد 02، العدد 01، (جوان 2020)، ص 115.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

الحديثة والأجهزة المتاحة لدى قطاعات اجتماعية واسعة فهي توظف بشكل واسع وناجح للتوعية الصحية بما يصب في مصلحة المجتمع ووقايته ومعالجة المشاكل وتجاوز الأزمات.

وتهدف مواقع التواصل الاجتماعي إلى تحقيق التواصل والتفاعل بين الأصدقاء أو المستخدمين، وتعطي للمستخدمين مجموعة من الخدمات على الويب؛ والتي تسمح للأفراد ببناء محتوى خاص بصفة شخصية ومشاركة الآخرين والتفاعل من خلال مجموعة من الروابط والاهتمامات المشتركة دون تحديد فئاتهم الاجتماعية أو طبيعة المواضيع والمناقشات، لكن سرعان ما فرض واقع انتشار المواقع واستحوادها على اهتمام غالبية مستخدمي الإنترنت بروز العديد من مواقع التواصل الاجتماعية المستهدفة المناقشة موضوعات تسترعي اهتمام فئات معينة وتخصصات محددة دون غيرها.¹

المطلب الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية لقاح كورونا.

إن التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية التحسيسية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي بإطلاع الناس على واقع الصحة وسبل الحفاظ عليها وتقديم المعلومات الصائبة حول قضايا الصحة النفسية والعقلية والجسدية لخطورة مرض كورونا ويجب الوقاية، وكذلك دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعية في الإستراتيجية العامة لتوعية وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين بين المؤسسة الصحية والجمهور وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل إلى شرائح واسعة من جهة، والكلفة الكبيرة للرعاية الصحية التي تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لشبكات التواصل الاجتماعي بلقاح كورونا بأقل كلفة وأكثر فاعلية.

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي طرق سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث الكلفة للتعريف بأهمية لقاح كورونا وتوصيل المعلومات الصحية المرتبطة كوفيد كورونا والوقاية منها وعلى لقاح كوفيد 19، كما بدأت شركات التأمين تقديم النصائح الصحية وإرسال رسائل للتسويق عبر شبكات التواصل في محاولة التفاعل مع العملاء وتحسين صورة صناعة التأمين الصحي، ولقد

¹ جمال الدين مدفوني، "مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 03، العدد 02، (ديسمبر 2020)، ص 535.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الالكترونية لشبكات التواصل مع بعضها البعض من اليوتيوب وفيسبوك وتويتر، مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة الموارد والرسائل والصور والصوت والفيديو الخاصة بها وكذلك التفاعل مع مستخدميها.¹

وتساهم الحملات الإعلامية في خلق فرصة كبيرة لتسهيل تدفق المعلومات الصحية بحكم البيئة الديناميكية والمتطورة للشبكات على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعية، مما يرفع المساهمة في زيادة عن الجمهور والخدمات ذات الصلة، من خلال تسريع سرعة تبادل المعلومات.

كما أن الاتجاهات الحديثة للمنظمات الصحية في برامجها التوعوية، تقوم على توأمة منصات شبكات تواصل الاجتماعية في التخطيط وتوسيع التواصل كما أن هذه الاستراتيجيات الحديثة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث تلعب شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن دوراً كبيراً في إستراتيجية إدارة الانطباع والسمعة على شبكات الإنترنت مما يفرز الخدمات الصحية المنظمات الصحية وتحسين مصداقيتها وزيادة الوعي حيال الأمراض والبرامج الوقائية كمرض كورونا والوقاية منه والحديث عن لقاحات كوفيد 19 بتوليد انطباعات جيدة وكسب المزيد من اهتمام المستخدمين وبالتالي تحقيق الأهداف التوعوية للمنظمة الصحية كأهمية لقاح كورونا في ظل هذه الأزمة الحاصلة في العالم للوقاية من تفشي المرض بشكل كبير.²

المطلب الثالث: مزايا الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية بأهمية لقاح كورونا

كان لزاماً التعرف على ماهية الدور الحقيقي الذي تقوم منابر الإعلام الجديد في التثقيف الصحي، الذي يُعد أحد العوامل المهمة لمساعدة الإنسان على التمتع بصحة سليمة، وحجر الزاوية في التغيير الإيجابي لسلوك الأفراد والمجتمعات، فالتثقيف الصحي يختص بتغيير وجهات نظر الفرد والجماعة وسلوكهم لتحسين المستوى الصحي، وتُعد عملية التثقيف الصحي إحدى المهام التي يتوقع

¹ خالد بن فيصل الفرم، " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية "، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 14-15، (ديسمبر 2016)، ص 170.

² المرجع نفسه، ص 172.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

من وسائل الإعلام القيام بها، وعليه فإن للحملة الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي باعتباره أحد وسائل الإعلام الجديد مزايا عدة تمثلت في ما يلي:

- تسيير عملية إدارة العلاقة مع الجمهور المستهدف من خلال التفاعل التواصل المستمر الذي يتاح خلالها.
- بناء وتحسين سمعة الحملة الإعلامية لدى الجمهور المستهدف.
- التعريف بالحملة الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي وزيادة استقطاب الجمهور عليه.
- تصحيح ورد الإشاعات عن الحملة الإعلامية.
- أداة فاعلة للعلاقات العامة ونشر أخبار الحملة الإعلامية.
- الانتشار الواسع بدون معوقات وتنوع شرائح المجتمع في استخدامها.¹

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية التي تواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي واتضح تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19) الذي يتضمن التوعية من مخاطر انتشار ويستفيد من المضامين التوعوية بلقاح كورونا.

المطلب الأول: كيفية الإقناع بأهمية لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

إن أزمة كورونا قد أحدثت أو ضاعاً لم تألفها سابقاً ولا يزال الوباء يحصد الأرواح بلا تمييز بين الدول والأفراد.

ونظراً لهذا الواقع، تسعى الجهات الرسمية والأهلية لتعزيز الوعي الصحي لمواجهة الأزمة من خلال وضع استراتيجيات هادفة، تندرج ضمن مخططات إدارة أزمة فرضتها الجائحة العالمية، ومن أبرز

¹ منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد 19) ، متاح على الرابط www.linkadin.com ، بتاريخ: 2022/03/25 ، على الساعة 20H00.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

أدوات تنفيذها التأكيد على أهمية التوعية الصحية لمواجهة الوباء من خلال توظيف وسائل الإعلام وتحديد قنوات الاتصال، والعمل على أحداث توازنات بينها للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد لتحقيق الأثر المرغوب فيه، وذلك بتزويد الأفراد بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم، اتجاهاتهم وسلوكياتهم الصحية والسير بها نحو الأفضل للحفاظ على الصحة العالمية.

ونظراً للظروف الخاصة التي فرضها انتشار الوباء على مختلف المجتمعات أدت إلى عزل الأفراد صحياً وتقليل تواجدهم ضمن مجموعات، والاتجاه لتطبيق التباعد الاجتماعي لاحتواء انتشار فيروس بتحمل الأفراد مسؤولياتهم تجاه صحتهم وسلامة مجتمعهم، بإتباعهم الأسلوب الوقائي والتزامهم كشركاء أساسيين في إيجاد العملية، لذا تبرز الحاجة والضرورة أكثر من أي وقت مضى لتوظيف الإعلام مختلف مؤسساته ووسائط الاتصال الحديثة في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع ومكوناته وتغلغلها ضمن النسيج الاجتماعي للوصول لأكثر عدد ممكن من الأفراد لتوجيههم وتمكينهم من اكتساب المهارات والمعلومات اللازمة للتعامل مع الأزمة الصحية تفادياً.....¹

المطلب الثاني: دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية أثناء انتشار فيروس كورونا

تعد التوعية الصحية من أهم الأهداف التي تسعى إليها المجتمعات خاصة أثناء الأوبئة وانتشار الفيروسات، مثل انتشار فيروس السارس، الأيولا وغيرها، ومع انتشار فيروس كوفيد 19 سارعت وسائل الإعلام لنشر إعلانات توعوية، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور بارز في نشر المعلومات، فمن بين معالم الواقع الجديد الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر.

وقد أسهمت تلك الوسائل الجديدة في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر بفعل المخاوف من تفشي فيروس كوفيد 19 من خلال حملات توعوية، وحلت محل وسائل الإعلام سواء

¹ لبيص ليندة، لبصير فطيمة، " الفيسبوك والتوعية بالخدمات الصحية اتجاه جائحة كورونا: دراسة ميدانية على السر الجزائرية"، مجلة الوقاية والأرغوميا، المجلد 14، العدد 03، (ديسمبر 2020)، ص 50.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

المكتوبة، المسموعة، السمعية البصرية بفعل المميزات التي تتصف بها مواقع التواصل الاجتماعي كالآنية السريعة في نقل المعلومات وأهم مميزات التفاعلية.

ومن وجهة نظر الكثيرين أنها فشلت في اختيار المصدقية، حيث ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي إثارة الخوف والهلع من خلال المعلومات المتداولة أثناء الجائحة التي حلت بالجزائر خاصة حول الأعداد الحقيقية لحالات الإصابة، رغم صدور التقارير التي تتضمن الإحصائيات من وزارة الصحة الجزائرية كمصدر رسمي للمعلومات، والضوابط القانونية التي توضح العقوبات المسلطة على ناشري الشائعات والمعلومات الخاطئة.

ومن الجانب الايجابي لمنصات التواصل الاجتماعي فإن الفيديوهات نشرت من الصين ومن إيران والإكوادور ومن بلدان أخرى تظهر الناس وهم يتساقطون في الشوارع صرعى فيروس كورونا، كانت سبباً لاعتراف الدول لتفشي الجائحة، ثم باتت سبباً يردع الناس في بلدان أخرى بعيدة عن الخروج إلى الشوارع ومحتهم على بالمنزل للوقاية من المرض.¹

المطلب الثالث: الدور الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على فيروس كورونا

في خصم أزمة فيروس كورونا التي عصفت العالم برمته في الوقت الراهن أظهرت أزمة جوانب سيئة على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، ساعدت في إثارة الهلع والرعب بين سكان العالم، واستخدامها في نشر شائعات مغلوطة حول المرض وعلاجه، وفي ظل ما تواجهه البشرية من ما سبب مأس بسبب كورونا، اتخذت شركات مواقع التواصل الاجتماعي خطوات للعمل على مواجهة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة عن الفيروس.

في خطوة جديدة اتخذتها منصات التواصل الاجتماعي وعديد من المواقع الأكثر استخداماً على مستوى العالم أصدرت شركات تكنولوجيا بياناً مشتركاً حول جهودها المتضافرة لمعالجة نشر المعلومات الخاطئة في أثناء أزمة كورونا.

¹ رحمة كروش، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا كوفيد 19 لدى الطلبة الجامعيين"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، (2020-2021)، ص 71.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

ونشر كل من فيسبوك وغوغل وتويتير ولينكدإن بياناً في 17 مارس 2020 يقول إن تلك الشركات تعمل جميعاً بشكل وثيق لتعزيز جهود مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا من خلال ما يلي:

- يساعد الناس على البقاء على اتصال خلال فترات الحجر الذاتي في حين تحارب أيضاً التضليل الذي قد يظهر على منصاتها.
- مساعدة الملايين من الأشخاص على البقاء على اتصال، مع مكافحة الاحتيال والمعلومات المضللة حول الفيروس بشكل مشترك وزيادة المحتوى الموقوف على منصاتها ومشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم.
- تقديم تلك الشركات الاتصالية سياستها الخاصة للمواطنين والمستخدمين، ضمن ذلك سياسات العمل من المنزل وإزالة الإعلانات الاستغلالية.
- توفير مساحة مجانية لمنظمة الصحة العالمية في سبيل المساعدة في مكافحة فيروس كورونا عبر فيسبوك.
- توعية المستخدمين الذين يبحثون عن المشاركات على الفيروس عبر (فيسبوك) يشاهدون نافذة منبثقة توجههم إلى منظمة الصحة العالمية للحصول على أحدث المعلومات.¹
- القيام بحظر الإعلانات عن المنتجات التي تقدم أي علاجات أو وقاية من انتشار الفيروس.
- تكثيف جهود بكل الأقسام الداخلية والخارجية لموقع تويتير لبناء الشركات وحماية المحادثات العامة ودعم الأشخاص على تويتير في العثور على معلومات

¹ ميلود مراد، صادي فوزية، "مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، (جوان 2020)، ص 152.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

موثوقة وإزالة التغريدات التي تحمل معلومات مغالطة، وذلك في إطار الجهود العالمية لاحتواء انتشار فيروس كورونا.

- إزالة تغريدات على منصاتهما، تحمل رفضاً لتوجيهات السلطات الصحية العالمية أو تحمل وصف العلاجات غير فعالة أو ضارة وإنكار الحقائق العالمية إضافة إلى انتحال هوية مسؤول حكومي أو صحي ونشر معلومات خاطئة حول تشخيص المرض.
- إطلاق خدمة البحث المتخصص في فيروس كورونا من التصنيف الرسمي للفيروس، لضمان حصول الأشخاص على معلومات موثوقة من الفيروس وظهور محتوى صحيح ودقيق في طليعة نتائج البحث.
- خصصت منظمة الصحة العالمية الرقم (741798931892) على تطبيق الواتساب لتوعية المواطنين وإرشادهم بالخطوات التي يجب فعلها عند الإصابة بالمرض وإجراءات الوقاية للحد منها.
- تعمل خدمة الدردشة مباشر بين المستخدم ومنظمة الصحة العالمية التي تتولى الإجابة الفورية عن سلسلة من الأسئلة المعدة المسبقة والتي تشمل مثلاً: عدد الإصابات بالمرض عالمياً، ونصائح حول كيفية حماية نفسك إلى جانب الإجابة ن الأسئلة المتكررة التي يمكنك تداولها بسهولة.
- تسخير عدد من المدققين للحقائق المحلية، لتمكين المزيد من القيام بعملهم المهم حتى يتم التعرف على الشائعات مواجهتها.¹

¹ المرجع السابق، ص 155.

الفصل الثاني — دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل في التوعية بأهمية لقاح كورونا

خلاصة الفصل :

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أبرز الوسائط والوسائل المستخدمة من قبل مختلف فئات المجتمع للإطلاع على آخر المستجدات محلياً وعالمياً منذ انتشار فيروس كورونا وإعلانه جائحة عالمية من خلال حملات التوعية الصحية إلى تعزيز الوعي بنشر المعلومات الضرورية حول خطورته على الصحة والحياة العامة، وتقديم شروحات حول الطرائق الوقائية والعلاجية لتزويد المستخدمين بالمهارات والمعارف الصحيحة والحقائق الثابتة، بغية إرشادهم وتثقيفهم بأهمية أخذ لقاح كورونا لتفادي انتشاره أكثر، خاصة تلك الإرشادات التي تسهر على حماية الأفراد، وأن يستهدف الوعي الجماعي وعدم زعزعة الاستقرار الاجتماعي واتخاذ إجراءات التي تتناسب مع أهمية الأمن والوعي الاجتماعي واتخاذ إجراءات التي تتناسب مع أهمية الأمن والوعي الصحي ودوره على استقرار واستمرار المجتمع.

ومن المؤكد أن أزمة كورونا تستطيع السنوات القادمة لما رسمته من ملامح على البشر، وأصبحت الحقيقة ظاهرة إلى كل من نجا من الموت المؤكد، أوجبت علينا ترسيخ خطط إستراتيجية في هكذا ظروف استثنائية لا بد علينا النظر في الجانب الوقائي بأهمية أخذ جرعة لقاح للحفاظ على حياة البشر وتكون الرعاية الصحية في أفضل حال ومن خلال الاستنتاجات أثبتت أن الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية التوعية بلقاح كورونا له دور كبير في صناعة الوعي الفردي والمجتمعي وقدرته على تعزيز الثقافة الصحية وتغييرها للأفضل والتركيز على الطرق اللازمة للتخلص منها من خلال اللقاحات ضد مرض كوفيد 19.

الفصل الثالث

دور الحملات الإعلامية عبر

فيسبوك وزارة الصحة اجنرائرية

في التوعية بأهية لقاح كورونا.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

تمهيد :

ساهمت وسائل الاتصال الجديدة بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمعات، مما أثار عدة تداخلات وإشكاليات وأعدت تفعيل آليات الاتصال بكل أنواعها، ليتم استخدامه كوسائل للتوعية والتثقيف ونشر المعلومات، خاصة مع بروز مظاهر عولمة الاتصال التي حتمت تبادل المضامين أثناء انتقال الرسالة كمؤشر لاتساع نطاق التأثير الآني لها، وتم اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداةً محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية، تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية التي يتواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي، واتضح عمق تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا.

ولقد أضحت شبكات التواصل الاجتماعي ذات أهمية بالغة في الحياة اليومية للأفراد ويتفاعلون بواسطتها، وسط هذا التطور ظهر الفيسبوك الذي يعتبر أحد تقنيات التواصل الاجتماعي الذي جعل من الاتصال عملية مفتوحة، يشارك فيها الجميع بالأخبار والمعلومات على اختلاف مستوياتهم الثقافية والتعليمية، حتى ذوو المستوى التعليمي المحدود بصفتها شبكة للجميع، ليقتحم حياتنا وخصوصياتنا.

وأمام إدمان التعرض لصفحات الفيسبوك نجد الكثيرين يتابعون الأخبار الصحية والاجتهادات المطروحة في الجانب المتعلق بهذه الجائحة كوفيد 19 .

المبحث الأول: بطاقة تعريفية ل: صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية

بعد ظهور فيروس كورونا وانتشاره في كل أقطار العالم، و أمام عجز جميع الدول عن إيجاد علاج لهذا المرض الفتاك، فرضت الحاجة ضرورة تصنيع اللقاحات والتي من شأنها أن تقي الأشخاص من الإصابة، وتساهم في التقليل من انتشاره ومنافعها في تعزيز مناعة الأفراد المتلقين للقاح.

ويمكن القول أن الجزائر كانت ضمن الدول القليلة التي نجحت إلى حد ما في مواجهة انتشار وباء كورونا، وذلك راجع إلى الخطة الوطنية التي سطرتها الدولة خصيصاً لمواجهة وباء كورونا المتمثلة في التدابير الوقائية والحملات التحسيسية التوعوية الصحية بتلقي لقاح كوفيد 19 عبر مختلف

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعبر الفيسبوك بصفة خاصة، حيث أعطت نتائج إيجابية للحد من انتشار وباء كورونا وقللة الأضرار المترتبة من هذا الوباء.

وقد خصصت بعض صفحات الفيسبوك ركناً للمجال الصحي والقضايا والمشكلات الصحية، ومن بين الصفحات التي اهتمت بالأخبار الصحية لمرض كوفيد 19 هي صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية " التي تهتم بالأخبار الجديدة حول الإحصائيات لمرض كوفيد 19 والتثقيف من خلال الحملات التوعوية والتحسيسية، التي تحث على أهمية تلقي جرعات من لقاحات كورونا لاستمرار الحياة بشكل طبيعي دون المساس بحياة الأفراد وتعرضها للخطر.

المطلب الأول: التعريف بصفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "

هي عبارة عن صفحة حكومية تنشر كل يوم أخبار ومعلومات جديدة حول عدد الإصابات وعدد الوفيات بفيروس كورونا، وعدد الأشخاص الذين تعافوا من هذا المرض والأشخاص الموجودين في العناية المركزة ، وأحيانا تنشر مجموعة من الحملات التحسيسية التي تكون من طرف أشخاص متخصصين في المجال الطبي.

أنشئت هذه الصفحة في تاريخ 01 أكتوبر 2019، ولها عدة منصات للتواصل تنشط فيها كاليوتيوب والسكايب والتويتر... الخ ويتابعها حاليا أكثر من 2 مليون متابع؛ بحيث أن هذه الصفحة لا تقوم بتشغيل الإعلانات حاليا ، وقد تم تغيير هذه الصفحة إلى **Ministère de la Santé Algérienne** في 02 سبتمبر 2021 وهو اسمها الحالي لحد الساعة.

كما تقوم الصفحة بنشر حوارات مع دكاترة وأهل الاختصاص في المجالات التي تهتم بصحة المواطن الجزائري، ويقدمون من خلالها التدابير الوقائية والإرشادات لتفادي انتشار المرض. ونلاحظ أن هذه المبادرات الصحية لها دور كبير وهم في بعث الوعي الصحي ومرافقة الأسرة الجزائرية وهكذا قد لعبت دور انساني واجتماعي وصحي ايجابي لهم.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

المطلب الثاني: أهداف صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية ".

تسعى صفحة فيسبوك وزارة الصحة الجزائرية إلى عرض محتوياتها بأسلوب سهل من أجل التوعية والإرشاد، وتبذل الجهود لكي تعطي معلومات حول الإحصائيات الجديدة بشكل دقيق؛ وهي إجمالاً تهدف إلى:

- ✓ التوعية الصحية وتثقيف المواطن الجزائري.
- ✓ تحسين الوعي الصحي لدى الأفراد.
- ✓ توثيق المعلومات الجديدة والتي تخص مرض كوفيد 19 ونشرها لجميع فئات المجتمع.
- ✓ غرس الثقافة الصحية.
- ✓ ضرورة التوعية بأهمية التدابير الوقائية والتلقيح من أجل مواجهة المرض.
- ✓ الجودة الخدمائية.
- ✓ ضمان خدمة المرفق العام.
- ✓ الوقوف على واقع الصحة العالمية¹.

المطلب الثالث: دور صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية " في التثقيف الصحي.

- ✓ وقاية وتوعية المجتمع من الأمراض حيث تمثل هذه الوظيفة أهمية في وقاية أفراد المجتمع.
- ✓ توفير الصحة للجميع وتشجيعهم على تفهم أهم المشكلات الصحية سعياً وراء القضاء عليها، ويتطلب الأمر ضرورة قيام المؤسسات الصحية بدور فعال في مجال التوعية الصحية من خلال:

¹ فتحي مجناح، محمد قنفود، "تقييم جودة الخدمة الصحية في المستشفيات العمومية من وجهة نظر المريض"، مذكره لنيل شهادة الماجستير أكاديمي، جامعه محمد بوضياف المسيلة، (2018-2019)، ص 15 .

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

- تنظيم ندوات للمرضى والمتلقين للمعلومات وذويهم لتوعيتهم بالأسباب المؤدية إلى هذا المرض وطرق المحافظة على الصحة.
- وضع برامج تحسسية لتوعيه الصحية.
- وضع إرشادات تساعد على تفهم أفراد المجتمع لسبل تحقيق الوقاية من الأمراض المختلفة¹.

المبحث الثاني: دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

تعد صفحة فيسبوك وزارة الصحة الجزائرية من الصفحات الرسمية التي تهتم بالتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا، من خلال حملات توعية صحية تواكب المستجدات وتستجيب لمتطلبات المواجهة، لاستقطاب تفاعل المستخدمين معها، وتقييمهم لمحتوى حملات التوعية الصحية وفعاليتها.

المطلب الأول: الإطار العام لصفحة فيسبوك "وزارة الصحة الجزائرية".

أولاً: قوالب وأنماط المادة الإعلامية في الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
14.41	127	قوالب الصحفية، التحقيق، حوار، مقال، تقرير، خبر... الخ
30.65	270	المنشور (فقرات وجمل)
47.79	421	الصور
/	/	الروابط الإلكترونية
6.70	59	فيديو
0.45	4	مختلط
100	881	المجموع

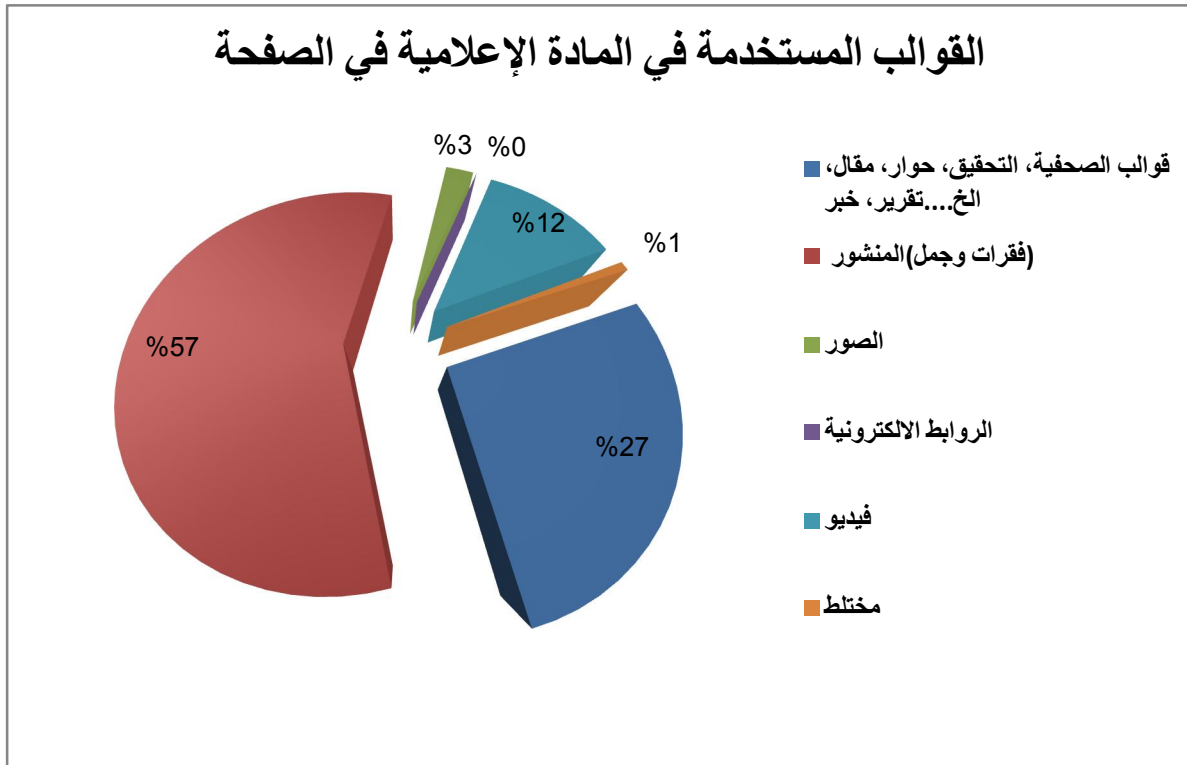
جدول 01: يوضح القوالب المستخدمة في المادة الإعلامية في الصفحة.

1 مهديد يمينه، بحري أبو بكر ، " تقييم جودة الخدمة العمومية في المستشفيات الجزائرية: دراسة حالة المؤسسة العمومية الإستشفائية شعبان حمدون - مغنية -" مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، جامعه أبو بكر بلقايد تلمسان ، (2015-2016)، ص56.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهية لقاح كورونا

من خلال قراءتنا للبيانات الموضحة أعلاه، التي توضح لنا قوالب والأنماط في المادة الإعلامية للصفحة، تشير المؤشرات السابقة أن الصور تحتل المرتبة الأولى المستخدمة في القوالب والأنماط في عرض المادة الإعلامية بنسبة 47.79% وجاء الترتيب الثاني المنشور (فقرات وجمل) بلغت 30.65% وفي المرتبة الثالثة جاء كل من القوالب الصحفية (التحقيق، الخبر... الخ) بنسبة 14.41% أما المرتبة الرابعة والخامسة هي الفيديو والمختلط بنسبة 6.70% و 0.45%.

ومن خلال ما سبق نلاحظ أن احتلال الصور الترتيب الأول من بين كل القوالب والأنماط الموجودة في المادة الإعلامية في الصفحة الذي يعد أمراً طبيعياً يتفق مع طبيعة الحدث الصحفي القائم المتابعة الدقيقة لكل جوانب الأحداث المرتبطة بالصحة الصور إلى الصور سهلة الوصول إلى المعنى الذي يتميز بغرض المستجندات وملاحقة الأخبار الآتية والإحصاءات جديدة حول الوباء 19.



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

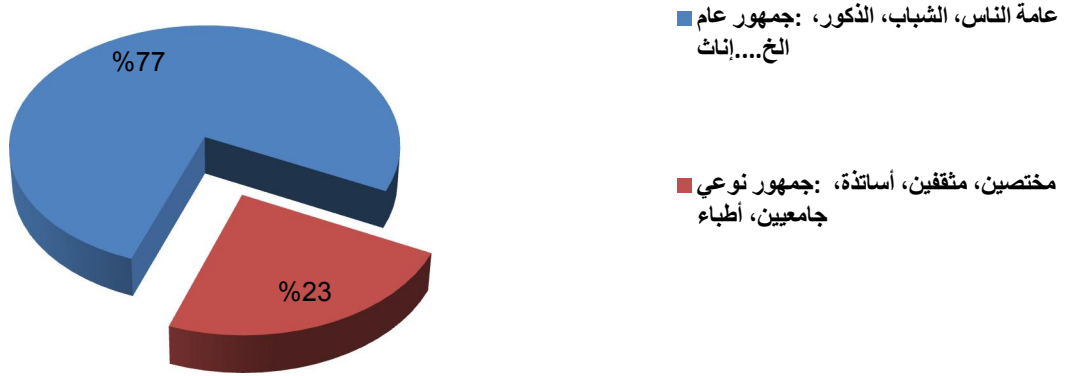
ثانياً: الجمهور المستهدف من الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
76.62	675	جمهور عام: عامة الناس، الشباب، الذكور، إناث... الخ
23.38	206	جمهور نوعي: مختصين، مثقفين، أساتذة، جامعيين، أطباء
100	881	المجموع

جدول 02: يوضح الجمهور المستهدف من الصفحة.

إن صفحة وزارة الصحة تقوم بإعداد مادة إعلامية هدف توعية وتثقيف كافة أفراد المجتمع في الجانب الصحي خاصة وباء كورونا والتأثير بهم وتقديم معلومات وإرساء حول لقاح كورونا وليس صعب عليها أن تسعى إلى كسب أكبر عدد الجمهور المستهدف عامة وجذب اهتمامهم نحو الموضوعات التي تساهم في توعيتهم من قبل الصفحة ومن خلال ما سبق نلاحظ أن الجمهور العام جاء بأكبر نسبة قدرها 76.62% وتليها الجمهور النوعي بنسبة 23.38% وهذا راجع إلى استقطابها لأكثر عدد من الجمهور العام لتزويدهم بكل ما له علاقة بوباء كورونا وتوعيتهم بالموضوع على عكس الجمهور النوعي.

الجمهور المستهدف من الصفحة



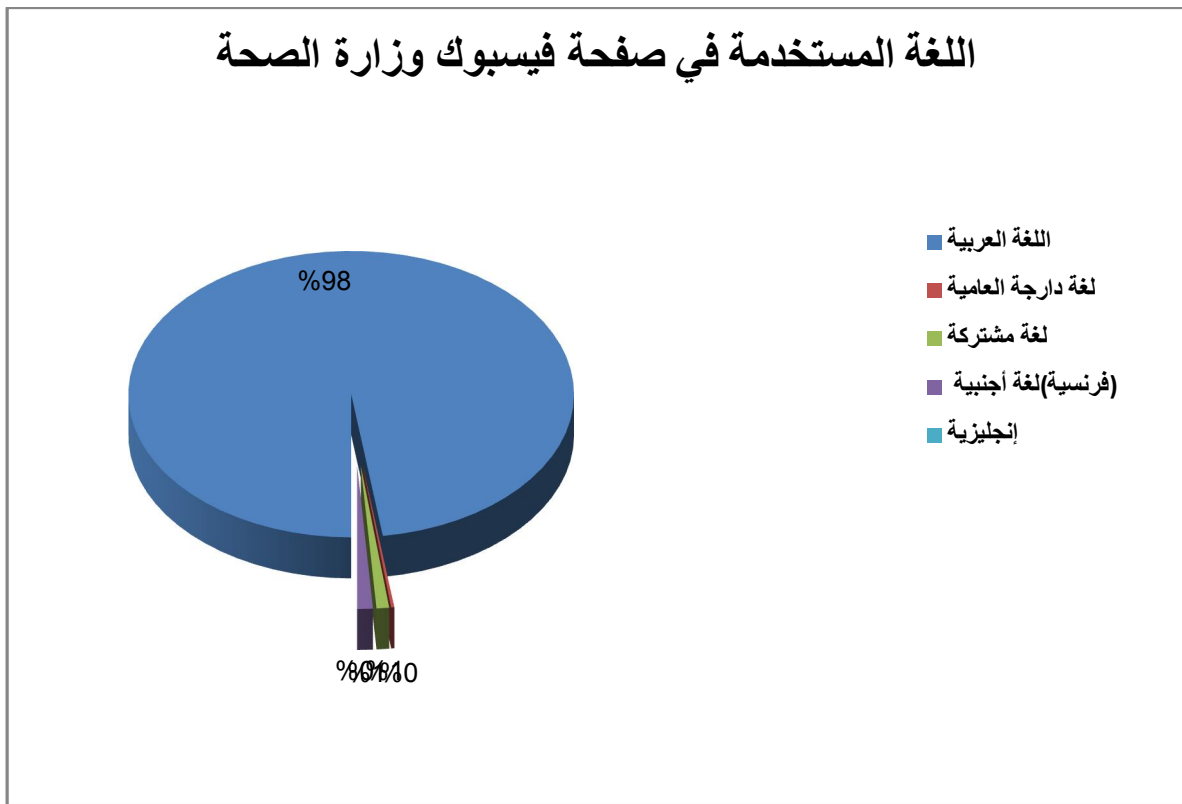
ثالثاً: اللغة المستخدمة بالصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
97.73	861	اللغة العربية
0.23	2	لغة دارجة العامية
0.91	8	لغة مشتركة
1.13	10	لغة أجنبية (فرنسية)
/	/	إنجليزية
100	881	المجموع

جدول 03: يمثل اللغة المستخدمة في صفحة "وزارة الصحة".

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهية لقاح كورونا

يوضح الجدول أعلاه أنماط اللغات المستخدمة بصفحة "وزارة الصحة"، بحيث يتضح لنا من خلال البيانات والأرقام الواردة أن اللغة الأكبر استخداماً هي اللغة العربية بنسبة قدرت بـ: 97.73% تمثلت في العديد من موضوعات الصفحة ثم تليها اللغة الأجنبية فرنسية في المرتبة الثانية بنسبة 1.13%، ثم في المرتبة الأخيرة لغة دراجة العامية واللغة المشتركة بنسبة 0.23% و 91% هذا ما يفسر حرص الصفحة على استخدام اللغة العربية البسيطة التي تبتعد عن الألفاظ المعقدة والتي تلائم كافة فئات المجتمع.



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

المطلب الثاني: الإطار الشكلي والفني لصفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية " .

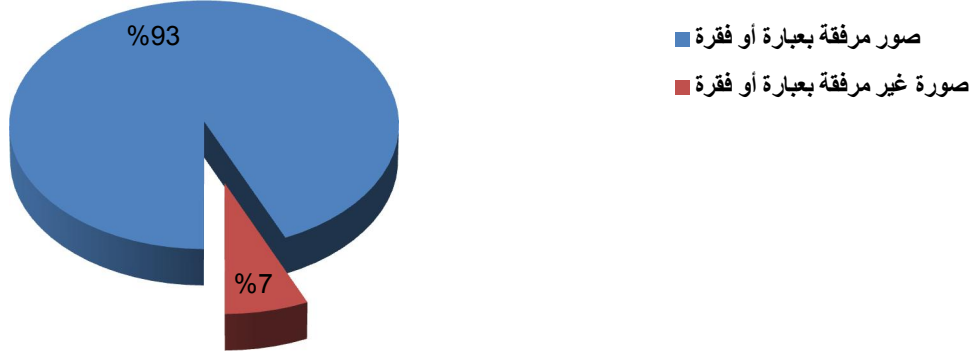
أولاً: صور موضوع لقاح كورونا بالصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
93.30	822	صور مرفقة بعبارة أو فقرة
6.7	59	صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة
100	881	المجموع

جدول 4: يوضح صورة الموضوع في صفحة "وزارة الصحة".

تعتبر الصورة من أهم الوسائل المستخدمة لتوصل المعلومة، وبالرجوع إلى البيانات الموضحة في الجدول أعلاه تظهر لنا أن أغلب المواضيع التي نشرت في الصفحة مرفقة صورة أو أكثر، إذ نلاحظ أن فئة صورة مرفقة بعبارة أو فقرة جاءت المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ: 93.30% وهذا راجع إلى توظيف العديد من الصورة كونها أكثر تأثيراً في نفوس المتابعين وجلب اهتمامهم لتلك الموضوعات، في حين بلغت نسبة موضوع بدون صورة نسبة 6.7% ما يعني أن الصورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة لا يكون تأثيرها كغيرها من المواضيع المصاحبة للصورة، برغم أن مواضيع الصفحة هدفها عرض التوعية الصحية لوباء كورونا وتنوير العقول حول أهمية لقاحه.

صورة موضوع لقاح كورونا بالصفحة



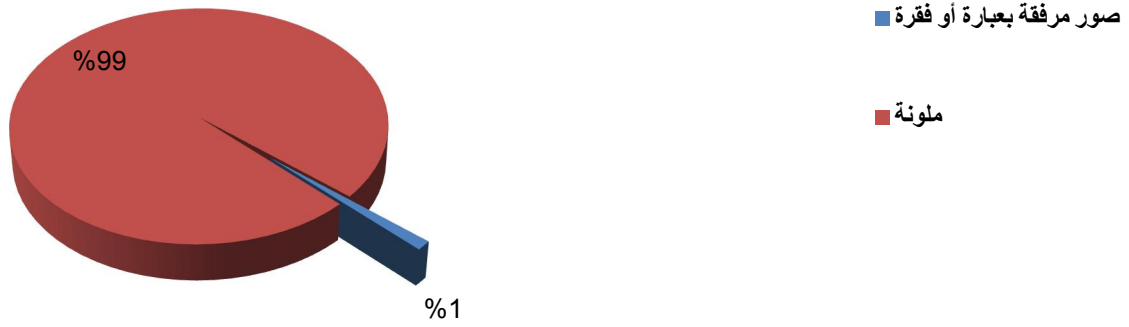
ثانياً: العناصر التيبوغرافية المتعلقة بلقاح كورونا بالصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	العناصر
1.24	6	عادية (اللون الأبيض والأسود)
98.76	478	ملونة
100	881	المجموع

الجدول 5: يوضح العناصر التيبوغرافية بالصفحة.

من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه نجد أن صفحة "وزارة الصحة" ومن خلال أعدادها التي شكلت لنا عينة الدراسة وظفت العناصر الملونة بنسبة قدرت بـ: 98.76% لا يزال الموضوعات، في حين تم استخدام العناصر العادية (اللون الأبيض والأسود) بنسبة 1.24% وهذا ما يعكس قلة اهتمام الصفحة بمهذين اللونين إلا أنها استخدمت الملونة وذلك من أجل أكثر تشويق ولفت انتباه المتابعين للصفحة وتكون في الذهب لمدة أطول.

العناصر التيبوغرافية بالصفحة



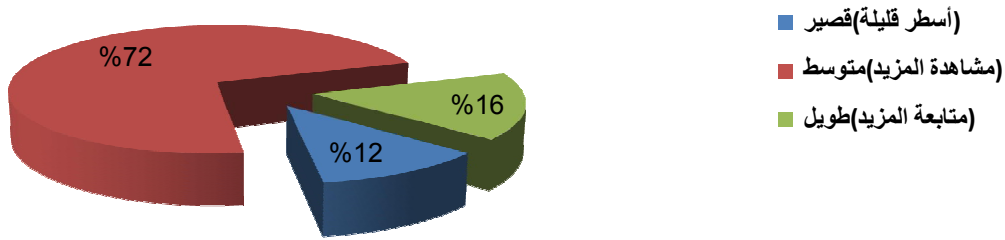
ثالثاً: مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا (من خلال عدد أسطر).

النسبة المئوية	التكرار	المساحة
11.70	103	قصير (أسطر قليلة)
72.07	635	متوسط (مشاهدة المزيد)
16.23	143	طويل (متابعة المزيد)
100	881	المجموع

جدول 6: يوضح مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا في الصفحة.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن المساحة ذات عدد أسطر متوسطة (مساهمة المزيد) هي المرتبة الأولى نسبة 72.07% ثم تليها المساحة الطويل من عدد الأسطر بنسبة قدرت بـ: 16.23% ثم تليها قصير (أسطر قليلة) هي المرتبة الأخيرة نسبة 11.70% وهذا ما بين اعتدال الصفحة في عدد الأسطر لمساحة المنشورات المتعلقة بالصفحة اختيارها المتوسط من حيث المساحة.

مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا في الصفحة



المطلب الثالث: دور الحملات الإعلامية عبر صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية " .

أولاً: فئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة.

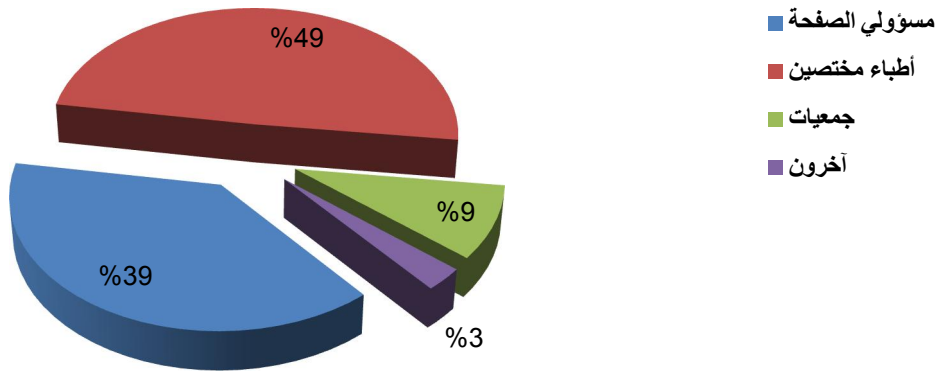
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
38.70	341	مسؤولي الصفحة
49.37	435	أطباء مختصين
9.08	80	جمعيات
2.85	25	آخرون
100	881	المجموع

جدول 7 يوضح الفئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

توضح بيانات الجدول أن الأطباء المختصين يعدون المصدر الأساسي في الحصول على المعلومات الأساسية في ما يخص قضايا الصحة لوباء كورونا ولقاحه وذلك من خلال تنظيم ندوات ومؤتمرات صحية لتحسيس كل أفراد المجتمع بخطورة المرض لذلك واحتلت المرتبة الأولى بنسبة 49.37%، ثم تليها المرتبة الثانية مسؤولي الصفحة ما يؤكد أهمية الموضوع لقاح كورونا والوباء ككل باعتبارهم المنتج للمعلومة تم يليها الجمعيات بنسبة 9.08%، وتم يليها، آخرون نسبة قدرت بـ: 2.85%.

الفئات المتفاعلين في منشورات لقاح كورونا بالصفحة



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

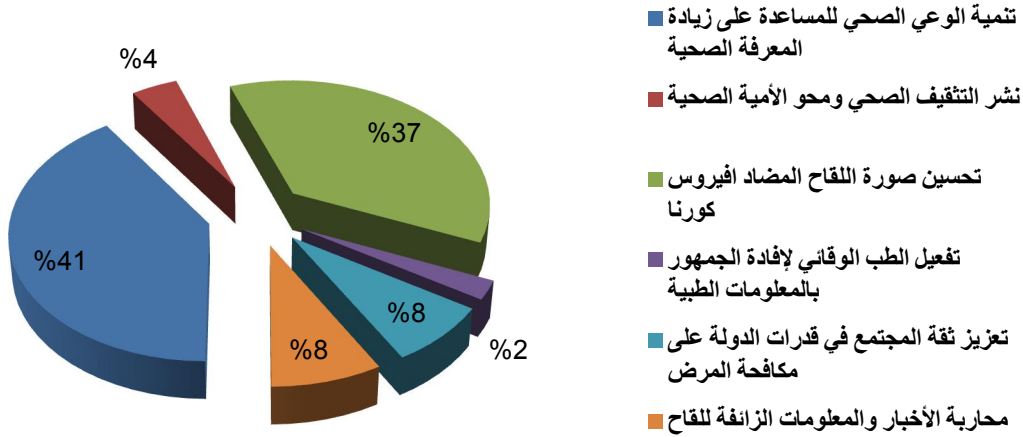
ثانياً: أهداف الحملات الإعلامية في التوعية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	الأهداف
40.49	196	تنمية الوعي الصحي للمساعدة على زيادة المعرفة الصحية
4.14	20	نشر التثقيف الصحي ومحو الأمية الصحية
36.78	178	تحسين صورة اللقاح المضاد لفيروس كورونا
2.48	12	تفعيل الطب الوقائي لإفادة الجمهور بالمعلومات الطبية
7.85	38	تعزيز ثقة المجتمع في قدرات الدولة على مكافحة المرض
8.26	40	محرارية الأخبار والمعلومات الزائفة للقاح
100	484	المجموع

جدول 8 يمثل أهداف الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة.

أما بالنسبة للأهداف الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا يوضح الجدول أن تنمية الوعي الصحي للمساعدة على زيادة المعرفة الصحية تحتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ: 40.49% وذلك راجع أن الحملات الإعلامية هدفها الأساسي التثقيف الصحي أما المرتبة الثانية هي تحسين صورة اللقاح المضاد لفيروس كورونا بنسبة تقدر بـ: 36.78% وهذا راجع إلى أن الحملات الإعلامية بالصفحة هدفها التوعية بأهمية لقاح كورونا ، وتحسين صورته ثم يليها في المرتبة الثالثة والرابعة تعزيز ثقة المجتمع في قدرات الدولة بنسبة 8.26% ومحرارية الأخبار والمعلومات الزائفة بنسبة 7.85% والمرتبة الأخيرة نشر التثقيف الصحي ومحو الأمية الصحية بنسبة 2.48%، وذلك راجع مع التطور التكنولوجي وظهور الإعلام الجديد في المجال الصحي أصبحت الناس تتابع الأخبار الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

أهداف الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة.



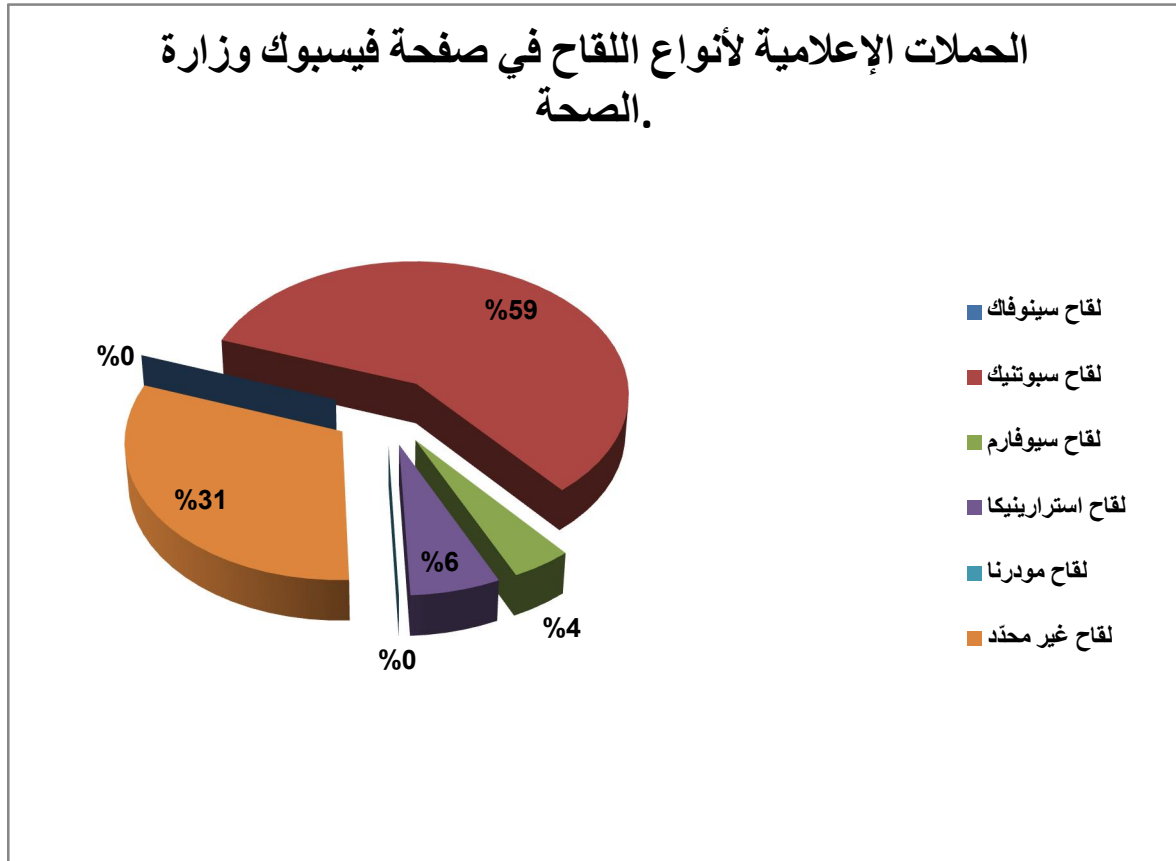
ثالثاً: الحملات الإعلامية لأنواع اللقاح: في صفحة فيسبوك وزارة الصحة.

النسبة المئوية	التكرار	الأنواع
0	0	لقاح سينوفاك
58.33	28	لقاح سبوتنيك
4.17	2	لقاح سينوفارم
6.25	3	لقاح استرازينيكا
0	0	لقاح مودرنا
31.25	15	لقاح غير محدد
100	48	المجموع

جدول 9: يمثل الحملات الإعلامية لأنواع اللقاح في صفحة فيسبوك وزارة الصحة.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

نجد في الجدول أعلاه أن الحملات الإعلامية لأنواع اللقاح في صفحة فيسبوك وزارة الصحة أن لقاح سبوتنيك يحتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ: 58 % وذلك راجع لفعاليتها ومدى قضاءه على المرض وانتشاره، لذلك اختارت الصفحة حملاتها الإعلامية لنوع لقاح سبوتنيك؛ أما المرتبة الثانية لقاح غير محدود بنسبة تقدر بـ: 31 % وذلك راجع إلى حملات إعلامية حول لقاح أو التلقيح ضد وباء كورونا وعدم تحديد أنواع اللقاحات أما المرتبة الأخيرة لقاح سينوفارم بنسبة تقدر بـ: 4%.



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

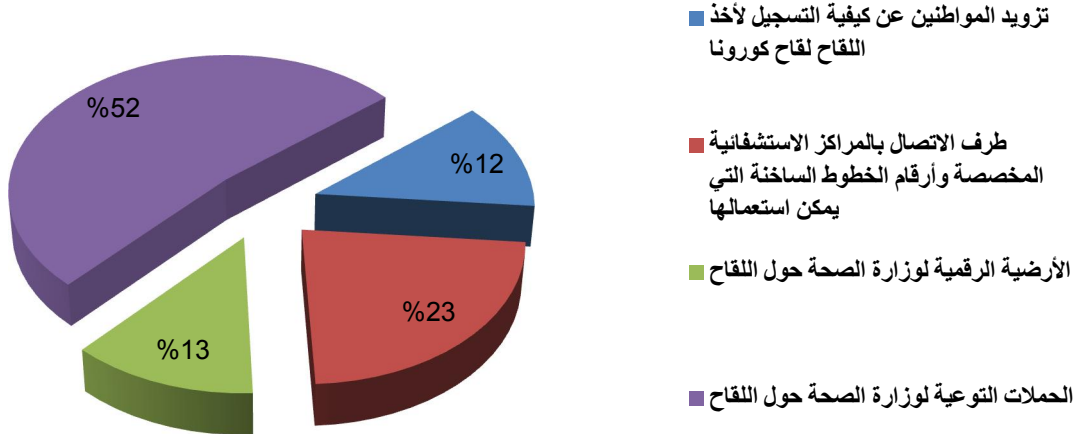
رابعاً: مضامين الحملات الإعلامية حول لقاح كورونا في صفحة فيسبوك وزارة الصحة.

النسبة المئوية	التكرار	المضامين
12.5	6	تزويد المواطنين عن كيفية التسجيل لأخذ اللقاح لقاح كورونا
22.92	11	طرف الاتصال بالمراكز الإستشفائية المخصصة وأرقام الخطوط الساخنة التي يمكن استعمالها
12.5	6	الأرضية الرقمية لوزارة الصحة حول اللقاح
52.08	25	الحملات التوعوية لوزارة الصحة حول اللقاح
100	48	المجموع

جدول 10: يمثل مضامين الحملات الإعلامية حول لقاح كورونا في الصفحة.

يوضح الجدول أعلاه مضامين الحملات الإعلامية في صفحة فيسبوك وزارة الصحة أن في المرتبة الأولى تحتلها الحملات النوعية لوزارة الصحة حول اللقاح التي تقدر النسبة بـ: 52.08% وذلك راجع أن الحملات الإعلامية التي تقوم بالتنوير الثقافي الصحي التوعوي لوباء كورونا واللقاح وأهمية التلقيح، والمرتبة الثانية طرق الاتصال بالمراكز الإستشفائية المخصصة وأرقام الخطوط الساخنة بنسبة تقدر 22.92% راجع إلى تقديم معلومات للاتصال بالمراكز الإستشفائية للتلقيح وأما المرتبة الثالثة والرابعة هما التزويد المواطنين عن كيفية التسجيل لأخذ اللقاح كورونا بنسبة 12.5% والأرضية الرقمية لوزارة الصحة حول اللقاح التي قدرت بـ: نسبتها بـ: 12.5% والسبب راجع لم تهتم كثيراً عن كيفية التسجيل بقدر توعية وأهمية لقاح كورونا من خلال الحملات الإعلامية.

مضامين الحملات الإعلامية حول لقاح كورونا في صفحة فيسبوك



خامساً: أسلوب مضمون موضوعات لقاح كورونا بالصفحة.

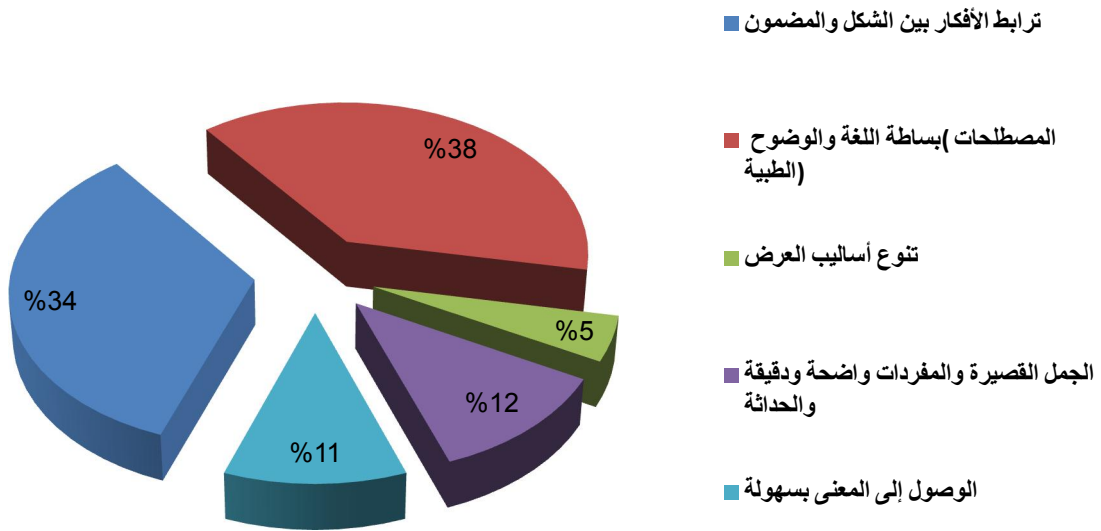
النسبة المئوية	التكرار	الأسلوب
34.05	300	ترابط الأفكار بين الشكل والمضمون
38.36	338	بساطة اللغة والوضوح (المصطلحات الطبية)
4.77	42	تنوع أساليب العرض
11.70	103	الجملة القصيرة والمفردات واضحة ودقيقة والحداثة
11.12	98	الوصول إلى المعنى بسهولة
100	881	المجموع

الجدول 11: يمثل أسلوب مضمون موضوعات لقاح كورونا بالصفحة.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

أما أسلوب مضمون لموضوعات لقاح كورونا بالصفحة، حيث اعتمدت على تبسيط اللغة والوضوح في المصطلحات الطبية، ولأنها كذلك تهتم بجميع فئات المجتمع ولأنها هذا هو الهدف من هذه المعالجة الإعلامية حيث بلغت 38.36% وجاءت المرتبة الثانية بتربط الأفكار بين الشكل والمضمون بـ: 34.05% حيث أن تربط بين الشكل والمضمون يلفت انتباه القارئ للمضمون ورغبة المتلقي فيه تم المرتبة الثالثة الجمل القصيرة والمفردات الواضحة الدقيقة بنسبة 11.70% لأن هناك إحصائيات وأرقام جديدة حول المرض كوفيد 19 ثم يليها بعدها الوصول إلى المعنى بسهولة بنسبة 11.12% لبساطة المعلومات التي يتم إيصالها وتأثيرها وتغيير في سلوك المتابعين (القراء)، أما المرتبة الأخيرة جاءت تنوع أساليب العرض بنسبة 4.77% ، ولا يخفى أن تنوع أساليب العرض مهم في جذب القارئ.

أسلوب مضمون موضوعات لقاح كورونا بالصفحة.



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

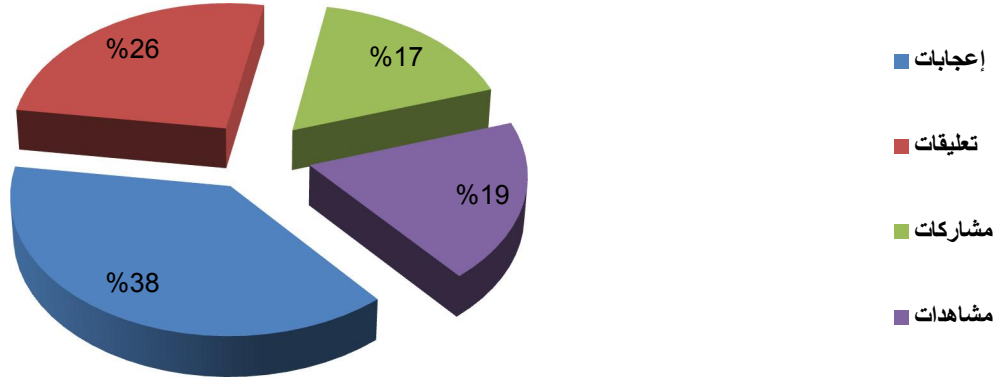
سادساً: مستوى التفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل
38.36	338	إعجابات
25.65	226	تعليقات
17.03	150	مشاركات
18.96	167	مشاهدات
100	881	المجموع

جدول 12: يمثل مستوى التفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة.

يتضح من خلال الجدول مستوى تفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة أن المتابعين لصفحة وزارة الصحة بتفاعل مع المنشورات التي نشرت طيلة شهر سبتمبر 2021 إلى أبريل 2022 وكانت أعلى نسبة هي الإعجابات بنسبة قدرت بـ: 38.36% يتم التفاعل بالإعجابات أكثر بكثرة كطريقة جد عادية بالنسبة لمستعملي شبكات التواصل الاجتماعية، ولما يتم تداوله من منشورات الصفحة كأسلوب للتفاعل مع محتوى المنشور، ونجد فئة التعليقات هي المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ: 25.65% بحيث أن الجمهور أثناء أزمة كورونا ومع كل منشور ينشر على الصفحة في فترة الأزمة طيلة سبتمبر 2021 إلى أبريل 2022 كان يتفاعل بتعليقات قصب كلها الأوضاع الصحية والمعلومات التوعوية لوباء كورونا تم يليهما في المرتبة الأخيرة المشاهدات بنسبة 18.96% والمشاركات بنسبة 17.03% وهذا نظراً لقلة خاصية مشاركة المنشور من طرف الجمهور.

مستوى تفاعل مع منشورات لقاح كورونا بالصفحة



الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك ووزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

خلاصة الفصل:

من خلال تحليلنا لمضمون صفحة "وزارة الصحة" في الفيسبوك نموذجاً، إلى جملة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

1) القوالب والأنماط الإعلامية التي تقدمها صفحة وزارة الصحة أن الصور بالدرجة

الأولى بنسبة 47.79% باعتباره هي سهلة الوصول إلى المعنى أكثر واضحة لكل الفئات بدون استثناء والصورة أبلغ من الكلمة.

2) أغلب المواضيع المعالجة في صفحة "وزارة الصحة" متوجهة إلى عامة الناس بحيث

جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 76.62 وهذا بهدف إيصال قيم ومبادئ الثقافة والوعي الصحي لوباء كورونا وأهمية لقاح كورونا لكافة فئات المجتمع.

3) اللغة التي تقدم بها صفحة "وزارة الصحة" هي اللغة العربية حيث قدرت بـ:

97.73% لاعتمادها على أسلوب علمي مفهوم لدى كافة الناس.

4) أن أغلب المواضيع في الصفحة كانت مرفقة بالصور بنسبة 93.30% بحيث تمكن

القارئ من فهم الموضوع وفي نفس الوقت تؤثر فيه، فالصورة أبلغ من الكلمة.

5) الجانب التبيوغرافي المتعلقة بلقاح كورونا بالصفحة "وزارة الصحة" يتمثل في استخدام

العناصر الملونة بنسبة كبيرة قدرت بـ: 98.76%.

6) مساحة المنشورات المتعلقة بلقاح كورونا في الصفحة وزارة الصحة هي ذات متوسط

(المشاهدة المزيد) ما بين اعتدال الصفحة في عدد الأسطر.

7) أغلب الفاعلين والمؤثرين في الصفحة هم المحررين مسؤولي الصفحة والأطباء المختصة

بنسبة 49.37% باعتبارهم ذات توجه صحي.

الفصل الثالث — دور الحملات الإعلامية عبر فيسبوك وزارة الصحة في التوعية بأهمية لقاح كورونا

8) أن الهدف الرئيسي للحملات الإعلامية في التوعية بأهمية لقاح كورونا في الصفحة

"وزارة الصحة" هي تنمية الوعي الصحي لمساعدة على زيادة المعرفة الصحية بنسبة

40.49% وكذلك تحسين صورة اللقاح المضاد لفيروس كورونا بنسبة 36.78%

وراجع ذلك هدفها الرئيسي التدقيق الصحي ونشر التثقيف بأهمية لقاح كوفيد 19.

9) من أهم المضامين التي ركزت عليها الحملات الإعلامية في الصفحة حول لقاح كورونا

هي الحملات الإعلامية لوزارة الصحة حول اللقاح بنسبة تقدر 52.08%، وهو

الإستراتيجية المناسبة لتوصيل المعلومات حول اللقاح وأهميته في حياة الأفراد من أجل

التوعية الصحية (التثقيف).

اختتمت

خاتمة:

نستنتج من خلال هذه الدراسة، أن الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا، كان لها دور كبير في توجيهه وتثقيف وتعليم وإخبار الجمهور بأهم المستجدات حول فيروس كورونا، والتي تعتبر طريقة حديثة لتوصيل المعلومات ورفع مستوى الأفراد من حيث الثقافة الصحية، خاصة في ظل جائحة كورونا، وضرورة تلقي لقاحات كورونا لتفادي انتشار المرض بشكل سريع، وما تقدمه من برامج صحية وتنموية من قبل أطباء مختصين وأهل الاختصاص، لاستقطاب شرائح المجتمع كافة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، كالفيسبوك الذي كان في هذه المرحلة أداة محورية للتفاعل مع تطورات البيئة الصحية.

وقد جاءت هذه الدراسة من أجل التعرف على الدور الذي لعبته الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية بأهمية لقاح كورونا في عرض وتنمية الوعي الثقافي الصحي لدى كافة أفراد المجتمع.

ومن خلال تحلينا لصفحة "وزارة الصحة الجزائرية" توصلنا إلى أنها لعبت دوراً كبيراً في إيصال مضامينها في تنمية الوعي الثقافي الصحي بضرورة التلقيح، وخطورة المرض كوفيد 19، معتمدة على أسلوب البساطة والوضوح، واستخدام الصور، وقد استطاعت أن تلبى احتياجات الأفراد من معلومات حول اللقاح، من خلال إدراجها لأنواع اللقاحات الموجودة في المراكز الإستشفائية، وكذا الحملات الإعلامية التوعوية لوزارة الصحة حول اللقاح.

ومن خلال ما سبق يمكن الخروج ببعض المقترحات التالية:

- لا بد من تضاعف الجهود أكثر وإشراك الوزارات الأخرى إلى جانب وزارة الصحة في العمل التوعوي الإعلامي.
- لا بد لصناع القرار في الدولة من استغلال كافة الموارد والإجراءات التي تتناسب وأهمية الأمن والوعي الصحي ودوره في الحفاظ على استقرار المجتمع.
- صناع القرار مطالبون بتطوير أساليبهم فيما يخص اتصال الأزمة، بما يتوافق مع المعايير العلمية ومتطلبات التخطيط الإعلامي الذي يتيح الاستغلال الأمثل للإمكانات والقدرات، ويتماشى مع العصر ورهاناته.

الختام

- تصميم إستراتيجية توعوية صحية وطنية تساهم فيها كل مكونات المنظومة الصحية في الجزائر، بالتنسيق مع مصممي الحملات التوعوية عبر المواقع الإلكترونية لجذب أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- إنشاء فرق مختصة في وزارة الصحة مهمتها نشر الثقافة الصحية والتوعية بالخدمات الصحية المقدمة في المؤسسات الإستشفائية، خاصة أوقات الأزمات الصحية، مع ضرورة خلق صفات إلكترونية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والقيام بدراسة دورية لجمهورها من أجل معرفة رغباته ومتطلباته ومحاولة إتباعها.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب



- 1) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2016.
- 2) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، ، 2013.
- 3) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية والياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 4) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، القاهرة، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، 2008 .
- 5) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- 6) عبد الله بدران، الحملات الإعلامية الإعلانية: التخطيط ، التنفيذ، التقويم، الإمارات، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، 2013.
- 7) محمد إبراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي، عمان، دار وائل للنشر، 2004 .
- 8) محمد سيد الحلاوة، رجاء علي عبد العاطفي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيسبوك، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2011.
- 9) مدحت محمد أبو نصر، التدريب عن بعد: بوابتك لمستقبل أفضل، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017.
- 10) ميشيل لونات، الإعلام الاجتماعي، ترجمة: صالح بن حليلة، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ، 1993.

- 11) محمد كريم عرايبية، " دور الحملات الإعلامية في التوعية للوقاية ضد كورونا"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 02، العدد 01، (مارس 2021)، ص ص 59-72.
- 12) بوسعيد رندا، الحاج سالم عطية، "الحملات الإعلامية ودورها في التوعية الصحية للمرأة أثناء موسم الحج: دراسة حول قافلة الديوان الوطني للحج والعمرة"، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع، المجلد 14، العدد 01، (مارس 2019)، ص ص 73-102.
- 13) جمال الدين مدفوني، " مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا " ، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 03، العدد 02، (ديسمبر 2020)، ص ص 530-550.
- 14) حنان أحمد سليم، " الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد "، مجلة الرأي العام، المجلد 12، العدد 01، (يناير 2013)، ص ص 295-348.
- 15) خالد بن فيصل الفرم، " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية "، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 14-15، (ديسمبر 2016)، ص ص 164-175.
- 16) سهايلية سماح، " الإجراءات الوقائية للتصدي لفيروس كورونا في الجزائر"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد 03، (أكتوبر 2020)، ص ص 26-37.

قائمة المصادر والمراجع

- 17) عائشة قره، عبد الرؤوف وشان " حملات التوعية الإعلامية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية المصدقية "، مجلة المصدقية، المجلد 02، العدد 01، (جوان 2020)، ص ص 112-130.
- 18) لبيض ليندة، لبصير فطيمة، " الفيسبوك والتوعية بالخدمات الصحية اتجاه جائحة كورونا: دراسة ميدانية على السر الجزائرية"، مجلة الوقاية والأرغوميا، المجلد 14، العدد 03، (ديسمبر 2020)، ص ص 50-72.
- 19) مهند العزاوي، " الحملات الإعلامية فن مخاطبة الجمهور "، مجلة الكلمة، العدد 75، (جويلية 2013)، ص ص
- 20) ميلود مراد، صادقي فوزية، " مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر "، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، (جوان 2020)، ص ص 145-159.

رابعاً: الرسائل الجامعية:

- 21) إيمان كشيد، عفاف كشيد، " دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية: قناة الجزائرية الثالثة نموذجاً" ، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، (2018-2019).
- 22) بشرى لعور، سارة حبري، " المواضيع الصحية عبر صفحات الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة الويب طب "، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، (2020-2021).
- 23) رحمة كروش، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا كوفيد 19 لدى الطلبة الجامعيين "، مذكرة

قائمة المصادر والمراجع

مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد
الصديق لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد
الصديق بن يحي، جيغل، (2020-2021).

رابعاً: الويبوغرافيا:

24) إدارة الموقع، "لقاحات كوفيد: تعرف على الحقائق"، متاح على الرابط:
<https://www.mayoclinic.org> ، بتاريخ: 2022/06/03،
على الساعة: 20H27.

25) منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد 19) ، متاح على
الرابط www.linkedin.com ، بتاريخ: 2022/03/25 ، على
الساعة 20H00.

الملاحق

Ministère de la santé Algérie
وزارة الصحة الجزائر
2 مليون المتابعين • 40 المتابعات

المنشورات حول مرات الذكر الآراء المتابعين الصور المزيد

المنشورات

نبيذة مختصرة
وزارة الصحة-الجزائرية

صفحة منظمة حكومية

12 Avenue des Frères MADANI, El Madania,
Algiers, Algeria

021 27 99 00

<https://www.youtube.com/channel/UC2XUhgRS2csH495VIDHoRg>

https://twitter.com/sante_gouv_dz

sante.gov.dz

مفتوح دائمًا

Rating: 4.8 (955 رأيًا)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة الصحة

#وعينا_يحمينا
#اللقاح_هو_الحل

لوحة رقم (01):

صفحة فيسبوك " وزارة الصحة الجزائرية "

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة الصحة

#وعينا_يحمينا
#اللقاح_هو_الحل



لوحة رقم (02):

جانب من الحملات الإعلامية بأهمية اللقاح على صفحة فيسبوك " وزارة الصحة " .

**LA MEILLEURE
PROTECTION EST
LA VACCINATION
VACCINEZ-VOUS CONTRE
LA GRIPPE ET LA COVID-19**

**التلقيح هو
أفضل وقاية**

**لقدوا أنفسكم ضد
الأنفلونزا و كوفيد-19**

MAT-DE-2101716



Contre la Covid et la grippe saisonnière,
gardons le réflexe des gestes barrières

لتعود أنفسنا على التدابير الوقائية
ضد كوفيد و الأنفلونزا الموسمية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،
وزارة الصحة
République Algérienne Démocratique et Populaire,
Ministère de la santé



لوحة رقم (03):

جانب من الحملات الإعلامية بأهمية لقاح كورونا على صفحة فيسبوك " وزارة الصحة " .

المخلص:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى ضرورة وأهمية الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا من خلال الاطلاع على المستجدات الصحية لوباء كورونا، وتعزيز الوعي بنشر المعلومات الضرورية حول خطورته، وتزويد المستخدمين وإرشادهم وتنقيفهم من أجل الاستقرار الاجتماعي؛ فكان لابد من إعطاء أهمية للموضوع في هكذا ظروف استثنائية، و لابد من النظر إلى الجانب الوقائي بأهمية اخذ لقاح كورونا للحفاظ على حياة البشر .

ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن صفحة وزارة الصحة بالجزائر استطاعت أن تقوم بعملية توعية وتنقيف بضرورة أخذ اللقاح ضد مرض كوفيد، والتي من شأنها توعية الأفراد مما جعلها تكتسب جمهورا عريضا يتفاعل مع محتوياته، و تلبي احتياجات الأفراد من المعلومات حول اللقاح من خلال إدراج الأنواع الفعالة للوقاية من مرض كوفيد 19.

الكلمات المفتاحية: الحملات الإعلامية ، شبكات التواصل الاجتماعي ، التوعية الصحية، لقاح كورونا ، صفحة فيسبوك " وزارة الصحة " .

Summary:

This study seeks to highlight the necessity and importance of media campaigns across social networks in raising health awareness of the importance of the coronavirus vaccine by familiarizing itself with the health developments of the coronavirus pandemic, promoting awareness of spreading the necessary information about its gravity, and providing users with guidance and education for social stability. The topic had to be given importance in exceptional circumstances, and the preventive aspect had to be seen as the importance of taking a coronavirus vaccine to preserve people's lives.

The results of the study showed that the page of the Ministry of Health of Algeria has been able to carry out an awareness and education process on the need to take the vaccine against COVID, which is intended to sensitize individuals, thereby gaining a wide audience that interacts with its contents, and to meet individuals' information needs about the vaccine by including effective types of COVID-19 prevention.

key words: Media campaigns, social media networks, health awareness, coronavirus vaccine, Facebook page "Ministry of Health."