

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة



قسم: الدعوة والإعلام والاتصال  
تخصص: علوم الإعلام والاتصال

كلية أصول الدين  
الرقم التسلسلي: .....  
رقم التسجيل: .....

## إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر

دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل م د) في ميدان العلوم الإنسانية

تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:

أ / إلياس طلحة

إعداد الطالبة:

دنيا الزاهي

### أعضاء المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
د. صليحة العابد	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر
أ.د إلياس طلحة	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة الأمير عبد القادر
أ.د عادل جربوعة	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3
أ.د نور الدين مبني	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة محمد مين دباغين - سطيف 2
د. ليلى فرشة	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة الأمير عبد القادر
د. هبة شعوة	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج

السنة الجامعية: 1446/1447هـ - 2024/2025م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال  
تخصص: علوم الإعلام والاتصال



كلية أصول الدين  
الرقم التسلسلي: .....  
رقم التسجيل: .....

## إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر

دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل م د) في ميدان العلوم الإنسانية

تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:

أ / إلياس طلحة

إعداد الطالبة:

دنيا الزاهي

### أعضاء المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
د. صليحة العابد	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر
أ.د إلياس طلحة	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة الأمير عبد القادر
أ.د عادل جربوعة	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3
أ.د نور الدين مبني	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة محمد مين دباغين - سطيف 2
د. ليلى فرشة	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة الأمير عبد القادر
د. هبة شعوة	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريرج

السنة الجامعية: 1446/1447هـ - 2024/2025م



## الإهداء

الحمد لله الذي علّم بالقلم، وألهم الفكر والكلم، وبفضله أزهرت غراس الجهد  
وأينعت ثمار السعي، فله الحمد دائما وأبدا  
إلى أبي، رحمة الله عليه، أصل الخير كله وجله، من غرس في حب العلم، وصاغ  
بحكمته ونبله أسس نجاحي.

إلى أمي نبع الدعاء، بوصلة الحياة، التي طالما سهرت على نسج جناحين لحلمي،  
والتي تضيئ بنورها سمائي.

إلى أساتذتي الأفاضل، شموع الفكر وأصحاب الفضل، كل باسمه ومنصبه  
،أخص بالذكر الأستاذ الدكتور:

إلياس طلحة، د. كيجل فتيحة الذي كانوا قنديل المعرفة وسراجا أنار خطواتي.  
إلى زميلاتي وزملائي، رفقاء الحلم وأوتاد الصداقة، الذين كان وجودهم عوناً  
وسنداً في رحلتي، والذين تقاسموا معي محطات الطريق.

إلى إخوتي نبض قلبي وسر العطاء، أشرعتي التي أبحرت بها فوق معابر اليأس،  
وسفني التي حملتني إلى شواطئ الأمل، كنتم وما زلتُم الخير الذي لا ينتهي، والحب الذي  
لا ينطفئ.

إلى كل من ترك في روحي بصمة، قريباً كان أو بعيداً، إلى كل من أهداني يدًا تمتد  
بالخير، أو دعاء عبق بالحب، نصيحة أو كلمة صادقة عززت يقيني...

إلى من جعل الصمت قصيدة، والألم أغنية،

إلى التي تنسج من الحبر أجنحة للحلم

إلى صاحبة الإرادة

إلى عروس النجاح إلى التي وهبت روحها للعلم..

إليكم جميعاً، أهدي هذا العمل المتواضع

عرفانا بحجم السماء، ووفاء يليق بكم

راجية أن يكون عملي هذا المتواضع جسراً

يعبر نحو النفع، وأثراً طيباً يليق بعظيم فضلكم



## الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبفضله تنزل الخيرات، وبتوفيقه تتحقق المقاصد والغايات، فالحمد والشكر أولاً وأخيراً للمولى عزوجل الذي وفقني وأعانني على انجاز هذا البحث. اللهم صلي وسلم على سيدنا محمد ما ذكره الذاكرون وصل وسلم عليه ما غفل عنه الغافلون.

أسمى عبارات الشكر وجزيل العرفان وجمع غفير من الامتنان أزفه لأول من لقنوني الأبجديات أستاذي الفاضلين: الوالدين الكريمين.  
اعترافاً بالفضل لأهله:

يطيب لي من هذا المنبر أن أقدم بباقة شكر وعرفان لأستاذي المشرف: إلياس طلحة على صبره، ودعمه الدائم لي طيلة فترة انجاز هذه الدراسة ولا أنسى فضل توجيهاته ونصائحه فيها وبفضلها بلغت مسك الختام. بارك الله له في مساره العلمي ووفقه لم يحبه.

من لم يشكر الناس لم يشكر الله

والشكر موصول أيضاً لأساتذتي الأفاضل الذين قبلوا تحكيم استمارة تحليل المضمون الخاصة بهذه الأطروحة كل باسمه وشخصه. شكراً على وقتكم، لملاحظاتكم ولتوجيهاتكم بارك الله فيكم ونفع بكم وبعلمكم.

شكراً للجنة المناقشة الأفاضل لقبولهم تشريفنا بقبول مناقشة هذا العمل المتواضع وتنويره بملاحظاتهم القيمة.

وشكراً من نوع خاص لأختي قبل أن تكون رفيقتي الدكتورة فريدة مرابط على وقتها ومساندتها لي طيلة فترة انجاز هذا البحث.

بارك الله لها في علمها وعملها

شكراً وألف شكراً لكل من أعاننا ولوبدعوة

في ظهر الغيب من قريب أو بعيد

لكل أساتذتي بجامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية ولقسم الدعوة والإعلام والاتصال

(مصلحة الدراسات العليا) على جميل تعاونهم معنا

ولكل مساعدة قدموها لنا طيلة فترة انجاز هذا البحث

بارك الله في الجميع



## الملخص:

تسعى الدراسة لمعرفة شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع فايسبوك في إدارة أزمة كورونا 2020 ولتحقيق الأهداف البحثية المسطرة ومعالجة الإشكالية المطروحة تم التأسيس النظري للدراسة بالاعتماد على كل من المقاربة النسقية ( تحليل النظم) والمقاربة الوظيفية.

وتتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تتطلب استخدام المنهج الوصفي، وقد تم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال استمارة تحليل المحتوى، حيث اعتمدنا على عينة زمنية قصدية بالتطبيق على مجموعة من المضامين المنشورة بالصفحة في الفترة الزمنية من 1 مارس 2020 إلى 28 فيفري 2021. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-اعتمدت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارتها لأزمة كورونا 2020 بالجزائر، على مجموعة من استراتيجيات الاتصال السياسي تمثلت في كل من الإستراتيجية الإعلامية، إضافة إلى إستراتيجية الإقناع وإستراتيجية الحوار.

- كشفت الدراسة أن اتجاه تعليقات الجمهور نحو مواضيع الأزمة كان معارضا.

- كشفت نتائج الدراسة أن الأنواع الخبرية المتمثلة في التقرير الصحفي الإلكتروني هو النمط المهيمن على محتوى الصفحة.

## الكلمات المفتاحية:

الإستراتيجية ، الاتصال السياسي، إدارة الأزمة، الأزمة الصحية.

## **Résumé**

L'étude vise à analyser la forme et le contenu de la stratégie de communication politique utilisée par la page Facebook officielle du ministère algérien de la Santé pour gérer la crise du Covid-19 en 2020.

le cadre théorique de l'étude repose sur une double approche : l'approche typologique (analyse des systèmes) et l'approche fonctionnelle, afin de s'atteindre les objectifs de la recherche et répondre à la problématique.

cette recherche a adopté la méthode descriptive, en s'inscrivant dans le domaine des études descriptives .

En fait, les données nécessaires à l'analyse ont été recueillies à travers un formulaire d'analyse de contenu, en appliquant la méthode de l'échantillonnage intentionnel. Cette méthode a été utilisée pour analyser l'intégralité des contenus publiés sur la page Facebook du ministère entre le 1er mars 2020 et le 28 février 2021.

Les principaux résultats de l'étude sont les suivants :

-La page officielle du ministère algérien de la Santé a mobilisé diverses stratégies de communication politique pour gérer la crise sanitaire en Algérie, notamment une stratégie médiatique, une stratégie de persuasion, ainsi qu'une stratégie de dialogue.

-L'étude a révélé que les commentaires du public sur les publications liées à la crise étaient majoritairement critiques, exprimant une opposition envers les mesures ou les actions entreprises.

-Enfin, les résultats ont montré que le contenu dominant sur la page consistait en des rapports de presse électroniques, confirmant la prédominance de ce genre informatif dans la communication du ministère.

## **Mots clés**

stratégie, communication politique, gestion de crise, crise sanitaire

### **Abstract**

The study aims to analyze the form and content of the political communication strategy used by the official Facebook page of the Algerian Ministry of Health to manage the Covid-19 crisis in 2020.

The theoretical framework of the study is based on a dual approach: the typological approach (system analysis) and the functional approach, in order to achieve the research objectives and address the problem posed.

This research adopted the descriptive method, as it falls within the scope of descriptive studies. The data necessary for the analysis were collected through a content analysis form, using the intentional sample method. This method was employed to analyze all the content published on the Ministry's Facebook page between March 1, 2020, and February 28, 2021.

The main findings of the study are as follows:

The official Facebook page of the Algerian Ministry of Health employed various political communication strategies to manage the health crisis in Algeria, including a media strategy, a persuasion strategy, and a dialogue strategy.

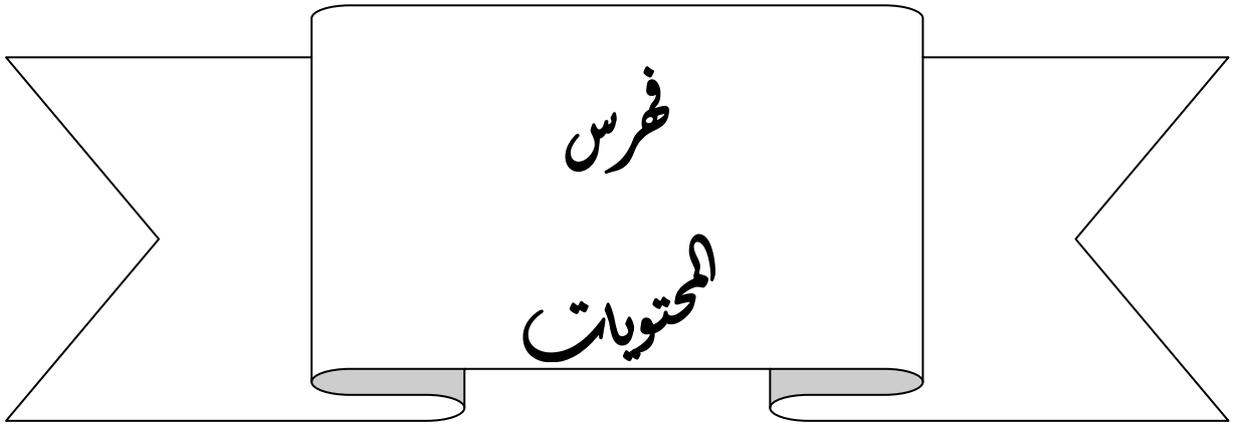
The study revealed that public comments on posts related to the crisis were mostly critical, expressing opposition to the measures or actions taken

### **Key Words**

strategy, political communication, crisis management, health crisis.

### **Key Words**

strategy, political communication, crisis management, health crisis.



الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير إهداء ملخص فهرس المحتويات فهرس الجداول والأشكال
01	مقدمة
<b>الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية</b>	
05	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
08	2- أهمية الدراسة
09	3- أهداف الدراسة
10	4- أسباب اختيار الدراسة
10	5- مفاهيم الدراسة
11	5-1- مفهوم الإستراتيجية
13	5-2- مفهوم الاتصال السياسي
14	5-3- مفهوم الأزمة
16	5-4- مفهوم إدارة الأزمة
16	5-5- مفهوم الأزمة الصحية
17	5-6- مفهوم إدارة الأزمة الصحية
17	6- الدراسات السابقة
18	6-1 الدراسات الجزائرية
23	6-2 الدراسات العربية
34	6-3 الدراسات الأجنبية
40	7- المداخل النظرية للدراسة
40	7-1- المقاربة الوظيفية
43	7-2- المقاربة النسقية
48	8- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

48	8-1- منهج الدراسة
50	8-2- أدوات جمع البيانات
60	9- مجتمع الدراسة وعينته
60	9-1- مجتمع الدراسة
63	9-2- عينة الدراسة
64	10- مجالات الدراسة
<b>الفصل الثاني: المحلل المعرفي والنظري للاتصال السياسي</b>	
67	2-1- ماهية الاتصال السياسي: النشأة، الوظائف، المقاربات
67	2-1-1- نشأة الاتصال السياسي
69	2-1-2- العلاقة بين الاتصال والسياسة
71	2-1-3- مستويات الاتصال السياسي
75	2-1-4- وظائف الاتصال السياسي بين الوسائل التقليدية والميديا الجديدة
79	2-2- إستراتيجية الاتصال السياسي
79	2-2-1- مفهوم الإستراتيجية الاتصالية
80	2-2-2- أنواع إستراتيجية الاتصال السياسي
85	2-2-3- أهمية الإستراتيجية الاتصالية للمنظمة
86	2-2-4- مقاربات ونظريات الاتصال السياسي
91	2-2-5- نماذج الاتصال السياسي
<b>الفصل الثالث: إستراتيجية الاتصال السياسي وإدارة الأزمة الصحية</b>	
100	3-1- مدخل إلى مفهوم الأزمة
100	3-1-1- التطور التاريخي لمفهوم الأزمة
101	3-1-2- الأزمة والمفاهيم المشابهة
103	3-1-3- أنواع الأزمة
105	3-1-4- خصائص الأزمة
106	3-1-5- مراحل الأزمة

110	<b>3-2- مدخل إلى إدارة الأزمات</b>
110	3-2-1- التطور التاريخي لمفهوم إدارة الأزمة
111	3-2-2- مراحل إدارة الأزمة
113	3-2-3- نماذج إدارة الأزمات
115	3-2-4- عوامل نجاح ومعيقات إدارة الأزمة
116	3-2-5- الاستراتيجيات التقليدية والحديثة لإدارة الأزمة
119	<b>3-3- الجزائر وإدارة الأزمة الصحية</b>
119	3-3-1- نشأة إدارة الأزمات الصحية
119	3-3-2- خصائص الأزمة الصحية
120	3-3-3- مراحل إدارة الأزمة الصحية بالجزائر
123	3-3-4- استراتيجيات إدارة الأزمة الصحية بالجزائر
<b>الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
128	4-1- النتائج الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)
142	4-2- النتائج الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)
<b>نتائج الدراسة التطبيقية</b>	
171	1-1- النتائج العامة
176	1-2- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
180	1-3- نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية
183	خاتمة
186	قائمة المراجع والمصادر
200	ملاحق

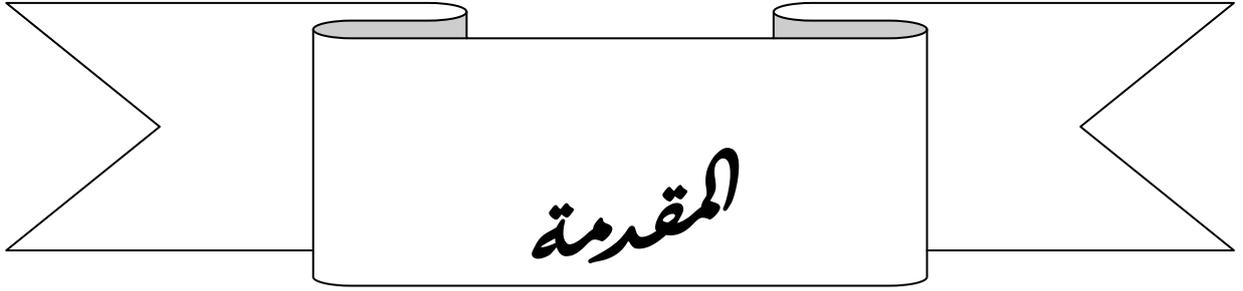
## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
63	يوضح بطاقة تقنية للصفحة.	01
103	يوضح الأزمة والمفاهيم المشابهة	02
127	يوضح فئة المواضيع الخاصة بأزمة كورونا المنشورة بالصفحة.	03
130	يوضح فئة الأساليب الاتصالية المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية	04
132	يوضح فئة أهداف المحتوى المنشور بالصفحة.	05
134	يوضح فئة وظائف الاتصال السياسي.	06
136	يوضح فئة الفاعلين في إدارة الأزمة الصحية من خلال الصفحة عينة الدراسة.	07
139	يوضح فئة اتجاه تعليقات الجمهور نحو مضامين الصفحة.	08
141	يوضح فئة البيانات العامة لصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.	09
143	يوضح موقع اللافتة في الصفحة عينة الدراسة	10
144	يوضح المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث المساحة واللون.	11
147	فئة الرمز الخاص بالصفحة	12
148	تصميم الصفحة من حيث عناصر (الجازبية، الصور، الصور المتحركة، الفيديو، الروابط الشعبية، مخطط الموقع، شرائط الابحار).	13
151	يوضح أنواع الصور المستخدمة بالصفحة.	14
153	يوضح حالة العنق الخاص بالصفحة.	15
154	يوضح فئة الولوج.	16
155	يوضح فئة القرافيزم.	17
157	يوضح فئة الخدمات التقنية التي توفرها الصفحة.	18
159	يوضح فئة أشكال التفاعلية بالصفحة.	19
161	يوضح فئة الفنون الصحفية.	20
164	يوضح فئة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة.	21

167	فئة أساليب نشر المحتويات.	22
-----	---------------------------	----

### فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
42	يوضح محتوى المقاربة الوظيفية عند غابريال ألموند.	1
46	يوضح الاتصال القائم بين الحاكم والمحكومين.	2
48	نموذج دافيد ايستون للنظام السياسي.	3
80	يبين أنواع الاستراتيجيات الاتصالية	4
107	يوضح خصائص الأزمة.	5
108	يوضح المراحل 5 للأزمة.	6
109	يوضح المراحل 4 للأزمة.	7
110	يوضح المراحل 3 للأزمة.	8
111	يوضح مراحل الأزمة عند الباحثة دونا	9
114	يوضح نموذج أيان Mitroff لإدارة الأزمة.	10
116	يوضح نموذج Fank لإدارة الأزمة	11
128	نموذج Coombs لإدارة الأزمة.	12



## مقدمة:

شهد العالم منذ نهاية شهر ديسمبر 2019 حالة من اللااستقرار وخلالها وظيفيا مس جميع الهياكل التنظيمية، جراء تفشي فيروس كورونا لأول مرة في مدينة ووهان وسط الصين والذي أطلق عليه اسم Covid 19 وقد صنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 بالجائحة، نظرا لانتشار المرض في معظم دول العالم حيث شكل أزمة صحية عالمية، وتسبب في أزمات اقتصادية، اجتماعية خلفت خسائر مادية وبشرية مست المنظومة المجتمعية بأكملها ، فاقتصاديات عالمية انهارت ودول بأكملها شُلت وحدود أعقلت ناهيك عن الأضرار النفسية التي خلفتها الجائحة.

فالأزمة عبارة عن حدث يهدد كيان العديد من الدول نتيجة للتغيرات المتعددة والضغطات المستمرة التي تُلحقها الأزمات على المنظومة المجتمعية ككل ، والجزائر كغيرها من دول العالم عرفت فيروس كورونا منذ نهاية شهر فيفري 2020 ، بعد إعلان وزارة الصحة عن تسجيل أول حالة إصابة بكوفيد 19 ونظرا لخطورة الفيروس وسرعته عرف انتشارا كبيرا في غضون أسابيع قليلة، حيث بدأت عدد الإصابات ترتفع إلى أن وصلت في أواخر شهر مارس إلى 716 إصابة، وبقي عدد الحالات في ارتفاع خلال ثلاث أشهر الأولى حيث وصلت شهر جوان إلى 13907 حالة مؤكدة فيما بلغ إجمالي الوفيات 1210.

كما شهدت فترة تفشي الوباء بالجزائر عديد الأزمات الفرعية من نقص الأوكسجين، اكتظاظ على مستوى المستشفيات، نقص اللقاح... الخ. وهو ما أدى إلى تفاقم الوضعية الوبائية أكثر، رغم الإجراءات الاحترازية التي طبقتها الدولة الجزائرية بصفة خاصة من حجر منزلي وتعليق جميع النشاطات التجارية، توقيف الدراسة بالمدارس و الجامعات، فرض التباعد الجسدي وإجبارية ارتداء الكمامة في الأماكن العمومية، غير أن فيروس كورونا واصل حصد مئات وآلاف الأرواح يوميا الأمر الذي أثار مخاوف كبيرة أوساط المواطنين والمنظمات الحكومية الصحية بصفة خاصة وألزمها على التفكير في حلول بديلة من غير الحجر المنزلي، تعليق النشاطات... الخ للحد من انتشار الفيروس أكثر، من خلال استخدام أسلوب إداري علمي سليم من أجل تفادي سلبات الأزمة وهذا ما يسمى بإدارة الأزمات التي تعد التحدي الحقيقي للمؤسسات والدول، فإما أن تستطيع الدولة ومؤسساتها اجتياز تلك المرحلة أو تتفاهم الوضعية الوبائية أكثر. وحتى تضمن وزارة الصحة الجزائرية نجاحها في إدارة الأزمة الصحية وإنهائها بأقل أضرار ممكنة لابد من توفر شبكة اتصال، بحيث أشارت منظمة الصحة العالمية "إلى أن فشل المؤسسات الصحية في التحدي الاتصالي قد يؤدي إلى فقدان المزيد من الأرواح". (رشا سميير 2020،

صفحة 121) ومن هنا تبرز أهمية الاتصال القائم بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي (الاتصال السياسي) في إدارة الأزمات فعن طريق اتصال مسؤولي المنظمة يتم تبليغ الأفراد بنشاطات وجهود وزارة الصحة الجزائرية في مواجهة فيروس كورونا وإعلامه بكل مستجدات الجائحة، ويتكفل بنقل مطالب الجمهور للمؤسسة وتجب عنها المنظمة في شكل مخرجات قد تكون بالرفض لمطالب الجمهور أو بالتأييد أو من خلال قرارات وإجراءات يتوجب على الفرد الأخذ بها.

كما يعد البعد الاستراتيجي في إدارة الأزمة الصحية مكملا للجهود الاتصالية التي تبذلها المؤسسات في احتواء الأزمة، وعلى هذا الأساس لجأت وزارة الصحة الجزائرية في إدارتها لأزمة كوفيد من خلال صفحتها الرسمية على الفايسبوك إلى تبني مجموعة من استراتيجيات الاتصال السياسي، لم لها من أهمية بالغة في التأثير على سلوكيات الأفراد وحثهم على تبني السلوكيات الصحية السليمة، كما يساهم توظيفها في توفير المعلومات الصحية من مصادر موثوقة حول الأزمة، إضافة إلى كونها تعمل على كسب ثقة الجمهور في المنظمة وقراراتها وبالتالي تصبح عملية الإقناع والحوار ممكنة بشأن الإجراءات والتدابير الوقائية، ما ينعكس بالإيجاب على الوضعية الوبائية وبالتالي يقلل من احتمالية تفاقم الأزمة أكثر ويحقق التوازن والاستقرار داخل المجتمع.

وانطلاقاً من هذا جاءت هذه الدراسة للبحث عن إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كوفيد الصحية، ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق للموضوع عمدنا إلى تقسيم الدراسة لمجموعة من الفصول المتسلسلة وفقاً لترتيب متغيرات الدراسة، حيث يتناول الفصل الأول والموسوم ب: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية حيث نستعرض من خلاله إشكالية الدراسة وأهدافها وأهم التساؤلات التي تطرحها، مروراً بأسباب اختيار الموضوع بالإضافة إلى الأهمية العلمية للموضوع والمرجعيات النظرية التي يسند عليها إلى جانب عرض الدراسات السابقة وضبط المفاهيم. كما تم التطرق في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة والمتمثلة في نوع الدراسة ومنهجها وعينتها، أدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وختاماً عنصر صدق وثبات أداة جمع البيانات.

أما الفصل الثاني الموسوم الحقل المعرفي والنظري للاتصال السياسي وهو الإطار النظري للدراسة، وقد تم تقسيمه إلى عنصرين يتناول كل عنصر متغير من متغيرات الدراسة، حيث جاء العنصر الفرعي الأول بعنوان ماهية الاتصال السياسي: النشأة، الوظائف، المقاربات، وقد تناول من خلاله مفهوم الاتصال السياسي الخلفية التاريخية للاتصال السياسي، والعلاقة بين الاتصال والسياسة بالإضافة إلى مستوياته وخصصنا العنصر الفرعي الثاني والمعنون ب: استراتيجيات الاتصال السياسي للحديث بداية

عن ماهية الإستراتيجية الاتصالية من حيث مفهومها، ثم تطرقت الباحثة لأنواع إستراتيجية الاتصال السياسي بالإضافة إلى أهمية الإستراتيجية في المؤسسة، وأهم مقاربات ونظريات وكذا نماذج الاتصال السياسي.

أما الفصل الثالث الموسوم بإستراتيجية الاتصال السياسي وإدارة الأزمة الصحية فقد تضمن ثلاثة عناصر جاء العنصر الأول بعنوان: مدخل إلى مفهوم الأزمة حيث نستعرض من خلاله مفهوم الأزمة والمفاهيم المشابهة، التطور التاريخي لمفهوم الأزمة، بالإضافة إلى عرض كل من أنواع، خصائص، مراحل الأزمة، وجاء العنصر الفرعي الثاني والمعنون: مدخل إلى إدارة الأزمات وتناولت الباحثة من خلاله ماهية إدارة الأزمات التطور التاريخي لإدارة الأزمات، إلى جانب الحديث عن نماذج إدارة الأزمات ومراحلها وكذا عوامل نجاحها ومعيقاتها وختاماً إستراتيجية إدارتها. أما العنصر الفرعي الثالث والمعنون بك الجزائر وإدارة الأزمة الصحية فتناول مفهومها لأزمة الصحية وخصائصها، كما تطرقنا فيه لمراحل الأزمة الصحية واختتم العنصر بالحديث عن إستراتيجيات إدارة الأزمة الصحية بالجزائر.

في حين تطرق الفصل الرابع والأخير والموسوم ب: الإطار التطبيقي للدراسة إلى عنصرين تضمن العنصر الأول النتائج الخاصة بفتي الشكل والمضمون الخاصة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاييسبوك، في حين اختتمنا الفصل بالعنصر الفرعي الثاني المعنون ب: نتائج الدراسة التحليلية والذي تضمن نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة إلى جانب عرض نتائج لدراسة في ضوء مقاربات النظرية.

مع تقديم حوصلة عامة حول الموضوع ونتائجه، وإرفاق النتائج بمجموعة من الملاحق إلى جانب قائمة المراجع والمصادر التي اعتمدت عليها الدراسة.

وفي الختام نرجو أن تقدم هذه الدراسة صورة واضحة وموضوعية عن ماهية إستراتيجية الاتصال السياسي التي استخدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر الفاييسبوك في إدارتها لأزمة كوفيد 19 الصحية.

**الفصل الأول**  
**موضوع الدراسة**  
**وإجراءاتها المنهجية**

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

يعتبر الفصل الأول الركيزة الأساسية لأي بحث علمي، فأشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية يتم بناؤها وفق مجموعة من الخطوات المنهجية التي يتفق على أهميتها أغلب الباحثين، ويهدف هذا الفصل إلى استعراض الإشكالية الرئيسية للدراسة، بالإضافة إلى الأهداف والتساؤلات التي توجه البحث، وتحديد الأسباب التي أدت إلى اختيار هذا الموضوع. كما سيتم التطرق للأهمية العلمية للموضوع، وكذا المرجعيات النظرية التي يستند إليها، ومراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، وسيتم أيضا توضيح الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة، بما في ذلك نوع البحث، منهجه، وعينته، وأدوات جمع البيانات، مما يضمن تقديم رؤية شاملة حول كيفية معالجة الأزمات الصحية من خلال استراتيجيات الاتصال السياسي.

### 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

يواجه المجتمع والفرد العديد من الأزمات اقتصادية، سياسية، اجتماعية، فلا يكاد مجتمع يخلو منها حتى أنه يمكن القول أننا أصبحنا نعيش في عصر الأزمة، وكما يواجه الفرد تحديات تتعرض المؤسسات بصفة عامة إلى حالة طوارئ تزعزع استقرارها وتعرقل وظائفها، ويعتمد بقاء المنظمات ونجاحها وقدرتها على التكيف مع هذه التحديات وما ينتج عنها من تعقيدات على وجود اتصال سياسي قائم على الحوار ومناقشة المشاكل مع جمهورها الداخلي و البيئة الخارجية، و الذي يمثل جوهر العمليات التي تربط أجزاء المؤسسة ببعضها، حيث يساعد إلى حد كبير في الحفاظ على توازن واستقرار المؤسسة ويعتبر الاتصال السياسي من أهم العمليات التي تعتمد عليها الحكومات لتوصيل قراراتها والتأثير على الأفراد خاصة في أوقات الأزمات.

تعتبر أزمة كورونا (كوفيد) من أبرز الأزمات الصحية التي هددت أمن واستقرار المجتمعات البشرية والأنظمة الصحية عبر العالم، منذ ديسمبر حيث وجد العالم نفسه أمام جائحة تخطت الحدود الجغرافية للدول دون استثناء، والجزائر من بين الدول التي عرفت أزمة كورونا أواخر شهر فيفري 2020، وبالرغم من أن كوفيد 19 لم يكن أول الأزمات الصحية التي تواجه المجتمع الجزائري إذ عرفت البشرية عديد الأوبئة والأمراض عبر التاريخ، غير أن فيروس كورونا يعد من أعنف الفيروسات التي واجهتها المنظومة الصحية، نظرا لطبيعتها الفجائية ولصعوبة التحكم بمكان وزمان حدوثها، حيث ترك الفيروس بصمته في كل مناحي الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية،

ناهيك عن الأضرار النفسية التي خلفتها الشائعات والأخبار الزائفة التي يتم تداولها بين الأفراد، الأمر الذي أدى إلى خلق حالة من الشك خاصة في ظل نقص المعلومات عما إذا كانت هنالك أزمة بالفعل أو أنها ظاهرة مفتعلة.

وهو ما ألزم الحكومات والمنظمات الصحية الجزائرية بالتدخل لإزالة الغموض الذي يحوم حول الأزمة من خلال اتصال وزارة الصحة الجزائرية بجمهورها (الاتصال السياسي) والذي يعتبر ركيزة أساسية في إدارة الأزمات، لم له من أهمية بالغة في توفير معلومات صحيحة من مصادر موثوقة المواطنين وإعلامهم بالجهود والإجراءات التي تبذلها الوزارة في سبيل مواجهة فيروس كورونا، وينقل في نفس الوقت مطالب الجمهور وانشغالاته إلى المؤسسة. وهو أدى إلى ظهور إدارة الأزمات كأسلوب علمي يخفف من وتيرة الأزمة، ومن حالة عدم الاستقرار الذي خلفها انتشار هذا الفيروس، عن طريق البحث عن أساليب اتصالية لإدارتها.

ولأن الإدارة الناجحة للأزمات تتطلب التعامل مع الجائحة بشكل استراتيجي لجأت وزارة الصحة الجزائرية إلى إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية، من خلال توظيف استراتيجيات الاتصال السياسي التي تعبر عن مختلف الأساليب الاتصالية المعتمدة من قبل وزارة الصحة الجزائرية، تفاديا لسياسة التضليل والأخبار الكاذبة عن طريق نشر مختلف المعلومات المتعلقة بتطور الوضعية الوبائية بالجزائر، من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، حيث تؤكد العديد من الدراسات أنه في "أوقات الأزمات والطوارئ يتزايد إقبال المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات حول الوباء بشكل فوري" (علي عوجة، 2020، الصفحة 2432)، وعلى هذا الأساس لجأت وزارة الصحة الجزائرية إلى توظيف الفضاء الرقمي كوسيلة للتواصل مع الجمهور من خلال نشر كل ما يتعلق بالفيروس على مدار 24 ساعة بشكل دوري، وإعلامه بمختلف التدابير الوقائية بهدف توعية جمهورها، تعد إستراتيجية الاتصال السياسي ممارسة جد ضرورية في سبيل التواصل الدائم بين وزارة الصحة الجزائرية بمختلف إداراتها وفروعها وبين الجمهور قصد الحفاظ على السير الحسن لشؤون المجتمع من جهة ولإدارة الأزمة الصحية بنجاح من جهة أخرى.

وجاءت دراستنا الحالية الموسومة ب: إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات، بالجزائر دراسة تحليلية للأزمة الصحية - من خلال البحث عن الإجابة عن التساؤل الرئيس: ماهية

إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كورونا ؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

### I- التساؤلات الخاصة بفئة المضمون (ماذا قيل؟):

1- ما هي المواضيع التي استخدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا ؟

2- ما هي الأساليب الاتصالية التي استخدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية من خلال اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا ؟

3- ما هي الأهداف التي سعت إليها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية من خلال تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا 2020 ؟

4- ما هي وظائف الاتصال السياسي التي استخدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا؟

5- ما القوى الفاعلة التي وظفتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا ؟

6- ما اتجاه مضمون تعليقات الجمهور نحو إستراتيجية الاتصال السياسي التي طبقتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية لإدارة أزمة كورونا 2020؟

### II- التساؤلات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

7- ما هي الخصائص الشكلية للصفحة من حيث: طرق إخراجها ( بيانات أولية للصفحة، تصميم الصفحة، نوع الصور، أشكال التفاعلية، الخدمات التقنية).

8- ما هي الفنون الصحفية المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا 2020؟

9- ما هي اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية؟

10- ما هي أساليب نشر المحتويات التي استخدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في تطبيق إستراتيجية اتصالها السياسي المتعلقة بإدارة أزمة كورونا 2020؟

## 2- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث في أهمية الموضوع بحد ذاته، ومن ثم النتائج التي سيتوصل إليها، حيث تعرف على أنها: "مجموع الفوائد التي يمكن أن يضيفها البحث إلى المجتمع من الناحية النظرية والعلمية وبالتالي فإن أهمية البحث تكمن في إقناع الطرف الآخر بضرورة إجراء البحث (مُجد حسين و وآخرون، صفحة 42). ونعلم جليا أن أهمية أي دراسة تنبثق أساسا من أهمية المصطلحات التي تتعامل معها، وتدور دراستنا الحالية حول مجموعة مفاهيم أساسية وهي: إستراتيجية الاتصال السياسي، إدارة الأزمات، الأزمة الصحية، كما يكتسب الموضوع أهميته من خلال:

- تبيان الدور الذي قامت به وزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كوفيد 19 والاستجابات التي قدمتها المؤسسة منذ بداية الجائحة، خاصة أن هنالك نقص في الدراسات السابقة التي تم الاطلاع والوصول إليها والتي تناولت متغير إستراتيجية الاتصال السياسي خاصة وإدارة الأزمة الصحية بالجزائر تحديدا. وبالتالي تعتبر الدراسة الحالية إضافة علمية في بحوث إدارة الأزمات داخل المنظمات.

- معرفة استراتيجيات الاتصال السياسي المستخدمة في إدارة أزمة كورونا، من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك، وكيفية الاستفادة منها في إدارة الأزمات الصحية المستقبلية.

- كما تكن في الايجابيات والمزايا التي قدمتها الشبكات الاجتماعية للمؤسسات العمومية وخاصة موقع " الفيسبوك"، حيث أفاد هذا الأخير المؤسسات الصحية خاصة وزارة الصحة الجزائرية من إمكانية تطوير شبكاتها الاتصالية الداخلية والخارجية، ومرونة في تواصلها مع جمهورها بالأخص في ظل تفشي أزمة كوفيد 19 الصحية، أين كان لموقع فيسبوك دور بارز في إيصال المعلومة المناسبة للجمهور بفئاته المختلفة من خلال المراسلات الإلكترونية، أو عبر النشر من خلال موقع الصفحة الرسمية على منصة الفيسبوك.

- الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وتزايد عدد مستخدميها، جعل من الأهمية للمؤسسات التوجه لتوظيفها وتكييف المحتوى المنشور بطريقة تعمل على تحقيق أهداف واستراتيجيات المؤسسة.

## 3- أهداف الدراسة:

"يتوجب على الباحث عند دراسته لموضوع ما أن يحدد الأهداف التي يصبو اليها، والتي ستساعده في رسم خطة بحثه بطريقة سليمة تسهل عليه اختيار أدوات البحث المناسبة في عملية عرض البيانات ومناقشتها". (حمدي و سوطاح، 2019، صفحة 37). وتختلف الأهداف حسب نوع البحث العلمي ومنه تسعى هذه الدراسة إلى فهم ووصف الظاهرة المدروسة بتقديم إطار وصفي تحليلي لإستراتيجية الاتصال السياسي وإدارة الأزمة الصحية بالجزائر من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفيسبوك.

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في:

- معرفة شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في إدارة أزمة كورونا 2020. وتتفرع عن هذا الإشكال مجموعة أهداف فرعية تتمثل في:

- تحديد نوع المواضيع المتعلقة بأزمة كورونا 2020 التي تنشر عبر صفحة الرسمية لوزارة الصحة بالجزائرية.

- معرفة أهداف المضامين المتعلقة بأزمة كورونا 2020 التي تسعى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية إلى تحقيقها من خلال ما تم نشره.

- تبيان الوظائف السياسية (وظائف الاتصال السياسي) التي تضمنتها المضامين المنشورة بالصفحة.

- تحديد الفاعلين البارزين في إدارة أزمة كورونا 2020 من خلال الصفحة محل الدراسة.

- الكشف عن اتجاهات تعليقات الجمهور نحو مضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كورونا 2020.

- تبيان طبيعة اللغة المستخدمة في المضامين المنشورة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

- معرفة الفنون الصحفية التي تم عرض المضامين من خلالها.

- معرفة شكل المحتويات ( نصوص، صور، نص وصورة، نص وفيديو) التي تم نشرها في الصفحات عينة الدراسة.

#### 4- أسباب اختيار الموضوع:

من بين الصعوبات التي تواجه الباحث عند إجراء دراسة ما، هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية الأكاديمية، ويتحكم في هذا الاختيار عاملين أحدهما ذاتي ويطلق عليه أسباب ذاتية كترغبة الباحثة في تجسيد فكرة ما أو لميول شخصي للموضوع محل الدراسة، كما يمكن أن يكون الاختيار نتيجة لأسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي المعاش، وهذه الأخيرة دور مهم في إعطاء الباحث المحفز للاختيار السليم لموضوع يكون جديرا بالبحث.

ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ما يلي:

- وقوع موضوع هذه الدراسة في مجال تخصص الباحثة الأكاديمي.

- حداثة الموضوع محل الدراسة ونقص الدراسات حسب ما تم الاطلاع عليه وما تم الوصول إليه من قبل الباحثة التي تناولت موضوع إستراتيجية الاتصال السياسي وإدارة الأزمات وخاصة متغير الأزمة الصحية بالجزائر، مما يعطي جدة للموضوع.

- الرغبة في التعرف أكثر على ماهية الاتصال السياسي واستراتيجياته في إدارة الأزمات الصحية.

#### 5- مفاهيم الدراسة:

يواجه الباحث بعد تحديد مشكلة بحثه كثيرا من المفاهيم التي يجب عليه استخدامها في دراسته، وحتى يتجنب اللبس أو سوء الفهم والتفسير المتباين لبعضها، يتوجب عليه القيام "بتحديد ووصف عناصر بعض من المفاهيم و المصطلحات التي تحمل أكثر من معنى تحديد دقيقا والتي تشير إلى طبيعة الظواهر محل الدراسة، حيث تعد اللغة التي يتناولها المختصون في فرع من فروع المعرفة". (رشوان، 2003، الصفحات 214-215).

ومن أجل ذلك ارتأينا أن نتطرق في هذه الجزئية إلى البعض من المصطلحات والمفاهيم التي تضمنتها الدراسة، والتي لها علاقة ماسة بموضوعها وهي:

### 1-5- مفهوم الإستراتيجية:

قبل الشروع في الحديث عن الإستراتيجية كمفهوم تجدر بنا الإشارة نلخص إلى أن مصطلح إستراتيجية ظهر منذ القدم وارتبط بشكل كبير بمجال الحرب وليس بالحديث النشأة، ويعد مفهوما ديناميكيا استعمل في مجالات وميادين متعددة ولم يبقى مقتصرًا على مجال الحرب فقط وهو ما يفسر تعدد التعاريف واختلافها وسنحاول استعراض أهم التعاريف التي قدمت حول الاستراتيجية وفق الترتيب الآتي:

#### 1-1-5- لغة:

كلمة إستراتيجية مأخوذة من الكلمة اليونانية *Stratégos* بمعنى فن الحرب، حيث نجد أن مفهومها ارتبط بشكل كبير بالخطط العامة في المعارك. (Alain , Xavier, & Vanessa, , p.8) ومنه يصبح معنى كلمة إستراتيجية " عمل القائد" أو " فن الجنرال" في اللغة الإغريقية القديمة، وقد وجدت هذه الكلمة مكتوبة في إحدى العملات المعدنية في أثينا عام 508م. (مرزقلا، 2009-2010، صفحة 26).

#### 2-1-5- اصطلاحا:

تعرف الإستراتيجية بأنها: " خطط وأنشطة المؤسسة التي يتم وضعها، بطريقة تضمن خلق درجة عالية من التطابق بين رسالة المؤسسة وأهدافها وبين الرسالة والبيئة المحيطة، لتحقيق أداء المؤسسة بفعالية وكفاءة عالية." (بن حبتور، 2007) .

- المجال العسكري: " وتعني أساليب القائد العسكري بمعنى خطته لتحقيق النصر على العدو. (حجاب، 2004، صفحة 49)

- المجال السياسي: " تعني فن استخدام القوة للوصول إلى أهداف سياسية. (مُجد فهمي، 2006، صفحة 17)

- المجال الإداري: " يقصد بها إعداد الأهداف والغايات الأساسية طويلة الأجل للمؤسسة، واختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ الأهداف والغايات". (بوهلة، 2011-2012، صفحة 17).

- المجال الاقتصادي: تعرف على أنها "خطة موحدة وشاملة ومتكاملة، تربط بين المنافع الإستراتيجية للشركة مع التحديات البيئية، وهي معدة بشكل يؤكد على قدرة الشركة على تحقيق الأهداف الرئيسية". (علي فلاح، 2009، صفحة 105)

وتستخدم الإستراتيجية كمفهوم في مجال الإعلام "وتعني حسب معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال بأنها: "الخطط والوسائل التي تسعى إلى معالجة الموضوع الكلي لصراع أو مشكل، من أجل تحقيق هدف يتعذر تنفيذه من دون تصميم وتخطيط". (مي العبد، 2014، صفحة 40).

ويتم تقسيمها حسب مدة تنفيذها إلى: (deplan academy)

الاستراتيجية طويلة المدى: وهي التي تغطي مدة خمس سنوات، وتكون من مسؤولية طاقم الإدارة العليا ويشمل كافة أنشطة المنظمة، أو المؤسسة، وتتناول تصميم الأهداف وتحديد وسائل بلوغها.

الإستراتيجية متوسطة المدى: وتغطي من أكثر من سنة، حتى ثلاث سنوات، وهي مسؤولية الإدارة الوسطى. وتهدف لتحويل الإستراتيجية إلى خطط فرعية على نطاق كل وظيفة من وظائف المنظمة، ويراجعها وموازنتها وسياساتها.

الإستراتيجية قصيرة المدى: وهي التي يمارسها المنفذون في مستوى الإدارة المباشرة (الدنيا)، ورؤساء الأقسام على مدى سنة. ويغطي نطاقه مستوى الإدارة أو القسم... الخ. (deplan academy)

من خلال ما سبق عرضه من تعاريف يمكن القول أن التوازن بين الاستراتيجيات قصيرة المدى وطويلة المدى، يعد أمراً ضرورياً، وذلك لتحقيق النجاح في عملية الاتصال السياسي، حيث تعمل الاستراتيجيات قصيرة المدى على الاستجابة السريعة للتغيرات، من خلال ضمان التواصل الفوري مع الجمهور، وكذا الردود السريعة على مختلف الاستفسارات لتجنب الوقوع في الشائعات وغيرها، بينما تضمن الاستراتيجيات طويلة المدى استدامة التأثير وبناء الثقة مع الجمهور، وهو ما تبنته وزارة الصحة الجزائرية من خلال منشوراتها عبر الصفحة الرسمية لها على موقع الفيسبوك.

### 5-3-1- التعريف الإجرائي:

من خلال عرضنا لمفهوم الإستراتيجية في سياقاتها المختلفة نخلص إلى أنه وبالرغم من تعدد مجالات استخدام المفهوم، غير أن التعاريف السالفة الذكر أجمعت في غالبيتها على أنها مجموعة خطط وأساليب التي تتبعها المؤسسات لتحقيق غايات وأهداف. وهو ما ينطبق على موضوع الدراسة الحالية

حيث يتبلور مفهوم الإستراتيجية إجرائيا في دراستنا باعتبارها: " مجموعة الأساليب الاتصالية والخطط التي تقوم بها وزارة الصحة الجزائرية ومختلف الفاعلين بالمجتمع من رجال الدين، الجيش الأبيض، وزير الصحة ونوابه، المجتمع المدني، لإدارة أزمة كورونا 2020 بالجزائر من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، بهدف إعلام و توعية الجمهور للخروج من الأزمة وتقليل الأضرار المحتملة.

## 5-2- مفهوم الاتصال السياسي

### 5-2-1- التعريفات الاصطلاحية: وفيما يلي سنحاول أن نستعرض بعض التعاريف المختلفة

المقدمة من قبل المختصين والباحثين حول الاتصال السياسي وهي كالتالي:

- يعرفه الدكتور سعد بن سعود البشر في كتابه مقدمة في الاتصال السياسي: " بأنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب، والذي يعكس أهداف سياسية محدد تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب، من خلال وسائل الاتصال المتعددة". (البشر، 1429، صفحة 19).

- وحسب حمدان المصالحه " هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يزاؤها القائمون بالعملية الاتصالية، من أجل تحقيق أهداف سياسية وينصب جوهره على إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات والآراء لدى الجمهور المستقبل لتحقيق أهداف معينة يسعى لها القوائم بالعملية الاتصالية". (بوعون، 2016، صفحة 105).

ينظر هذا المفهوم إلى الاتصال السياسي باعتباره علما على خلاف باقي التعاريف التي اعتبرته نشاطا اتصاليا.

- في حين عرفه **Jean Mideau**: بأنه الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال، أو الطريقة التي تقوم فيها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة. (عطاء الله، 2019، صفحة 7).

- وحسب **Dominique Walton**: الفضاء الذي يتم فيه تبادل الحوارات المتضاربة بين ثلاثة أطراف فاعلة والتي تحظى بالشرعية للتعبير والحديث علنا في السياسة، وتمثل هذه الأطراف في: رجال السياسة، الإعلاميين، والرأي العام عبر الاستطلاعات. (Mucceheille, p.22).

وقد ركز هذا المفهوم على الفاعلين الأساسيين في العملية الاتصالية.

-وحسب **Jean Marie Cotteret** فإنه يضع تصورا نظريا يمكن اعتباره وظيفيا للاتصال السياسي حيث يقول في هذا الصدد بأنه: تبادل للأفكار والمعلومات بين الحاكم والمحكومين بوسائل رسمية أو غير رسمية إما لتمكين من السلطة أو لممارستها وهو يلبي المطالب ويستجيب على وجه الخصوص لحاجة معينة وهي تأمين الرابط بين الحاكم والمحكومين، ذلك أن الحاكم يريد أن يجعل قراراته مقبولة، وكل محكوم يسعى إلى أن يصوغ ويشكل حاجاته ويجعل الآخرين يوافقون عليها وهذا لن يتم إلا بالاتصال أي التبادل. (بوعمامة و مساهل، 2018، الصفحات 9-10).

ويعتبر هذا المفهوم أكثر شمولية قدما شرحا شاملا للاتصال السياسي ووسائله، مع إبراز الهدف منه.

**5-2-2- إجرائيا:** هو النشاط الذي يحدث في البيئة الصحية والذي تقوم به وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر شبكة الفايسبوك، لإيصال مستجدات ومعلومات متعلقة بالأزمة الصحية وتتخذ من موقع التواصل الاجتماعي منبرا لإيصال صوتها إلى جمهورها، وتشارك في عملية الاتصال فئة الإعلاميين ويستعمل كلا الطرفين وسائل الاتصال الجماهيرية لتحقيق أهدافهم الاتصالية.

### 5-2-3- التعريف الإجرائي لإستراتيجية الاتصال السياسي:

يقصد بها في هذه الدراسة مجموع الأساليب الاتصالية التي اعتمدها وزارة الصحة بالجزائر في إدارتها لأزمة كوفيد 19 من خلال صفحتها الرسمية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

### 5-3- الأزمة: crisis

**5-3-1- لغة:** أخذت الأزمة في اللغة العربية من الفعل أزم وأزمات تعني الشدة والقحط، والأزمة هي المضيق ويطلق على كل طريق بين جبلين مأزم. (قطيش، 2009، صفحة 24)

هي ترجمة للكلمة الإنجليزية **crisis** ويعرفها قاموس **Héritage** بأنها: "حالة خطيرة وحاسمة أو نقطة تحول، كما أنها أوضاع غير مستقرة في الشؤون السياسية أو الثقافية والتي يوشك أن يحدث فيها تغيير حاسم. (حمدان، 2007، صفحة 17).

**5-3-2-اصطلاحاً:** يقول **Coral Bill** " إن الكثير من الدراسات التي نشرت خلال الأعوام الخمسة عشر الماضية حول مفهوم الأزمة، وحاولت معالجة هذا المفهوم قد زادت من صعوبة الوقوف على حقيقة معناه، والسبب في ذلك ما قامت به عملية التطور التاريخي من توسع لنطاق استخدامه، حيث أصبح يطلق على العديد من المواقف المختلفة". (الحوامدة، 2003، صفحة 33)

انطلاقاً من ما كتبه **Coral Bill** يتضح لنا أن مفهوم الأزمة هو مفهوم ديناميكي واسع الاستخدام لا يقتصر على حدث معين ولا تخصص بعينه حيث تم تداول المفهوم في شتى الميادين والعلوم الاجتماعية، والاقتصادية، السياسية... الخ، وبالتالي يصعب الجزم بوجود مفهوم واحد موحدة للأزمة، وهو ما يفسر لنا تعدد المفاهيم التي قدمت حوله. وسنحاول في هذه الجزئية تقديم أهم التعاريف التي قدمت لمفهوم الأزمة والتي لها علاقة مباشرة مع أيعاد الدراسة.

- تعرف الأزمة من منظور الاتصال: " موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلمي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين". (مكاوي، 2005، صفحة 49)

- في المفهوم السياسي: " هي الموقف الذي يؤدي إلى استخدام القوة العسكرية في المواجهة أو التوصل إلى حل بين الأطراف". (الصبري، 2005، صفحة 14)

- من الناحية الإدارية: "تعتبر الأزمة عن موقف أو حالة يوجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية لدولة، مؤسسة، مشروع... الخ، تتلاحق فيها الأحداث وتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معه متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية" (صادق، 2007، صفحة 84).

- ومن المنظور الاجتماعي فتعرف الأزمة حسب أحمد بدوري بأنها: "توقف الأحداث المنتظمة والمتوقعة واضطراب الأحداث والعرف، مما يستلزم التغير لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة". (بدوي، 1982، صفحة 82)

وبالرغم من عدم وجود مفهوم شامل متفق عليه للأزمة وهذا ما لاحظناه من خلال التعاريف المختارة إلا أن أغلبها يتفق في كونها حالة حرجة تصيب المؤسسات باختلاف طبيعتها ونشاطها فسواء كانت أزمة سياسية بين الدول أو أزمة اقتصادية، صحية.. الخ يبقى الخطر واحد يستدعي التدخل الفوري لمواجهتها.

4-5- إدارة الأزمة: قبل التطرق لمفهوم إدارة الأزمة تجدر بنا الإشارة إلى مفهوم الإدارة كون المفهوم مركب من كلمتين إدارة وأزمة.

1-4-5- الإدارة: 'Management' تعرف الإدارة بأنها تنظيم وتنسيق الأنشطة في منظمة ما بغرض تحقيق الأهداف المرغوب في تحقيقها. (الفقيه، 2012، صفحة 35).

#### 2-4-5- إدارة الأزمة 'crisis management'

يقصد بها: "تلك العملية التنظيمية والإدارية التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة، عن طريق رصد المتغيرات الداخلية والخارجية المولدة للأزمات، وتعبئة كافة الجمهور والإمكانات المتاحة للتعامل معها بما يحقق أقل قدر ممكن من الأضرار مع ضمان استعادة الأوضاع الطبيعية في أسرع وقت وبأقل تكلفة ممكنة". (عثمان، 2004، الصفحات 122-123)

في حين عرفها كل من **Rudwall و Larsson** بأنها: "مجموعة الوظائف أو العمليات المعتمدة من قبل المنظمة للتعرف والدراسة والتنبؤ بموضوع الأزمة". (Rudwall & Larsson , 2010, p. 2).

وهي أيضا: "عملية إدارية مقصودة تقوم على التخطيط والتدريب بهدف التنبؤ بالأزمات، والتعرف على أسبابها الداخلية والخارجية وتحديد الأطراف الفاعلة والمؤثرة فيها، واستخدام كل الإمكانيات والوسائل المتاحة للوقاية من الأزمات أو مواجهتها بنجاح بما يحقق الاستقرار". (مقيش، 2020، صفحة 123).

والملاحظ على هذا التعريف أنه يغلب عليه طابع الشمولية حيث يشترك مع باقي التعاريف المقدمة في كون إدارة الأزمات عملية إدارية منظمة مقصودة هادفة، غايتها الحفاظ على استقرار المنظمة والمجتمع.

إجرائيا: هي مجموع النشاطات والجهود الاتصالية التي تقوم بها وزارة الصحة الجزائرية لمواجهة أزمة كورونا الصحية وتشمل جميع الأنشطة المنشورة عبر صفحاتها الرسمية بالفايسبوك من حملات تحسيسية مختلفة وحملات تلقيح... الخ.

5-5- مفهوم الأزمة الصحية: **Health crisis** "تعني تعرض المجتمع لمشكلات صحية وظروف وأحداث تنطوي على مخاطر وصراعات، وتهديد واضح لصحة المواطنين بالمجتمع نتيجة لتفشي الأمراض

الوبائية، مما يتطلب التدخل السريع لمواجهة هذه الأمراض لإعادة التوازن والاستقرار للمجتمع مرة أخرى" (زيدان، 2020، صفحة 30).

وتعني كذلك: "تلك الأزمات التي تحدث بشكل مفاجئ أو متسارع في قطاع الصحة، وتتسبب في حدوث خسائر في الأرواح نتيجة الأمراض أو كوارث طبيعية في منطقة معينة أو في العالم أجمع". (جدو، 2022، صفحة 7).

**5-6- مفهوم إدارة الأزمة الصحية تعني:** "مجموعة من الإجراءات والقرارات وفق مجموعة من الأدوات والأساليب العلمية، تهدف لمنع وقوع أزمات صحية، والاستعداد للتعامل معها في حال حدوثها". (بوراس و بلخير، 2021، صفحة 37).

كما تعني "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، تحليل البيانات، إعداد خطة المواجهة، تنفيذ هذه الخطة لإدارة الأزمة بنجاح". (أمال اسماعيل، 2020، صفحة 30)

## 6-الدراسات السابقة:

يعتبر البحث العلمي سلسلة مترابطة الأجزاء ولا بد على الباحث العلمي من الاستعانة على البحوث والدراسات التي تناولت نفس الظاهرة التي تم اختيارها كموضوع للبحث، حيث تشكل هذه الأخيرة إطارا معرفيا أساسيا لأي باحث فهي تمكنه من الاطلاع على التراث النظري الذي تم تناوله حول موضوع البحث سابقا وتحدد معالم بحثه وكما هو معلوم أن البحث العلمي لا ينطلق من فراغ ولا يأتي من عدم فكل دراسة هي امتداد لسابقتها في مكان وزمان مختلف، لذا وجب على أي باحث قبل الشروع في بحثه الاطلاع على ما كتب حول موضوعه من أبحاث حيث وعليه تعرف بأنها: "مسح علمي منظم يقوم به الباحث لم سبق وأن أجري من بحوث ودراسات في المجال الذي يقوم بدراسته" (التائب، 2018، صفحة 204).

ومن خلال بحثنا حول موضوع إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات الصحية بالجزائر تحصلنا على بعض الدراسات العربية والجزائرية والأجنبية، التي كتبت في هذا المجال وعمدنا إلى اختيار الأقرب إلى دراستنا والتي تساعدنا في الإلمام بموضوع بحثنا نظريا وتطبيقيا وفي توفير المادة العلمية من مراجع ومصادر تخدم موضوعنا، حيث تم عرض هذه الدراسات والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية

من خلال عرضها في ثلاثة محاور: محور خاص بالدراسات العربية وآخر خاص بالدراسات الجزائرية والمحور الثالث خص بالدراسات الأجنبية، وفيما يلي نقدم عرضاً لهذه الدراسات مع الإشارة إلى أبرز ملامحها، ثم تبيان جوانب الاتفاق والاختلاف بينهما، ثم نوضح الفجوة العلمية من خلال التعرف على اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، وأخيراً عرض جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في إنجاز الدراسة الحالية، وذلك في حدود اطلاع الباحثة.

من خلال ترتيبها بطريقة كرونولوجيا زمنية من الأقدم إلى الأحدث وقد جاءت على النحو التالي:

### 6-1- الدراسات الجزائرية:

✍️ الدراسة الأولى: رسالة ماجستير بعنوان: "الاتصال السياسي في الجزائر من خلال نظام الرسائل المفتوحة، دراسة وصفية تحليلية ونسقية للجرائد: الخبر، الشعب، Le matin" أنجزت في سنة 2002. (بودهان، 2002)

عالجت الدراسة نظام اتصال الرسائل المفتوحة بمدخلاته (الرسائل) ومخرجاته (الردود)، والذي يعتبر أحد تقنيات الاتصال السياسي الحديثة التي انتشر وتوسع استخدامها بشكل يثير التساؤل، إذ تمكن هذه التقنية من إقامة علاقات الاتصال بين المواطنين (المحكومين)، والسلطات والشخصيات السياسية باختلافها وتعتبر قناة تبادل المعلومات بين الطرفين، وتلخصت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الذي جاء كالتالي: ما طبيعة العلاقة الارتباطية الموجودة بين مضامين مدخلات نظام اتصال الرسائل المفتوحة ومخرجاته (الردود)، المنشورة في اليوميات "الخبر، الشعب، Le matin" الصادرة سنة 2021؟ بوصف هذا النظام تقنية من تقنيات الاتصال السياسي في الجزائر؟ يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق أو نفي مجموعة من الفرضيات، تتمثل في:

1- إن الاتصال السياسي في الجزائر من خلال نظام الرسائل المفتوحة هو اتصال ثنائي الاتجاه (تفاعلي) بين الحاكم والمحكوم، أي يوجد تبادل بين طرفي الاتصال.

2- إن السمات والمظاهر السلبية والمرضية (كالتسيب البيروقراطي، المحسوبية، تحيز الإدارة) هي البارزة والظاهرة بقوة في مضامين المدخلات والمخرجات.

3- تشير أغلب الرسائل المفتوحة إلى الفساد المنتشر في كل المستويات الإدارية في الجزائر، بينما تعتبر المخرجات مجرد توضيحات، وليست استجابة وتحقيقاً لمطالب مرسلي الرسائل.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمدت هذه الدراسة على المقاربة النسقية (النظمية) في التحليل، وتم جمع البيانات بأداة تحليل المضمون ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استمارة تحليل المضمون، بالاعتماد على العينة القصدية، حيث قام باختيار 30 وحدة للتحليل في الفترة الزمنية الممتدة من 1 جانفي إلى 31 ديسمبر 2001. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- 1- وجود تنوع في أصناف المرسلين فليس الذكور فقط هم من يرسلون الرسائل بل وحتى الإناث.
- 2- كشفت الدراسة أن الجمهور المستهدف من محتويات الرسائل أن الشخصية التي وجهت إليها المدخلات بدرجة كبيرة هي شخصية رئيس الجمهورية بنسبة 20.86 بالمائة.
- 3- كشفت الدراسة التحليلية الخاصة بفئة الأهداف أن هنالك تنوع في الأهداف المتضمنة في محتويات المدخلات الخاصة بالعينات المدروسة حيث تضمنت كل رسالة أكثر من هدف وأبرزها هو المطالبة بالتدخل لإصلاح وتغيير الوضع الحالي والهدف الثاني الذي احتوته الرسائل وجاء التالي من حيث قوة الظهور هو المطالبة بفتح تحقيق في القضية.

**التعليق على الدراسة:** تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في التركيز على مفهوم الاتصال السياسي في الجزائر، وتختلفان من حيث مجتمع البحث المتمثل في جريدتي الشعب، الخبر، le matin بالنسبة للدراسة والصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية بالنسبة لدراستنا الحالية.

ومن بين الاختلافات التي سجلناها بين الدراستين إلى جانب ما سبق هو اختلافهما من حيث العينة حيث اعتمدت الدراسة على العينة قصدية في حين اتبعت الدراسة الحالية الأسبوع الصناعي.

هذا وتوافقت الدراستين في كل من: نوع الدراسة وأداة البحث والمتمثلة في تحليل المضمون والمنهج، والمقاربة النظرية للدراسة حيث تبنت الدراستين المقاربة النسقية (تحليل النظم) وتم الاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة خاصة ما تعلق منها بمتغير الاتصال السياسي في الجزائر كما، ساعدت الباحثة في الوصول إلى بعض الدراسات السابقة للموضوع الحالي محل الدراسة وسمحت لنا بالتعمق أكثر في الموضوع بصفة عامة وخاصة ما تعلق وبتغير الاتصال السياسي والتي اعتمدناها كمراجع أثرت بحثنا في هذا المجال، كما ساعدتنا في تعميق المعارف حول المقاربة النسقية وهو ما سهل علينا عملية توظيفها وإسقاطها لاحقا على موضوع البحث، وكذا بناء تصور عام للإشكالية الحالية.

وإثراء الجانب الميداني للتحليل.

الدراسة الثانية: رسالة ماجستير بعنوان: "الاتصال السياسي في الجزائر المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخبر والشعب أنموذجا". أنجزت سنة 2013-2012. (بن صالح، 2012-2013)

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال وذلك من خلال تحليل محتوى بعض مقالات الجرائد وما تحمله هذه الأخيرة من محتويات إعلامية. وقد اعتمد الباحث على تحليل المحتوى كمنهج.

اقتضت طبيعة الدراسة وأهدافها تحديد مجتمع البحث الذي تأخذ منه العينة، وهو صحيفتين ناطقتين باللغة العربية الخبر كصحيفة خاصة والشعب كصحيفة عمومية للوقوف على كيفية تعاملها مع مرض الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وعلاجه بمستشفى فال دو غراس بفرنسا سنة 2005، وقام الباحث باختيار أفراد العينة بطريقة عمدية أو ما يعرف بالعينة القصدية تمثلت في 15 مقال في الفترة الممتدة 26 نوفمبر 2005- 6 ديسمبر 2005.

تدور مشكلة الدراسة في البحث عن الدور الذي تقوم به الصحافة المكتوبة الخاصة في تنوير الرأي العام على هامش الحرية التي كانت تتمتع بها وهو ما دفع بالرئاسة إلى الاستعانة بها كوسيلة لتقديم معلومات تخص الوضع الصحي للرئيس لطمأنه الرأي العام الداخلي، في مقابل عجز وسائل الإعلام العمومية وخاصة المكتوبة منها في دحض الشائعات التي كانت تروج لموت ومرض الرئيس بالسرطان حيث استغلّت هذه الأخيرة ضعف منظومة الاتصال إلى جانب افتقاد الحكومة لناطق رسمي، ومنه جاءت هذه الدراسة كمحاولة لدراسة محتوى بعض مقالات الجرائد وعقد مقارنة بين صحيفتي الخبر الخاصة والشعب العمومية.

وتتلخص إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدى مساهمة الصحافة الخاصة كجريدة الخبر في تدارك غياب إستراتيجية اتصال سياسي لدى السلطة السياسية في الجزائر، من خلال الدفاع عن رئيس الجمهورية خلال فترة علاجه؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

1- لماذا عجز الاتصال الرسمي في التصدي للإشاعات والحملة الإعلامية التي استهدفت رئيس الجمهورية والدولة الجزائرية؟

2- هل هامش الحرية الذي حققته الصحافة الخاصة على غرار جريدة الخبر، سمح لها بالرد على هذه الحملات الإعلامية؟

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- جل المقالات المنشورة في جريدتي الخبر والشعب كتبت بالبنط العريض من أجل شد انتباه القارئ حول حدث مرض الرئيس، في حين طغت التقارير على العينة المختارة للدراسة في مقابل الأنواع الصحفية الأخرى التي كان حضورها محتشم.

2- أن الأنظمة السياسية المتسلطة التي تفتقد إلى إستراتيجية اتصال سياسي هي الأكثر عرضة للحملات الإعلامية الخارجية والشائعات، وكلما كان النظام ديمقراطي وشفاف زادت مناعته..

3- أثبتت عملية تحليل المقالات حسب فئتي: كيف قيل؟ وماذا قيل؟ بأن جريدة الخبر نجحت في معالجة قضية مرض الرئيس ونقله للعلاج في فرنسا بتقديم معلومات يومية، ومن مصادر مختلفة رسمية وغير رسمية.

4- اتضح أن جريدة الخبر لعبت دورا فعلا في تدارك العجز في الاتصال الرسمي من خلال تعاطيها مع الملف الصحي للرئيس، بعد نقله للعلاج بفرنسا عن طريق إلمامها بجميع جوانب الموضوع بتقارير إخبارية، مقالات تحليلية... الخ.

**التعليق على الدراسة:** هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل موضوع الاتصال السياسي في الجزائر من خلال المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخبر والشعب أنموذجا، واتفقت الدراستين في نوع الدراسة الأداة والمنهج المستخدم حيث اعتمدت الدراستين على منهج تحليل المحتوى، إضافة إلى تناولهما لمتغير الاتصال السياسي في الجزائر، غير أن الدراستين اختلفتا في مجتمع البحث والعينة وقد تم الاستفادة منها في بناء وهيكل الإطار النظري للدراسة الحالية، كما تم الاعتماد على بعض من مراجعها في الجانب التطبيقي بما يضمن عمقا في التحليل.

الدراسة الثالثة: رسالة دكتوراه بعنوان: " دور الاتصال السياسي في التنشئة السياسية للشباب الجزائري يومية الخبر والتلفزيون الجزائري أمودجا-دراسة تحليلية وميدانية" أنجزت في سنة 2018-2019. (بومشعل، 2018-2019)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال السياسي الذي تمارسه وسائل الإعلام الوطنية محل الدراسة في التنشئة السياسية للشباب الجزائري، وقد تحددت المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي الآتي: هل يساهم الاتصال السياسي في الذي تمارسه وسائل الإعلام الوطنية في التنشئة السياسية للشباب الجزائري؟

وتفرعت عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الخاصة بالدراسة التحليلية وأربع فرضيات خاصة بالدراسة الميدانية.

واعتمد الباحث في معالجة مشكلة دراسته على المنهج الوصفي، كما استعان بتحليل المضمون كأداة بحثية وكذا الاستبيان الموجه لدراسة جمهور وسائل الإعلام الوطنية، وتمثل مجتمع البحث في المضامين السياسية التي تبثها نشرة أخبار الثامنة بالتلفزيون الجزائري ومضامين السياسية لجريد الخبر، وبالنسبة لعينة الدراسة التحليلية اختار الباحث العينة الدائرية المنتظمة، وبالنسبة لعينة الدراسة الميدانية اختار الباحث العينة القصدية قوامها 270 مبحوث من جمهور يومية الخبر و230 مبحوث من جمهور التلفزيون الجزائري.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

1- بينت الدراسة أن وسائل الإعلام الوطنية عينة الدراسة لا تدفع الشباب الجزائري إلى المشاركة السياسية.

2- كشفت الدراسة أن أهم المواضيع السياسية التي يهتم بها أفراد العينة عبر وسائل الإعلام الوطنية محل الدراسة تتمثل في النشاطات السياسية لأعضاء الحكومة الجزائرية، القضايا الأمنية، القضايا القانونية، في حين كشفت الدراسة أن المبحوثين لا يهتمون كثيرا بمعرفة الأخبار المتعلقة بالعلاقات الدبلوماسية

3- كشفت الدراسة عن تنوع الوظائف السياسية التي تقوم بها كل جريدة الخبر اليومي وكذا التلفزيون الجزائري من خلال نشرة الأخبار الرئيسية.

- تبين أن أهم الشخصيات السياسية الأكثر حضوراً في المضامين السياسية ليومية الخبر هي القيادات الحزبية، الوزراء، فيما يتعلق بالتلفزيون الجزائري فتتمثل الشخصيات في: الوزراء، رئيس الجمهورية.

**التعليق على الدراسة:** هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال السياسي الذي تمارسه وسائل الإعلام الوطنية في التنشئة السياسية للشباب الجزائري، وتهدف دراستنا إلى التعرف على شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمة الصحية، وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أداة البحث وكذا استخدامها المنهج الوصفي وعينة الدراسة التحليلية، إلى جانب تناولها لمتغير أساسي في دراستنا والمتمثل في الاتصال السياسي في الجزائر، ومن ناحية أخرى تختلف الدراسات من حيث الإشكالية المطروحة ومجتمع البحث حيث تمثل مجتمع البحث في دراستنا في منشورات وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك، في حين تمثل في المنشورات السياسية التي تبثها محطة التلفزيون العمومي ويومية الخبر ، وقد تم الاستفادة منها في بناء الإشكالية وإثراء الجانب النظري كما استفادت الباحثة من المراجع التي اعتمدت عليها الباحث في هذه الدراسة، وفي تصميم بعض فئات استمارة تحليل المحتوى، إلى جانب الاستفادة منها في الجانب التطبيقي للدراسة التحليلية بالرجوع إلى بعض نتائجها لتدعيم التحليل الخاص بنا.

## 6-2- الدراسات العربية

✍️ **الدراسة الأولى:** رسالة دكتوراه للباحث سعد بن سعود بن عبد العزيز آل سعود بعنوان **"الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع السعودي"**. (سعد بن سعود، 2002)

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الكمية التي تهتم بالتعبير الرقمي عن البيانات اللازمة، وقد استخدمت الأسلوب الوصفي الذي يهدف بدوره إلى وصف ودراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والقضايا القائمة، وتم ذلك من خلال وصف وتحليل المضمون السياسي لوسائل الإعلام السعودية باعتماد على كل من استمارة تحليل المضمون والاستبيان كأداتين رئيسيتين للدراسة ، وطبق الباحث العينة العشوائية الطبقية شملت جميع المواد الصحفية والأخبار والبرامج التلفزيونية المتعلقة بالموضوعات السياسية وقسمها الباحث حسب نوعها إلى ثلاث عينات، عينة الصحف بلغت 240 عدد، عينة التلفزيون واختار الباحث النشرة الإخبارية المسائية الرئيسية إلى جانب برنامجين حواريين الوحيدين المتوفرين وهما برنامج وجهها لوجه وبرنامج معكم على الهواء وقد كان إجمال حجم العينة بـ 20 نشرة

إخبارية في مقابل 14 حلقة من كلا البرنامجين، في حين تمثلت عينة الجمهور في الأفراد المنتسبين إلى القطاع الحكومي والخاص وشمّلت كل من طلبة جامعيين وأساتذة... الخ وقدّر عددهم بـ 1000 مفردة تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم.

وتدور مشكلة الدراسة حول الأهمية التي تقوم بها وسائل الإعلام في نشر المعرفة السياسية ومساهمتها في التنشئة السياسية للفرد داخل المجتمع، وهو ما يجعلها عامل تأثير على المواطن السعودي من ناحية تكوين اتجاهاته وقيمه السياسية.

وتتلخص مشكلة الدراسة حسب ما أورده الباحث في مجموعة من النقاط تتمثل في:

1- التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودي ومصادره.

2- التعرف على طبيعة الأفكار وكذا القضايا السياسية لدى الجمهور ومصادره في ذلك وعلاقته بوسائل الإعلام السعودية.

3- معرفة مدى تلبية وسائل الإعلام السعودية لاهتمامات الجمهور السياسية والعوامل المؤثرة في ذلك .

وللإجابة عن هذه الإشكالية تقتضي طبيعة الدراسة تقسيمها إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية حتى يسهل علينا الإجابة عنها لاحقاً، وقد ارتئي الباحث في هذه الجزئية إلى تبويب التساؤلات الفرعية الخاصة بموضوع بحثه إلى ثلاث فئات أساسية تشمل:

أولاً: تساؤلات خاصة بمضمون وسائل الإعلام أدرج فيها مجموعة تساؤلات تتعلق أساساً بطبيعة الأهداف التي يسعى المضمون السياسي لوسائل الإعلام لتحقيقها، والتقصي عن طبيعة مصادره وكذا الأساليب الإقناعية المعتمدة في ذلك ويختتم بسؤال عن مدى مشاركة كل من الجمهور والدولة في مناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام؟

– ثانياً: تساؤلات خاصة بالجمهور: حاول الباحث من خلالها معرفة الأهداف الذي يسعى إليه الجمهور لتحقيقها من خلال تعرضه للمضمون السياسي، وأبرز القضايا التي يركز عليها وأي المصادر يعتمد؟

– ثالثاً: تساؤلات خاصة بالعلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور: خصها للبحث عن مدى تلبية وسائل الإعلام اهتمامات الجمهور السياسية بالدرجة الأولى.

وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

1- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية، باستخدام معامل الارتباط سيرمان بأن الارتباط بين أجندة الجمهور في ترتيبه للقضايا ذات الأهمية، وبين أجندة الصحف السعودية كان طرديا أي أن اهتمام الصحافة بالقضايا يختلف عن اهتمام الجمهور بتلك القضايا.

2- كما أظهر الارتباط بين أجندة الجمهور وأجندة التلفزيون طرديا مما يشير إلى اختلاف إلى حد ما مع اهتمامات الجمهور.

3- جاءت مجموعة الأهداف المرتبطة بتوضيح موقف الدولة ودعم مشروعية النظام السياسي في مراتب متقدمة على قائمة أهداف الصحف والتلفزيون، في حين لم تظهر هذه الأهداف على قائمة أهداف الجمهور.

**التعليق على الدراسة:** تتوافق هذه الدراسة ودراستنا الحالية في تناولهما لمتغير أساسي في الدراستين وهو الاتصال السياسي، حيث استهدفت الدراسة وصف وتحليل المضمون السياسي لوسائل الإعلام السعودية، وأهميته في التنشئة السياسية للأفراد داخل المجتمع، واتفقت الدراستين في نوع الدراسة في شقها التحليلي والمنهج وكذا اعتماد أداة تحليل المحتوى، غير أن الدراستين اختلفتا في كل من : مجتمع البحث والعينة الخاصة بالتحليل، منظور الدراسة، وبالرغم من هذه الاختلافات إلا أنه تم الاستفادة من هذه الدراسة في تدعيم الجانب النظري بالمراجع والتراث النظري المتعلق بمتغير الاتصال السياسي للدراسة الحالية من خلال الاعتماد على بعض المراجع التي استخدمها الباحث في دراسته، وهو ما سمح للباحثة بتعميق المعارف أكثر حول ماهية الاتصال السياسي.

✍️ **الدراسة الثانية:** مقال للباحثة نرمين علي عجوة بعنوان "استراتيجيات اتصالات

المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا" نشر في سنة 2020.

(علي عجوة، 2020)

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الوصف والتحليل والتفسير للمشكلة البحثية، اعتمدت الباحثة في إطارها على منهج المسح من خلال مسح الدراسات السابقة والتراث العلمي، فضلا عن مسح مضمون منشورات صفحتي وزارة الصحة والسكان المصرية والمتحدث الرسمي باسمها على موقع الفيس بوك، بغية التعرف على استراتيجيات اتصالات المخاطر التي تم استخدامها من طرف مجتمع البحث السالف الذكر في مواجهة جائحة كورونا، كما اعتمدت الباحثة على استمارة

تحليل المضمن بشقيه الكمي والكيفي كأداة للدراسة لمنشورات وزارة الصحة والسكان المصرية، وحددت العينة الزمنية بـ 6 أشهر من 1 يناير 2020 إلى 20 يونيو 2020 وذلك حتى تغطي المراحل الثلاث للأزمة.

تدور إشكالية الدراسة في محاولة التعرف على أهم استراتيجيات اتصال المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية، في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء جائحة كورونا في المراحل المختلفة للأزمة.

وللإجابة عن هذا الإشكال انطلقت الباحثة من مجموعة تساؤلات فرعية تتلخص في:

1- ما الشكل المستخدم لمنشورات وزارة الصحة عبر موقع الفيس بوك في كل مراحل الأزمة (نص فقط، نص وصورة، نص وفيديو)؟

2- ما نسبة تناول الموضوعات المتعلقة بفيروس كورونا مقارنة بموضوعات تعزيز الصحة العامة في المراحل المختلفة للأزمة؟

3- ما أهم استراتيجيات اتصالات المخاطر المستخدمة في المراحل المختلفة للأزمة؟

4- ما درجة تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم في مراحل الأزمة الثلاث؟

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أبرزها:

1- تم استخدام إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، تلاها إستراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر، ثم إستراتيجية التحذيرات من المخاطر.

2- احتلت إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية المرتبة الأولى في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة، تلاها إستراتيجية تخفيض الغموض، ثم إستراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة، تلا ذلك إستراتيجية المأنة، كما تم استخدام إستراتيجية تصحيح الشائعات وسوء الفهم في هذه المرحلة وما قبل الأزمة بنسبة أكبر من مرحلة الأزمة؛ وهو ما يشير إلى زيادة الشائعات نتيجة الغموض مع اندلاع الأزمة.

3- أما في مرحلة الأزمة، فقد غلب استخدام إستراتيجية تخفيض الغموض؛ حيث احتلت المرتبة الأولى من خلال نشر تقارير الحالات اليومية بانتظام بأعداد حالات الإصابة والوفاة والشفاء، وتعريف الجمهور بمصادر المعلومات.

**التعليق على الدراسة:** هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل مضمون المنشورات الخاصة بجائحة كورونا المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وهو ما تسعى إليه دراستنا الحالية كذلك، وتتفق الدراستان في كل من المنهج وأداة جمع البيانات، إلا أنهما يختلفان من حيث الإشكالية المطروحة ومجتمع البحث بالإضافة إلى العينة، وقد تم الاستفادة من الدراسة في الشقين المنهجي والنظري للدراسة الحالية حيث ساعدتنا منهجياً في بلورة إشكالية الدراسة، وإعطائنا صورة حول كيفية تحليل المضمون المتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما ساعدنا في بناء بعض فئات استمارة التحليل لاحقاً، بالإضافة إلى الاستفادة منها في الجانب التطبيقي وذلك بالرجوع إلى بعض من نتائجها واعتمادها كمرجع لتدعيم التحليل وإعطاء عمق أكثر.

✍️ **الدراسة الثالثة:** مقال للباحثة نهلة نجاح عبد الله العنزي بعنوان: "العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية-دراسة تحليلية لإدارة أزمة فيروس كوفيد 19، عبر صفحة وزارة الصحة في الفيسبوك للمدة من 202/3/21 إلى 2020/4/21. (عبد الله العنزي، 2020).

هدفت الدراسة إلى التعرف على إدارة العلاقات العامة للأزمة الصحية في وزارة الصحة والبيئة عبر موقع الفيسبوك، للأزمة الصحية أثناء انتشار فيروس كوفيد 19. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تسعى إلى وصف وتحليل المضامين المنشورة عبر الصفحة الخاصة بوزارة الصحة العراقية حول أزمة كوفيد 19. وتلخصت إشكالية الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي: ما الجهود الاتصالية التي قامت بها العلاقات العامة في وزارة الصحة والبيئة العراقية في إدارة الأزمة الخاصة بانتشار فيروس كوفيد19 عبر موقع الفيسبوك؟

وتفرعت عن التساؤل الرئيسي مجموعة تساؤلات فرعية جاءت على النحو الآتي:

1-ما هي مضامين العلاقات العامة الخاصة بإدارة أزمة كوفيد19 في الموقع الرسمي لوزارة الصحة والبيئة عبر " الفيسبوك"؟ .

2- ما هي الفنون الإعلامية التي تستخدمها العلاقات العامة في إدارة أزمة انتشار فيروس كوفيد 19؟

3- ما هي أساليب العلاقات العامة في إدارة انتشار فيروس كوفيد 19 في وزارة الصحة والبيئة العراقية عبر " الفايسبوك"؟

4- ما هي أنواع المنشورات التي تم توظيفها في إدارة العلاقات العامة لأزمة انتشار فيروس كوفيد 19؟

5- ما عدد المنشورات التي تناولت فيروس كوفيد 19 في وزارة الصحة والبيئة العراقية عبر "الفايسبوك"؟

6- ما مدى اهتمام العلاقات العامة لوزارة الصحة بأزمة انتشار فيروس كوفيد 19؟

واعتمدت الباحثة على كل من الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، والمنهج المسحي كمنهج للدراسة، واختارت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لكل المضامين التي تناولت فيروس كوفيد 19 في الصفحة في الفترة الممتدة من 2020/3/21 إلى غاية 2020/4/21، وقد بلغ حجم العينة 210 منشور. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

1- أن للعلاقات العامة دور في إدارة الأزمة الصحية، وقد بدلت جهودا اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجماهير عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة.

2- تنوع في الأساليب الاتصالية التي وظفها جهاز العلاقات العامة أثناء تفشي جائحة كوفيد 19، لإدارة الأزمة بنجاح، من بينها أسلوب احتواء الأزمة.

3- اتضح توظيف العلاقات العامة للنصوص والصور في موقع الفايسبوك، لم له من أهمية في التأثير على الجمهور المستهدف.

4- اعتمادها على الأخبار بالدرجة الأولى كأحد أهم الفنون الإعلامية لتزويد الجمهور بكل مستجدات الأزمة.

**التعليق على الدراسة:** تشترك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في الهدف حيث تسعيان إلى تحليل المضامين الإعلامية الخاصة بفيروس كوفيد 19 عبر الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على موقع

التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتتفق الدراسات في نوع الدراسة ومنهجها، واستخدام أدواتي الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، كما تشترك الدراسات في بعض التساؤلات الفرعية . ويكمن الاختلاف بين الدراسات في العينة المدروسة ومجتمع البحث وكذا الإشكالية المطروحة ، وقد تم الاستفادة من الدراسة الحالية والتي تعتبر قريبة جدا لموضوعنا الحالي في عديد الجوانب المنهجية حيث ساعدتنا في بناء تصور عام حول الإشكالية وكذا الاطلاع على كيفية تحليل مضمون المتاح عبر مواقع الإلكترونية وهو ما ساعدنا في اختيار فئات التحليل الخاصة باستمارة تحليل المحتوى الدراسة، كما ساعدت الباحثة في التعرف على كيفية تحليل محتوى الصفحات الرسمية للمؤسسات عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وأفادتنا في الجانب التحليلي من خلال الاستعانة بنتائج الدراسة لتدعيم التحليل الخاص بنا، بالإضافة إلى تدعيم الجانب النظري بالمراجع والتراث النظري المتعلق بموضوع الأزمة الصحية.

✍️ الدراسة الرابعة: مقال للباحثة " ساره فايز عبد المسيح طوس " بعنوان استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة covid19. مقال منشور 2021. (عبد المسيح طوس، 2021)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الوصف والتحليل والتفسير للمشكلة البحثية، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى الوصف الكمي والتحليل الكمي والكيفي لإدارة أزمة كوفيد 19 بمراحلها المختلفة، وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة، وكذا رصد استراتيجيات المعالجة التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة جائحة كورونا المستجد من خلال المؤتمرات الصحفية، وبلوغ هذه الأهداف اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة حيث قامت باختيار عينة من المؤتمرات الصحفية التي تناولت جائحة كوفيد 19 وثم بثها على الموقع الإلكتروني الخاص بمنظمة الصحة العالمية، مستعينة باستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

وتدور إشكالية الدراسة حول استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية "WHO" في إدارة أزمة كوفيد 19 من خلال المؤتمرات الصحفية في المراحل الثلاث للأزمة.

وتتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

كيف واجهت منظمة الصحة العالمية أزمة كوفيد 19 اتصاليا من خلال المؤتمرات الصحفية؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1- ما مدى ملائمة الاستراتيجيات الاتصالية التي استعانت بها المنظمة لإدارة الأزمة بمراحلها الثلاث من خلال المؤتمرات الصحفية؟

2- لماذا اعتمدت منظمة الصحة العالمية على بعض الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة أزمة كوفيد 19 الصحية؟

3- ما الأساليب الاتصالية التي استعانت بها المنظمة لإدارة جائحة الكوفيد؟

4- ما الموضوعات المتعلقة بالجائحة وتم تناولها من خلال هذه المؤتمرات؟

5- هل نجحت منظمة الصحة العالمية في إدارتها لجائحة الكوفيد اتصاليا؟

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج تتمثل في:

1-نجحت منظمة الصحة العالمية في إدارة مؤتمراتها الصحفية الخاصة بجائحة كوفيد 19، وذلك من ناحية الجانب التنظيمي من حيث الإعلان المسبق عن ميعاد وتاريخ المؤتمر، وتحديد توقيت البدء والانتهاء منه، بالإضافة إلى تحديد الموضوعات التي ستناقش في المؤتمر.

2-تميزت المؤتمرات الصحفية التي عقدتها منظمة الصحة العالمية بوضوح الترجمة الفورية للسبع لغات للأمم المتحدة.

3-اعتمدت المنظمة على مصادر للمعلومات موثوقة ومعتمدة لدى الجمهور حتى تكون عملية اتخاذ القرارات مبنية على أسس علمية سليمة، حيث استعانت بالتقارير الدولية والتجارب السريرية.

4-استعانت المنظمة بإستراتيجية الصور الذهنية في مراحل الأزمة الثلاث من خلال المؤتمرات الصحفية

5-من الأساليب الاتصالية التي استعانت بها منظمة الصحة العالمية في إدارة أزمة الكوفيد، إستراتيجية نداءات الاستغاثة.

**التعليق على الدراسة:** تشترك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في الهدف حيث تسعيان إلى التحليل الكمي والكيفي لمضامين إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية، وتتفق الدراستان في نوع الدراسة، وفي استخدامهما لأداة تحليل المحتوى ويكمن الاختلاف من حيث مجتمع البحث ونوع العينة كذا منظور الدراسة، إضافة طبيعة الاستراتيجيات نفسها حيث تبحث دراستنا عن استراتيجيات الاتصال

السياسي في حين اهتمت الدراسة السابقة بالاستراتيجيات الاتصالية بصفة عامة، وتم الاستفادة من الدراسة في بناء إشكالية دراستنا الحالية، وصياغة بعض أسئلة الدراسة الحالية، كما استفادت الباحثة من المراجع والدراسات السابقة المدرجة في الدراسة لإثراء الجانب النظري خاصة فيما يتعلق بإدارة الأزمة الصحية " كوفيد 19" وتعميق المعارف أكثر فيما يخص موضوع الأزمة الصحية والإستراتيجية بصفة عامة، كما استفادت الباحثة من نتائج الدراسة.

✍️ الدراسة الخامسة: مقال للباحثين: دنيا بن سهلة وشمس ضيات خلفلاوي، بعنوان:

فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا-دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك. (بن سهلة و خلفلاوي، 2022)

سعت الدراسة إلى الكشف عن فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا لوزارة الصحة الجزائرية، إذ عاشت البلاد مرحلة تخوفا في فترة انتشار وباء كورونا، ما دفع وزارة الصحة الجزائرية إلى حرصها على تسير الأزمة الصحية عبر موقع الفايسبوك، حيث تحددت مشكلة الدراسة في البحث في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى فعالية العلاقات العامة الإلكترونية عبر موقع الفايسبوك في إدارة أزمة كورونا؟ وللإجابة عنه وضع الباحثين مجموعة من التساؤلات الفرعية جاءت كالآتي:

1- ما هي اللغة المستخدمة في منشورات المتعلقة بأزمة كورونا لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاسبوك؟

2- ما طبيعة المواد المنشورة المتعلقة بأزمة كورونا عبر موقع الفايسبوك لوزارة الصحة الجزائرية؟

- ما هي أشكال التفاعل بين وزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كورونا بالجمهور عبر موقع الفايسبوك؟

3- ما هي طبيعة الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا عبر موقع الفايسبوك لوزارة الصحة الجزائرية؟

4- ما طبيعة الاستمالات الإقناعية المستخدمة في منشورات المتعلقة بأزمة كورونا عبر موقع الفايسبوك لوزارة الصحة الجزائرية.

5- ما هي القيم التي تعززها منشورات وزارة الصحة في إدارة أزمة كورونا عبر موقع الفايسبوك؟

وقد اعتمد الباحثين قي معالجة إشكالية دراستهما على منهج تحليل المضمون الإلكتروني لموقع الفاييسبوك لوزارة الصحة الجزائرية، واستعانا باستمارة تحليل المحتوى كأداة بحثية لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها 110 منشور في الفترة الممتدة من 9جانفي 2022 إلى 28 فيفري 2022. ومن النتائج المتوصل إليها نذكر:

1-أكدت الدراسة أن الاستمالات الإقناعية المخاطبة للجمهور كانت ممزوجة بالعقل والعاطفة بنسبة 100 بالمائة.

2-كما بينت الدراسة أن أشكال التفاعل في منشورات وزارة الصحة على موقع الفاييسبوك تمثلت في التعليق والإعجاب.

3-الاعتماد على اللغة العربية في إدارة أزمة كورونا عبر صفحة الفاييسبوك.

4-كما توصلت الدراسة إلى أنه تم الاعتماد على إستراتيجية الإعلام بدرجة كبيرة في إدارة أزمة كورونا.

**التعليق على الدراسة:** تشترك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث الهدف حيث تسعى إلى تحليل مضمون المنشورات الخاصة بإدارة أزمة كوفيد 19 عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية بموقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك، وتتفق الدراستين في نوع الدراسة وتناولهما لمتغير إدارة الأزمة الصحية كذا في مجتمع البحث والمتمثل في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، إضافة إلى اعتمادها أداة تحليل المحتوى المتاح عبر المواقع الإلكترونية كأداة بحثية لجمع البيانات، ويكمن الاختلاف من حيث المنهج ونوع العينة، وقد تم الاستفادة منها في الجانب المنهجي في صياغة بعض أسئلة الدراسة الحالية وتصميم فئات استمارة تحليل المحتوى، كما ساعدتنا في تعميق المعارف الخاصة بتحليل المحتوى الخاص بالشبكات الاجتماعية من خلال إعطائنا فكرة عن شكل ومضمون الفئات والوحدات المعتمدة في التحليل، إضافة إلى الاستفادة منها في الجانب التطبيقي بالرجوع إلى نتائجها ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية المتوصل إليها.

3-6- الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى:

**Ahmed.F.Sherien.” government communication strategies during corona virus pandemic”.** (Ahmed & Sherin, 2020)

مقال بعنوان: إستراتيجية الاتصال الحكومي وإدارة أزمة كورونا

تهدف هذه الدراسة إلى تصوير و استكشاف سيناريو الاتصالات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة في التعامل مع جائحة كوفيد 19، بالإضافة إلى تحديد أنواع استراتيجيات والمعلومات التي يتم إيصالها عبر الوسائط الرقمية لمواجهة التحديات التي أثرت، بناء على نموذج اتصالات المخاطر في الأزمات والطوارئ.

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية:

1-ما هي استراتيجيات الاتصال الرئيسية التي استخدمتها الجهات الحكومية في الإمارات العربية المتحدة خلال جائحة كوفيد19؟

2-ما هي أنواع المعلومات التي قدمتها وسائل الإعلام الحكومية للمجتمع والأفراد؟

وللإجابة عن الأسئلة البحثية تم إجراء تحليل نوعي لتفسير محتوى البيانات النصية والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا التي نشرت عبر حسابات إنستغرام الخاصة بجهتين حكوميتين في الإمارات العربية المتحدة بالاعتماد على تحليل المضمون كأداة. وشمل كل من : حساب الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث، وحساب انستغرام الخاص بوزارة الصحة ووقاية المجتمع في الإمارات العربية المتحدة، بالتطبيق على عينة قصدية قوامها 699 منشور في الفترة الممتدة فبراير 2020 "بداية الجائحة" إلى غاية شهر يوليو 2020 "مرحلة التعايش مع الجائحة".

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

1-استعانت حكومة الإمارات بمجموعة من استراتيجيات الاتصال لإدارة أزمة كوفيد 19، وفق خطة إدارة المخاطر والكوارث بدولة الإمارات، وفي مرحلة الحجر الصحي ركزت على إمداد الجمهور

بالمعلومات اللازمة حول الوباء بهدف نشر الوعي الصحي (إستراتيجية الإعلام)، لتجنب الإصابة بالفايروس، وإبلاغ الجمهور الإماراتي بالقرارات الحكومية الخاصة بمكافحة كوفيد 19.

2- في مرحلة التعايش مع كوفيد 19 ركزت إدارة الأزمات على ضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية مثل التباعد الاجتماعي وارتداء الكمامات وتقديم الإرشاد الطبي في حالة ظهور أعراض تنفسية.

3- استعانت إدارة الإمارات بإستراتيجية الطمأنة في مرحلة ارتفاع نسبة الوفيات والإصابات وإستراتيجية الحد من الغموض.

**التعليق على الدراسة:** ركزت دراسة الباحث على تحديد أنواع استراتيجيات الاتصال التي تستخدمها الجهات الحكومية أثناء جائحة كورونا والمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحكومية للفرد والمجتمع، في حين دراستنا تبحث في إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارتها لأزمة كورونا 2020، غير أن هذه الدراسة تتفق ودراستنا في الأداة والمتمثلة في استمارة تحليل المضمون وكذا تناولها لأزمة كورونا، كما تشترك الدراستين في موضوع إستراتيجية الاتصال أما نقاط الاختلاف فكانت في مجتمع البحث وعينته، وتم الاستفادة منها في هيكلية الإطار النظري خاصة وأن الدراسة تناولت موضوع إستراتيجية الاتصال الحكومي (السياسي).

### الدراسة الثانية:

Ruth Wodak . Crisis communication and crisis management during Covid  
(Ruth & wodak, 2021, pp. 329-353)

مقال بعنوان: "اتصال الأزمة و إدارة أزمة كوفيد 19.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى الوصف والتحليل والتفسير للمشكلة البحثية، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى الوصف الكمي والتحليل الكمي والكيفي لإدارة أزمة كوفيد 19 في كل من دولة ( النمسا، ألمانيا، فرنسا، المجر والسويد)، وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة في كل الدول عينة الدراسة، من خلال عينة من المؤتمرات الصحفية، ولبلوغ هذه الأهداف اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة حيث قامت باختيار عينة من المؤتمرات الصحفية التي تناولت جائحة كوفيد19 في الفترة الممتدة من مارس 2020 إلى 20 ماي 2020

وتتلخص إشكالية الدراسة في هنا في التساؤل الرئيسي الآتي :

ما طبيعة الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة أزمة كوفيد 19 في كل دولة من الدولة عينة الدراسة؟. وبلوغ الهدف اعتمد الباحث في إطارها على كل من منهج تحليل المضمون والمقارن .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

1-اتفقت كل الدول عينة الدراسة باستثناء كل من ألمانيا وفرنسا والسويد على استخدام إستراتيجية تقديم المعلومات والإحصائيات الخاصة بالوضع الوبائي، وإعلانها لشعبها أول بأول، بعد توجهت الدول عينة الدراسة لاعتماد إستراتيجية التعاطف وتوجيه رسائل تعاطف وطمأنة لأسر ضحايا الكوفيد من فئات الجمهور والأطباء.. الخ.

2-واجهت كل من دولة النمسا وفرنسا والسويد أزمة الكوفيد19 منذ بدايتها من خلال إستراتيجية توخي الحذر والالتزام بالقيود التي تم فرضها منعا لانتشار الفيروس، والالتزام بالإغلاق الكامل حيث ثم فرضه بعد ارتفاع حالات الوفيات خاصة في دولة ألمانيا.

**التعليق على الدراسة:** تتوافق الدراسة الحالية وموضوع دراستنا في الهدف العام، حيث تسعى الدراستين إلى الوصف الكمي والتحليل الكمي والكيفي لإدارة أزمة كوفيد 19 والبحث عن الاستراتيجيات الاتصالية الموظفة في إدارة أزمة كوفيد 19، واتفقت الدراستين في نوع الدراسة والأداة إضافة إلى اشتراكهما في متغير وظيفي في الدراسة الحالية وهو إدارة الأزمة في حين اختلفتا في نوع العينة ومجتمع البحث حيث تناولت الدراسة عينة من مؤتمرات الصحفية التي تناولت موضوع أزمة كوفيد 19 في حين تناولت دراستنا المنشورات المتعلقة بالأزمة من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفيسبوك، كما سجلنا اختلاف في نوع المنهج بكلا الدراستين، إلا أنه تم الاستفادة منها في بناء تصور عام حول الموضوع بصفة عامة ومفهوم إدارة الأزمات بشكل خاص حيث ساعدتنا القراءات المختلفة للمفهوم إلى الإحاطة بمختلف أبعاده وجوانبه، كما استفدنا من هذه الدراسة في تعميق المعارف حول استراتيجيات الاتصال وإدارة الأزمات بشكل عام و سمحت لنا بتحديدتها بشكل أدق ، إلى جانب الاستفادة من المراجع المعتمدة في هذه الدراسة لإثراء الجانب النظري وهيكلية الإشكالية.

✍️ الدراسة الثالثة:

yussuff. A Adrain R. Don. ‘Risk Communication And Community Engagement Strtegies for Covid in Africain countries’. (yusuff & adebayo adebisi, 2021, pp. 138-143)

يعد فشي فيروس كورونا تهديدا كبيرا يواجه الأنظمة الصحية عالميا ولا تستثنى البلدان الإفريقية من ذلك، تدور إشكالية الورقة البحثية في البحث عن إستراتيجية اتصال المخاطر والمشاركة المجتمعية المستخدمة في إدارة أزمة كوفيد 19، بالإضافة إلى التحديات التي تواجه هذه الاستراتيجيات في 13 دولة افريقية، شملت كل من: إثيوبيا، الكونغو، كينيا، أوغندا، غانا، جنوب إفريقيا، تنزانيا، نيجيريا، زامبيا، كوت ديفوار، الجزائر. هدفت الدراسة إلى حصر استراتيجيات الاتصال التي استعان بها المكتب الإقليمي بأفريقيا التابع لمنظمة الصحة لإدارة أزمة الكوفيد، في الفترة الممتدة ديسمبر إلى فبراير 2021 وشملت الدراسة مجموعة التقارير والنشرات الإخبارية والوثائق الحكومية المتعلقة بأنشطة الاستجابة لكوفيد19 مستخدما أسلوب الحصر الشامل بالاعتماد على المنهج المسحي وتحليل المضمون كأداة وأهم ما توصلت إليه الدراسة:

1- استراتيجيات الاتصال التي استعان بها المكتب الإقليمي التابع لمنظمة الصحة لإدارة أزمة كوفيد 19 تشمل: إستراتيجية بناء القدرات والتدريب، إستراتيجية التنسيق الداخلي بين المؤسسات، إستراتيجية المشاركة المجتمعية للأفراد المؤثرون في المجتمع، إستراتيجية معالجة المفاهيم الخاطئة وإدارة المعلومات المضللة.

2- انعدام ثقة الجمهور في استراتيجيات اتصال المخاطر المستخدمة وعدم المصادقية في السياسات التي تتخذها الحكومات لإدارة أزمة كوفيد، ونتيجة لذلك ارتفعت نسبة الإصابات والوفيات في الدول عينة الدراسة.

3- وجود استراتيجيات وتدخلات مشابهة عبر الدول، من الواضح أن دول تتعلم من بعضها البعض ومن المنظمات الصحية العالمية لتطوير برامج ECCE لمواجهة جائحة كوفيد 19.

**التعليق على الدراسة:** سعت هذه الدراسة إلى البحث عن استراتيجيات اتصال المخاطر المستخدمة في إدارة الأزمات، وتشارك ودراستنا الحالية في الشق النظري إذ تسعى كلا الدراستين للبحث في متغير إدارة أزمة كورونا، كما تشتركان من ناحية أخرى في منهج الدراسة والأداة، ومن ناحية أخرى تختلف الدراستان من حيث العينة ومجتمع البحث وكذا طبيعة الإشكالية المطروحة حيث تسعى دراستنا للبحث عن إستراتيجية الاتصال السياسي في حيث تبحث هذه الدراسة عن إستراتيجية اتصال المخاطر، وقد تم الاستفادة منها في بناء الفصل المنهجي للدراسة بشكل عام كما تم الاستفادة من المراجع التي وظفتها وأخذها كمرجعية لبناء بعض الفصول النظرية كما تم الاستفادة من النتائج التي

توصلت إليها من خلال مقارنتها ونتائج الدراسة الحالية وهو ما يسمح لنا باكتشاف الفجوة بين الدراستين ويبين لنا نقاط الضعف والقوة.

### ❖ حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

أثناء عملية البحث عن دراسات سابقة حرصت الباحثة على انتقاء مجموعة من دراسات متنوعة من حيث البيئة المنتمية لها ومن حيث التطور الزمني لها، مع الحرص على أن يكون لها ارتباطا قوي ومباشر بأحد متغيرات الدراسة على اختلاف زوايا رؤية الموضوع والمتغيرات، وعلى الرغم من عدم مطابقتها بشكل كلي لموضوع الدراسة الحالية إلا أنها مهدت لنا الطريق لوضع تصور أولي لهيكل البحث وكيفية بناءه.

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يتضح لنا أن هذه الدراسة تعالج فجوة علمية متعددة الجوانب من خلال استهداف ورصد كيفية إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية بالجزائر من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، ومحاولة الكشف عن ماهية إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة في ذلك كما نسعى لتحليل المضامين الخاصة بجائحة كورونا المنشورة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة بالجزائر على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

من خلال قيامنا بمسح التراث النظري و ما توفر لدى الباحثة من دراسات سابقة، واستعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الدراسات ودراستنا الحالية، وعرض الجوانب المختلفة من حيث الإطار المنهجي والإطار النظري وكذا النتائج المتوصل إليها، يمكن توضيح جوانب وحدود الاستفادة من هذه الدراسات في النقاط التالية:

### ➤ في الإطار المنهجي:

- من أهم نقاط التقاء الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة التي تم عرضها هو نوع الدراسة، حيث تصنف الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح وهو ما سارت عليه أيضا معظم الدراسات السابقة .

- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في انجاز الإطار المنهجي حيث ساعدتنا في إشكالية الدراسة وتعديلها وفي تعميق رؤيتها للمشكلة العلمية التي هي بصدد البحث عنها، كما عمقت من أهمية موضوع الدراسة وسهلت من عملية تحديد أهداف وتساؤلات البحث.

- أما فيما يخص الأداة العلمية المستخدمة في الدراسة فقد اعتمدت أغلب الدراسات على استمارة تحليل المحتوى كأداة للإجابة عن إشكالية الدراسة وبلوغ أهدافها ، وفي المقابل اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة تحليل المحتوى وهو ما يتفق مع غالبية الدراسات السابقة، باستثناء دراسة كل من: ( سعد بن سعود) و( يوسف بومشعل) التي اعتمدت كل من استمارة تحليل المحتوى والاستبيان. فاطلاع الباحثة على طريقة توظيف أداة الدراسة ساعد في تحديد ووضع بعض فئات الشكل والمضمون المناسبين للمحتوى الإلكتروني (المتاح عبر مواقع الإلكترونيّة).

- من جانب آخر استخدمت هذه الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي كمهج موصل إلى النتائج التي تحقق أهداف البحث، وهو ما يتشابه مع الكثير من الدراسات سواء الجزائرية أو العربية وحتى الأجنبية، حيث ساعدتنا هذه الدراسات في التحديد السليم لأدوات المنهج وآلياتها البحثية.

-أما فيما يخص مجتمع البحث فقد اعتمدت بعض الدراسات السابقة على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية كدراسة( بن سهلة و خلفلاوي) ودراسة ( نزمين علي عوجة)، في المقابل اعتمدت الدراسة الحالية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك .

### ➤ في الإطار النظري:

إن مراجعة الدراسات السابقة بما تحتويه من معرفة ساهم في تعميق فهم الباحثة لموضع البحث الحالي ومتغيرات الدراسة النظرية كما ساهم في توضيح معالمها، وقد أفادت الدراسات السابقة التي تم عرضها سابقا الباحثة في تحديد وبناء محاور وكذا فصول الدراسة الحالية بدقة، من خلال وضع تصور مبدئي للجزء النظري وما يحتويه من معلومات نظرية، لإثراء الموضوع ، كما تم الاستفادة منها في صياغة مفاهيم الدراسة استنادا على المراجع التي تحويها وهو ما وساعد في تعميق المعارف والضبط السليم لمفاهيم الدراسة الحالية. كما تعتبر الدراسات السابقة التي تم تناولها في هذه الدراسة بمثابة ورقة الطريق التي ساعدت الباحثة في البناء والتحديد السليم لإشكاليه الدراسة، وتحديد بعض تساؤلات الخاصة بفئتي الشكل والمضمون.

كما استفادة الباحثة من المعطيات النظرية لبعض الدراسات السابقة من خلال ما تعلق بالمداخل النظرية لموضوع الدراسة والذي شكلته كل من المقاربة الوظيفية ل: غابريال ألموند والنسقية

لدافيد ايستون الذي وظفته فقط دراسة " يمين بودهان" حيث ساعدتنا القراءات المتكررة في اختيار المقاربة النظرية الملائمة لموضوعنا.

### ➤ في الإطار الميداني:

لقد ساعد الاطلاع على كل من الإطار المنهجي والنظري بالإضافة إلى الإطار التحليلي لجميع الدراسات السابقة الباحثة في تصميم الجداول والأشكال وكذا الوقوف على أساليب عرض وتقديم بيانات ونتائج الدراسة، كما ساعد على تبني طريقة للتحليل والتفسير لنتائج المتوصل إليها، بالإضافة إلى كل ما سبق ذكره تمت الاستفادة من نتائج بعض الدراسات السابقة في تفسير النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة التحليلية الحالية، ومقارنتها مما يساعد في إثراء التحليل بأسلوب علمي موضوعي يضمن العمق المعرفي للتحليل.

كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد فئات استمارة التحليل وتعريفاتها بما يتماشى وأهداف الدراسة وتساؤلاتها.

-تجنب أوجه القصور التي طالت هذه الدراسات.

فضلا عن استفادة الباحثة من بعض نتائج الدراسات السابقة في تفسير بعض النتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية، مما يثري التحليل بطريقة علمية ويضفي مزيدا من المنطقية في النتائج ويعطي عمقا للتحليل.

### 7- المداخل النظرية للدراسة

إن استخدام النظرية في البحث العلمي وإسقاطها على الدراسة وتبني مفاهيمها وفروضها يعد مسألة مهمة وضرورة أساسية من ضروريات البحث العلمي التي لا بد على أي باحث من التقيد بها، إذ يعتبر منظور الدراسة أو البراد يغم بمثابة البوصلة التي تحدد اتجاه الباحث، وتوجهه وفق اتجاه معين في إطاره حتى يتسنى له استلهاً بعض جوانب مشكلة البحث والمفاهيم المساعدة والأدوات. ليتمكن في نهاية بحثه من تفسير ومقارنة ما توصل إليه من نتائج على ضوء الأبحاث والنظريات التي توصل إليها الباحثون في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية. ومن خلال عنوان البحث وتساؤلاته و أهدافه

فقد اعتمدت هذه الدراسة على مقاربتين أساسيتين كخلفية نظرية وهما: النظرية البنائية الوظيفية أو كما يسميها البعض بالنظرية الوظيفية، ونظرية تحليل النظم أو التحليل النسقي لدافيد ايستون.

قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين كل مبحث خاصة بنظرية من النظريات السابقة الذكر، وكل مبحث مقسم إلى مطالب تضم مدخل للنظريات ومفاهيم كل منها إضافة إلى افتراضاتها ونقد النظرية وصولاً لإسقاطها على موضوع الدراسة.

### 1-7- المقاربة الوظيفية: غابريال ألموند Gabriel Almond

المقاربة الوظيفية أصلها مأخوذ من العلوم البيولوجية التي تركز على أعضاء الكائن الحي وانطلقت من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، والتي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية، ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت، وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال: Auguste Comte و Emile Durkhiem و Herbert Spencer وأيضا آراء العديد من علماء علم الاجتماع الأمريكي المعاصرين. مثل: Robert Merton و Talcott Parsons. (الرحمن، 2006، صفحة 146)

ويعد Gabriel allemand رائد البنائية الوظيفية في علم السياسة من خلال مقال نشره في عام 1956 بعنوان "النظم السياسية المقارنة"، وقد تبنى ألموند تحليله على العناصر نفسها التي تقوم عليها البنائية الوظيفية وهي:

النسق (النظام) : يشير إلى ذلك النظام الذي يتكون من وحدات وعناصر متكاملة ومتعددة.

التوازن: يقصد به الانسجام بين مكونات البناء الاجتماعي والتكامل بين الوظائف.

البناء أو البيئة: وهي مجموعة الأدوار.

الوظيفة: واعتبرها على أنها كل ما يقوم به الفرد من نشاط.

وقد حدد ألموند عناصر النظام في:

-الشمول حيث أن النظام السياسي يشتمل كافة العمليات ذات العلاقة بين المدخلات

والمخرجات.

-الاعتماد المتبادل الذي يعني أن كل تغيير محتمل في أحد أجزاء النظام تترتب عنه تغييرات

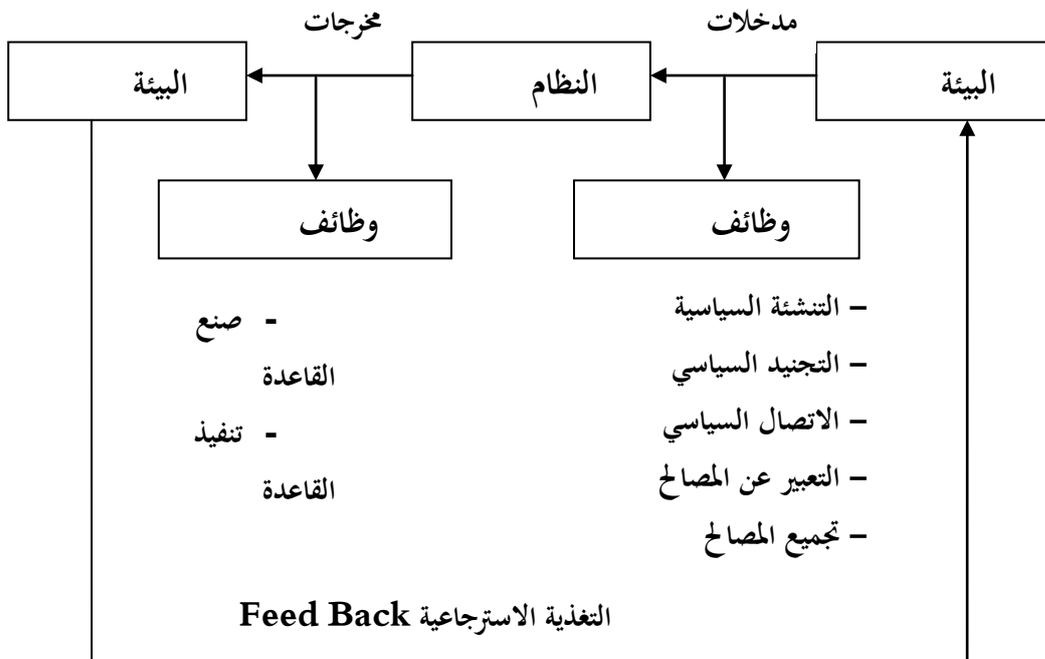
-وجود حدود بين النظام والبيئة. (كوري، 2022-2023، صفحة 21)

والاتصال السياسي حسب هذه المقاربة هو وظيفة سياسية مميزة من وظائف التعبئة والتجنيد، هذه للاتصال تكشف عن أهمية كبرى بالنسبة للنسق السياسي ككل. (هوق و يخلف، 1995، صفحة 127). "وتحظى هذه الوظيفة عند ألموند بأهمية بالغة حيث يعتبرها العامل الضروري الذي يسمح للنظام السياسي بإنجاز وظائفه الأخرى، وقد شبه في هذا الشأن الوظيفة الاتصالية بالدورة الدموية، فالاتصال يشبه حسب قوله الدم في قيامه بوظائفه.

وظائف الاتصال حسب تحليل ألموند من جانب المخلات تتمثل في: التنشئة السياسية، التعبير عن المصالح، الاتصال. ومن جانب المخرجات حصرتها في صنع القاعدة. (بودهان، 2002، صفحة 53)

ان هذه الوظائف مترابطة ومعتمدة بشكل أساسي على الاتصال، حيث يقول ألموند جملته الشهيرة: " كل شيء في السياسة اتصال". فنظام الاتصال هو أحد العناصر السياسية في تدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير، ونقل مشاكل الجماهير إلى النخبة. " (بودهان، 2002، صفحة 54)

شكل (1) يوضح محتوى الوظيفية عند الموند



إعداد الباحثة: (كوري، 2022-2023، صفحة 22)

## 7-1-1 افتراضات المقاربة الوظيفية:

- لكل نظام سياسي أبنية سياسية متعددة تؤدي وظائف متعددة.
- نفس الوظائف يتم أدائها في نفس النظم.
- جميع النظم تضم ثقافات مختلفة، تفسر تباين واختلاف عنصر على حساب عنصر آخر. (كوري، 2022-2023، صفحة 22).

### ❖ إسقاط المقاربة على موضوع الدراسة:

من خلال إسقاطنا لافتراضات النظرية على موضوع دراستنا يبين لنا أن لإستراتيجية الاتصال السياسي وظائف عديدة أثناء وقوع الأزمات تتجسد في كل من وظيفة الإخبار من خلال تقديم مختلف المعلومات والإحصائيات حول تطور الوضعية الوبائية بشكل مفصل، كما تعمل على توعية وتحسيس الجماهير بخطورة الفيروس وضرورة الالتزام بالتدابير الوقائية الموصى بها من قبل الجهات الوصية، وتعريفه بالأزمة وصولاً إلى تشكيل الرأي العام حول هذه الأزمة. ومجموع هذه الوظائف يصب في خانة الحفاظ على استقرار المجتمع وتوازنه. وبالتالي ساعدنا هذا المنظور في الكشف عن الوظائف الكامنة لإستراتيجية الاتصال السياسي ودورها في إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية.

وبالعودة إلى موضوع بحثنا يمكن القول أن وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في إدارتها لأزمة كوفيد 19 الصحية كانت وظيفية ويتضح ذلك من خلال حرصها على تأدية وظائفها من اعلان تحسيس، توعية، رقابة على الحكومة. حيث عملت على تقديم تغطية شاملة للأزمة من خلال تناولها لمختلف المواضيع المتعلقة بالجائحة من تقارير حالات اليومية حول الاصابات والوفيات، حملات تحسيس، مواضيع متعلقة بحملات تلقيح، خرجات وزيارات ميدانية لوزير الصحة للمستشفيات. معلومات وإرشادات... الخ، حتى تتجنب الغموض والشائعات التي طالت الأزمة وبالتالي تضمن نوعاً من الاستقرار والتوازن في المجتمع بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة وإنهاء الأزمة.

2-7- المقاربة النسقية" تحليل النظم' لدافيد ايستون: David Easton (نُجِّدَ نويري، 2009)

"يقوم التحليل النسقي على دراسة الظواهر بوصفها نظاما ويجب أن يحلل انطلاقا من روابط الاعتماد المتبادل التي تربط هذه العناصر ببعضها البعض، يعتبر اقتراب تحليل النظم من أحد أهم الاقترابات المستحدثة في نطاق الدراسات السياسية التي بدأت في التبلور والظهور مع منتصف خمسينيات القرن 20.

وجاء تطوير **Easton** لاقتراب تحليل النظم في علم السياسة تدريجيا وعلى مراحل ففي 1953 نشر اللبنيات الأساسية لمفهوم النظام السياسي في كتابه **the political system** والتي تطورت بصورة واضحة في مقالاته العلمية المنشورة بمجلة **world politics** عام 1965. وبصورة أوضح في كتابه **A system analysis of political life** والذي يرى فيه ايستون وجوب تبسيط الحياة السياسية المعقدة والمركبة والنظر إليها تحليليا على أساس ألي منطقي، على أنها مجموعة من التفاعلات التي تتم في اطار النظام السياسي من ناحية، وبينه وبين بيئته من ناحية أخرى. اذ يرى **Easton** ضرورة استخدام مفهوم النظام كأداة تحليلية لتحديد الأنماط والعلاقات المترابطة والمتداخلة".

والنظام كما عرفه ايستون: "هو مجموعة من العناصر المتفاعلة والمترابطة وظيفيا فيما بينها بشكل منتظم وأي تغيير في هذه العناصر المكونة لهذا النظام يؤثر على بقية النظام". (رمل، 2020، الصفحات 51-50)

و على هذا الأساس عرف **Easton** النظام السياسي بأنه: "مجموعة التفاعلات السياسية التي تحدث داخل أي مجتمع والتي يتم بمقتضاها صنع السياسات العامة، ويتكون النظام السياسي من أربع عناصر أساسية هي: المدخلات، التحويلات، المخرجات، التغذية العكسية/ استرجاعية". (رمل، 2020، صفحة 51).

1-2-7- مفاهيم النظرية:

يقوم تحليل **Easton** للنظام على مجموعة مفاهيم: ( فيصل براء متين المرعشي 2017)

"النظام أو النسق: مجموع العناصر المتفاعلة والمترابطة وظيفيا مع بعضها بشكل منظم، بمعنى أن التغيير في أحد العناصر المكونة للنظام يؤثر على بقية العناصر. فالنظام يتمتع بنوع من الاعتماد المتبادل بين مكوناته، وله حدود تفصله عن النظم الأخرى، وله محيط أو بيئة يتحرك فيها وعملية التحليل التي تتم داخل النظام هي عملية تقييم وتعريف للأجزاء التي يتكون منها الكل، بهدف إدراك هذه الأجزاء

كمكونات لكل مركب مع محاولة معرفة الضوابط التي تربط علاقتها ببعضها البعض من جهة، والقوانين التي تحكم تطور الكل المركب من جهة أخرى.

-البيئة: 'environment' كل ما هو خارج حدود النظام السياسي ولا يدخل في مكوناته، ولما كانت فكرة النظام السياسي لا تعدو أن تكون فكرة تحليلية فإن الفصل التعسفي بين النظام السياسي والأنظمة الاجتماعية الأخرى لا وجود له، بما يعنيه ذلك أن النظام السياسي يتأثر ببيئته من خلال مجموعة المدخلات ويؤثر بدوره فيها من خلال المخرجات.

-الحدود 'boundaries' لم يوجد النظام السياسي في فراغ قط، بل في إطار بيئة لدى كان لا بد من الفصل التحليلي بين النظام السياسي وبيئته وذلك بوضع مناطق تصورية توضح مناطق انتهاء الأنظمة الأخرى، وبدء النظام السياسي، بمعنى آخر هناك حدود للنظام السياسي يمكن تمييزها تحليليا تفصله عن المحيط والبيئة بمختلف جوانبها، غير أن هذا الفصل لا يعني إلغاء علاقات التأثير بينه وبين البيئة الاجتماعية والاقتصادية... الخ".

"ويضيف **Gabriel Almond** و**Powell** الموند وباول في هذا الإطار إلى أن الحدود بين النظام السياسي وبيئته تختلف من مجتمع لآخر، وتأثر هي الأخرى بالأوضاع والقيم الاجتماعية والاقتصادية السائدة.

-المدخلات: كل ما يتلقاه هذا النظام من بيئته. وتمثل حسب **David Easton** في عنصرين رئيسيين هما المطالب وتشير إلى الرغبات الاجتماعية خاصة ما تعلق منها بالقيم الاجتماعية وكيفية تحقيق أهداف المجتمع وحسب رأيه يمكن أن تكون عامة أو خاصة و والتعبير عنها يتم اما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .

أما التأييد فيشير في معناه إلى الاتجاهات والمواقف سواء المؤيد منها أو المعارض للنظام.

-المخرجات **Outputs**: مجموعة القرارات والأفعال والتصرفات التي يقوم بها النظام وتكون لها صفة الإلزامية، وبذلك يصبح معنى المخرجات ردة فعل المؤسسات السياسية الحاكمة على الطلبات والمطالب الصادرة من المجتمع وذلك عن طريق تغذية استرجاعية". (مجيب، 2021، صفحة 128).

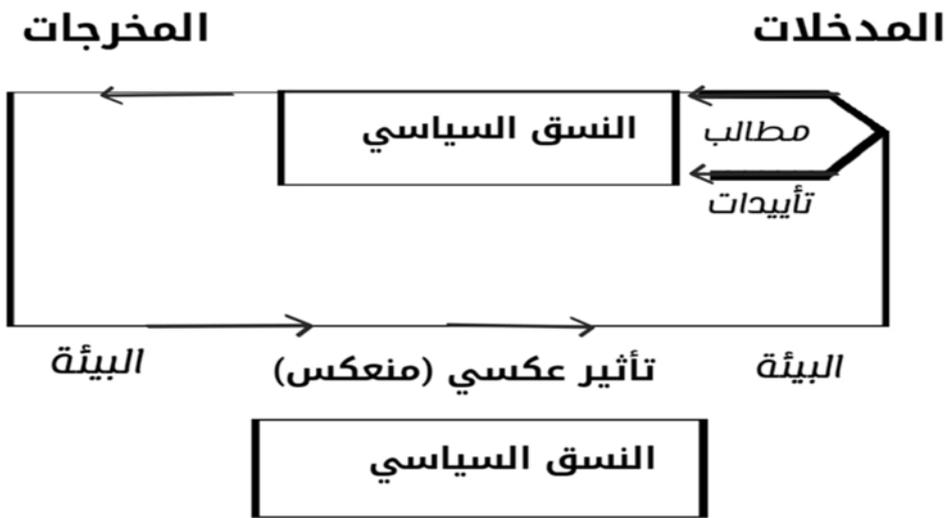
"ويكون رد فعل النظام السياسي اما ايجابيا أو سلبيا، فيكون ايجابيا عندما يتخذ النظام السياسي تدابير سياسية ايجابية، تتمثل في قبول وتحقيق مطالب المحيط، ويكون سلبيا عندما تقابل مطالب المحيط بالرفض.

وتتمثل مخرجات النظام في هذ الدراسة بمجموع القرارات والتدابير الوقائية والإجراءات الصادرة عن النظام (وزارة الصحة الجزائرية) بمعنى آخر هي رد فعل وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع الفايسبوك على مطالب التي تتلقاها من الجمهور، والمتمثلة في رفع الحجر المنزلي، توفير اللقاح،... الخ.

-التغذية الاسترجاعية: يقصد بها مجموع ردود أفعال البيئة على مخرجات النظام السياسي، وذلك في شكل طلبات واقتراحات جديدة، ومن خلال تدفق رجوع الصدى يستعلم النظام عن موقف البيئة ويوجب عن المطالب.

والاتصال السياسي حسب المقاربة النسقية هو: " مجموعة من التبادلات المعلوماتية من ناحية، وبين المكونين المختلفين للنسق السياسي ومن ناحية أخرى بين النسق السياسي ذاته ومحيطه". (بودهان، 2002، صفحة 44).

الشكل رقم (2) نموذج Easton يبين الاتصال القائم بين الحاكم والمحكومين:



المصدر: من إعداد الباحثة (بودهان، 2002، صفحة 55)

7-2-2-الافتراضات الأساسية التي يقوم عليها المقاربة النسقية/تحليل النظم. (السيد، 2021)

-العملية السياسية عملية آلية ديناميكية :

يفترض اقتراب تحليل النظم أن التفاعلات السياسية بين مكونات النظام المختلفة وبعضها البعض وبينها وبين مكونات البيئة المحيطة، تتم بصورة آلية ديناميكية هذه الآلية والديناميكية تحكم عملية تحليل النظام السياسي، من خلال التأكيد على التفاعل بين النظام بأنظمتها الفرعية والبيئة بأنظمتها المختلفة.

-النظام السياسي نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالأنظمة الأخرى:

نقطة البداية في التحليل لدى Easton تفترض أن التفاعلات السياسية في إطار النظام السياسي تتم استجابة للتأثيرات البيئية، وينظر هذا الافتراض إلى الحياة السياسية على أنها تشكل نظام مفتوح عرضة للتأثير بالبيئة المحيطة وان كان هو الأخير يؤثر فيها بدوره.

-النظام يقوم بمجموعة من الوظائف لا بد منها للاستمرارية:

إن ما يعطي قيمة للدراسة التحليلية ' للحياة السياسية' كنظام سلوكي كما ينظر إليه اقتراب تحليل النظم هو التساؤل الذي يدور حول كيف أن الأنظمة السياسية، تستمر في عالم يتضمن عناصر التغيير كما يتضمن عناصر الاستقرار.

ويقول **Easton** أن محاولة الإجابة عن هذا التساؤل كشفت ما أسماه 'دور حياة الأنظمة السياسية' والتي تتبلور حول مجموعة من الوظائف الهامة، والحيوية التي بدونها لا يستطيع أي نظام سياسي أن يستمر وأن يحافظ على بقاءه.

-البيئة تفرض على النظام ضغوطا :

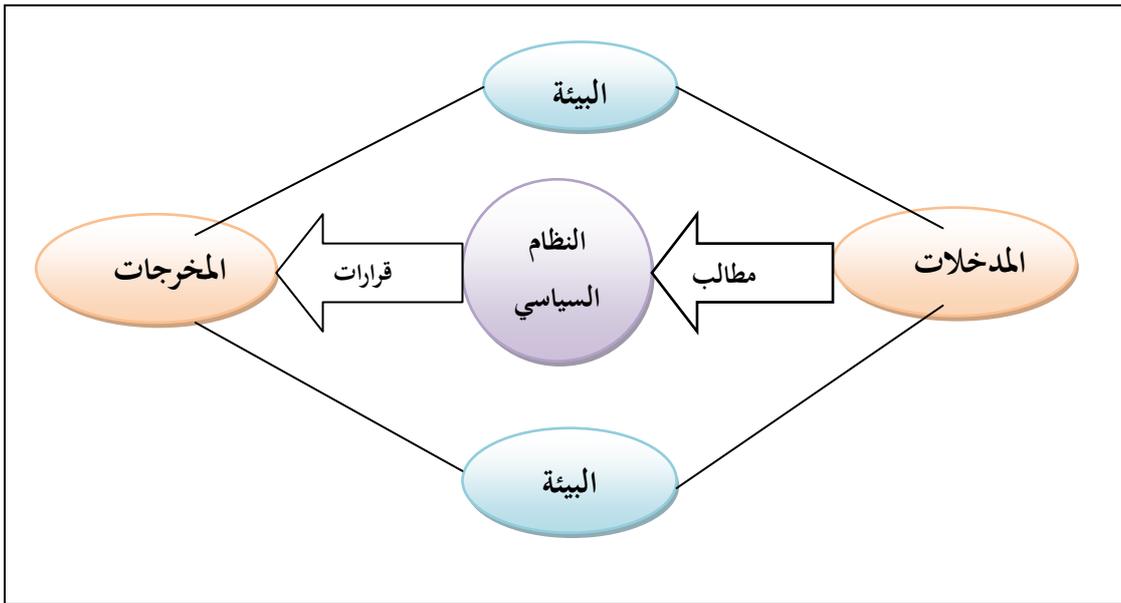
على الرغم من أن البيئة بمختلف جوانبها تمثل مشكلة تحليلية خطيرة، إلا أن "Easton أكد على أنه يمكن إلى حد كبير تبسيط الأمور، فيما يتعلق بتحليل أثر البيئة. إذا ما تم تركيز الاهتمام حول مجموعة من المدخلات التي يمكن استخدامها كمؤثرات تلخص المؤثرات الأكثر أهمية، من حيث مدى إسهامها في خلق التوتر والضغوط التي تعبر الحدود من البيئة إلى داخل النظام السياسي، بالتركيز على مدخلين رئيسيين هما المطالب والتأييد.

فالمطالب تفرض على النظام السياسي ضغوطا لا بد له من أن يستجيب لها، ويرجع ذلك إلى أن عدم إشباع المطالب والرغبات الجماهيرية يترتب عليه تزايد الإحساس بعدم الرضا عن النظام السياسي ومن ثم يقل الدعم والتأييد.

### -النظام السياسي نظام تكيفي:

يعتقد **Easton** أن القدرة الحقيقية لبعض الأنظمة على الاستقرار والبقاء، رغم الضغوط والتوترات غير العادية التي تتعرض لها من بيئتها يحمل على الاعتقاد بحقيقة أن هذه الأنظمة تمتلك بالضرورة مقدرات الاستجابة في مواجهة هذه الضغوط والتوترات، وعليه فهو يفترض أن النظام السياسي هو نظام تكيفي ويقوم في الواقع بأكثر من مجرد رد الفعل بصورة سلبية للتأثيرات البيئية.

شكل (3) نموذج دافيد ايستون المبسط للنظام



المصدر: إعداد الباحثة: (رمللي، 2020، الصفحة 22)

### ❖ اسقاط المقاربة على موضوع الدراسة:

من خلال الاعتماد على هذه المقاربة يمكننا فهم سيرورة التفاعلات القائمة داخل النسق أو النظام وهو وزارة الصحة الجزائرية وبين جمهورها الخارجي و الذي يمثل البيئة.

كما سعادتنا هذه المقاربة في تحديد العلاقة الموجودة بين البيئة والنظام ( وزارة الصحة الجزائرية)

تعد وزارة الصحة الجزائرية وفق للمقاربة النسقية نظاما مفتوحا يتكون من مجموعة أنساق فرعية يمتاز بوجود تفاعل بينها وبين بقية الأجزاء الأخرى المكونة للنظام، يتأثر ويؤثر بالبيئة من خلال فتحتي المدخلات والمخرجات. فالمؤسسة نسق يستورد أو يحصل على معلومات من المحيط (الجمهور) وتسمى بالمدخلات وهو كل ما يتلقاه النسق من خارج النظام وقد تكون في شكل مطالب أو تأييد، ويجب النظام من خلال المخرجات وتمثل في رد فعل وزارة الصحة الجزائرية على كل ما ورد إليها من البيئة. وحتى تحافظ المؤسسة على استقرارها وتوازنها في ظل ما تشهده من تغييرات وأزمات كأزمة كورونا لا بد لها من تأدية وظائفها بنجاح.

وعليه يمكن القول إن المؤسسة كنسق مفتوح تسعى للحصول على مدخلات وتحويلها إلى مخرجات والاتصال السياسي هو الآلية التي تسمح بحلب معلومات عن جمهور المؤسسة وعن البيئة.

### 8- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تركز على وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين عناصر الظاهرة، في إطار علاقات افتراضية يمكن اختبارها، وتستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن. (عبد الحميد، 2010، صفحة 13). فالبحوث الوصفية تمكن الباحثين من وصف الظاهرة العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه.

وتسعى الدراسة الحالية إلى الوصف والتحليل الكمي والكيفي لإدارة الأزمة الصحية 2020. وتحليل إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة في إدارة الأزمة، من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية وذلك بتحليل شكل ومضمون المنشورات الخاصة بالأزمة الصحية التي تنشرها الصفحة محل التحليل. "بهدف الحصول على بيانات كافية ودقيقة عن الأسئلة الخاصة بالشكل والمضمون التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، ثم بعد جمع تلك البيانات والمعلومات يتم تبويبها، تفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً، يجعل من اليسر على الباحث أن يخرج منها بنتائج ودلالات معينة مفيدة" (مسامح، 2020-2021، صفحة 58). ومن تم تقديم تفسيرات بشأنها.

### 8-1- منهج الدراسة

إن الضرورة المنهجية لأي دراسة، تتطلب من الباحث اختيار المناهج الأساسية لها والتي على ضوءها سيتم معالجة موضوعه وأهم الأدوات التي تمكنه من جمع مختلف المعطيات حول الظاهرة المدروسة

والمنهج كما يعرفه موريس أنجرس: بأنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة. (أنجرس، 2006، صفحة 98). أما الباحث مُجد زيان عمر فعرف المنهج بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون". (بن مرسل، 2005، صفحة 282)

وبما أن دراستنا المعنونة ب: "إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر، دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020." تنتمي للدراسات الوصفية التحليلية وهي دراسات تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة إلى جماهير مختلفة" (مرسل، 2003، صفحة 52)، بهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص وأبعاد ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر في الوقت الراهن، فأحد أهم المناهج للدراسات الوصفية وأكثرها ملائمة هو المنهج المسحي أو منهج المسح. وبما أن الدراسة التي بين أيدينا تستهدف وصف وتحليل المضامين التي تناولت الأزمة الصحية في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، وذلك بتحليل شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة في إدارة أزمة كورونا 2020 بالجزائر، وهي تقع في خانة البحوث الوصفية وبناء على ما أشير إليه سابقا فإن المنهج الملائم لها هو منهج المسحي.

### 8-1-1- المنهج المسحي:

يعتبر المنهج المسحي ( المسح) من أكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، وهو منهج يعتمد عليه الباحثون للحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة. (قنديلي، 2015، صفحة 103)

ويعرف سمير مُجد حسين المنهج المسحي على أنه: " جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث، من عد المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة، وذلك بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين، أو لتحديد كفاءة الأوضاع القائمة". (سمير مُجد حسين، 2005، الصفحات 127-128)

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح من خلال مسح مضمون عينة من منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاييسبوك، وذلك بغرض التعرف على طبيعة استراتيجية الاتصال السياسي التي تم اعتمادها في ادارة أزمة كوفيد 19 الصحية بالجزائر.

## 8-2- أدوات جمع البيانات

تعد أدوات جمع البيانات أحد أهم خطوات البحث العلمي، إذ تمكن الباحث من جمع أكبر قدر ممكن من البيانات المعالجة لموضوع دراسته التي قد يغفل عنها في طريقه لإنجاز الدراسة، وكما أن المنهج والعينة يختلفان باختلاف المواضيع المدروسة كذلك تختلف وتتعدد أدوات جمع البيانات، وذلك حسب طبيعة ونوع الموضوع محل الدراسة، حيث نجد بعض الدراسات تعتمد أداة واحدة فقط وتكون كافية لمعالجة الظاهرة، في حين توجد بعض الدراسات التي تتطلب ضرورة الجمع بين أكثر من أداة، حيث يقول الباحث أحمد بن مرسل في كتابه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: "إذا كانت الظاهرة محل الدراسة تنتمي إلى الحاضر القائم، فإن المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسة هو منهج المسح الذي يساعد على مسح الظاهرة في إطار واقعها الطبيعي باستخدام العديد من أدوات البحث مثل: المقابلة، الاستبيان، والملاحظة. أما إذا كان الواقع المبحوث عبارة عن مادة إعلامية موثقة، في شكل نصوص مكتوبة، أو شرائط مسجلة، أو أفلام مصورة، فإن الأداة الملائمة لذلك هي أداة تحليل المضمون بأسلوبين الكمي والكيفي". (بن مرسل، 2005، صفحة 96).

وتعرف أدوات البحث العلمي بأنها: "تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر". (أنجرس، 2006، صفحة 129)

وباعتبار أن موضوع دراستنا هو: إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر، دراسة تحليلية للأزمة الصحية. اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات، وذلك مع مراعاة توافقها مع المنهج 2020 المستخدم في الدراسة ومتطلباتها النظرية والتطبيقية، ومن بين الأدوات التي تم اعتمادها في هذه الدراسة نذكر: الملاحظة، استمارة تحليل المحتوى المتاح عبر المواقع الإلكترونية، وشبكة التحليل.

## 8-2-1- أداة الملاحظة:

وتعني الملاحظة "المشاهدة بهدف الوصول إلى معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر" (الذنيات، 1999، صفحة 81)

في هذه الدراسة اعتمدت الباحثة على الملاحظة بغير المشاركة أي الملاحظة البسيطة والتي نعني بها: "الملاحظة التي يكتفي فيها الباحث بمراقبة المجتمع محل الدراسة دون مشاركة أعضائه حياتهم الخاصة". (مرسلي، 2003، صفحة 52)

وتم توظيف أداة الملاحظة البسيطة في هذه الدراسة كمرحلة استطلاعية أولية للاطلاع على جميع المضامين المتعلقة بالوضع الوبائية كوفيد 19 التي تنشرها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر موقع الفاييسبوك، وتقصي مختلف الأنشطة المزاولة في تلك الفترة أي فترة الأزمة وفترة التحليل معا. وقد ساعد ذلك الباحثة في تحديد تساؤلات الدراسة وتحديد فئات تحليل المحتوى .

**8-2-2- شبكة التحليل\*** : أداة لتوجيه ملاحظات الباحث عبر المواقع، وهي عبارة عن فئات تحليل تتعلق بالشكل والمضمون صممت خصيصا لتحليل المواقع والصفحات عبر الانترنت.

وقد وظفت الباحثة شبكة التحليل بما يخدم الموضوع، وذلك من خلال تكييف شبكة التحليل الخاصة بموقع الفاييسبوك مع موضوع الدراسة من أجل بناء فئات تحليل ذات كفاءة لرصد الحقائق المطلوبة.

### 8-2-3- تحليل المحتوى:

يعرف تحليل المحتوى على أنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث، أو فروضه الأساسية طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث. (طيمية، 2004، صفحة 74)

\* ينظر: كيجل فتيحة، أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن: دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات الإخبارية العربية النشطة عبر موقع الفاييسبوك، تخصص صحافة كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3 أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم 2019/2020

Patrice Bégin, Journalisme Et Société : Pratiques Et Discours Du Journalisme Citoyen, Mémoire Présenté Comme Exigence Partielle De La Maîtrise En Communication, Université Du Québec A Montréal, Janvier 2014

وبما أنا دراستنا تهدف بالأساس إلى التعرف على ماهية إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية، ووصف المحتوى الظاهر والحالي للمضامين المنشورة.

فان أفضل أداة لتحليل محتويات هذه الشبكات هو تحليل المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية أو تحليل مضمون المواقع الإلكترونية، الذي يختص بتحليل مضمون المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتعتبر أداة مستجدة في تحليل المحتوى، لم تكن معروفة قبل ظهور الانترنت ويرتبط بحد كبير بخصائص هذه المواقع ويثبتها الأساسية، التي استفادة كثيرا من تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

فتحليل المحتوى المتاح عبر المواقع الإلكترونية، يتجاوز حدود النص ذاته إلى كل ما هو متاح على الموقع من معلومات، تشمل النص أو النصوص، والوسائل المتعددة، وأدوات التوصيل والإتاحة، وسهولة قراءة المحتوى، وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني، التي تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات، وتنظيم نشرها، وعرضها، في أشكال تيسر استخدامها واسترجاعها من قبل المتلقين أو المستخدمين، واتخاذ قرارات الاستفادة بها مرات أخرى، من خلال التخزين أو التسجيل، أو تحميلها على أوعية أخرى. (الحמיד، 2007، صفحة 295)

وحتى تكون عملية التحليل ناجحة لابد على الباحث أن يراعي جملة من العوامل عند استخدامه لهذا الأسلوب وهي:

الدقة في تصميم استمارة التحليل

حسن اختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوى الإعلامي

-الدقة في تسجيل المادة المراد تحليلها.

-الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها. (عزمي، 1993، الصفحات 117-118)

تم الاعتماد على هذه الأداة نظرا للطبيعة التحليلية للدراسة بالإضافة إلى أنها تساعد على وضع إجابات للأسئلة التي تم طرحها، وذلك من خلال المعلومات التي توفرها عينة الدراسة، والتي سوف تتحول إلى فئات بحيث تم ترتيبها وفقا لفئات تعبر عن مضمون ما جاء في الصفحة من منشورات،

وأخرى تعبر عن الشكل الذي أتت عليه هذه المنشورات والمضامين وكذا الصفحة ككل ثم إلى وحدات أصغر تمكن من استخلاص النتائج وتفسيرها.

### 8-2-3-1- بناء استمارة التحليل:

### 8-2-3-1-1- تحديد فئات التحليل:

فئات التحليل: "إن تعيين الفئات هي عملية تصنيف محتوى الاتصال، أي الوصول إلى تلك العناوين الجامعة التي تؤدي عملية تقليص النص إلى أجزائه الأساسية، وعادة ما يتم تعيين الفئات على أساس النموذج الذي وضعه بيرلسون (1912-1979). وتصنف فئات التحليل إلى تلك الخاصة بالشكل تهتم بشكل وكيفية عرض المادة الإعلامية وتلك الخاصة بالمضمون تتعلق بوصف المعاني والأفكار التي تظهر المضمون". (بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، 2015، صفحة 322)

وعليه قامت الباحثة بتصنيف محتويات عينة الصفحة محل الدراسة إلى فئات، حيث تتطلع كل فئة من فئات التحليل للإجابة عن تساؤل من تساؤلات الدراسة المتعلقة بمضمون الصفحة، وبناء على ما سبق صممت الباحثة استمارة تحليل مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك بتحديد الفئات التالية:

### - فئات ماذا قيل: "المضمون"

#### - فئة المواضيع:

نقصد بها المنشورات الخاصة بالأزمة الصحية (كورونا) 2020 التي تم نشرها بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية وتضم هذه الفئة الفئات التالية:

#### - مواضيع خاصة بالنشاطات المعتمدة في تغطية أزمة كورونا وتشمل:

تقارير اليومية حول حالات الإصابة، الشفاء، الوفيات، خرجات ميدانية، لقاءات تقييمية دورية، ندوات ومؤتمرات، بيانات صحية (تعازي).

#### - مواضيع خاصة بنشاطات المعتمدة للحد من فيروس كورونا وتمثل: حملات تحسيسية،

حملات تلقیح، تعليمات وإرشادات.

- فئة أساليب الاتصال: نقصد بها مجموع الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدها وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك وتتمثل في: إستراتيجية الإعلامية، إستراتيجية الحوار، إستراتيجية الإقناع .

#### - فئة الأهداف:

نقصد بها الغاية التي تسعى وزارة الصحة إلى تحقيقها من خلال متابعتها من منشورات خاصة بالأزمة الصحية عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايسبوك وتتمثل في: الإعلام، التحسيس، التحذير، التعريف بالأزمة .

#### - فئة وظائف الاتصال السياسي:

يتحدد مفهوم الوظائف هنا في مجموع السلوكيات التي تسعى وزارة الصحة الجزائرية إلى غرسها في الجمهور المتلقي من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك وتتمثل في: وظيفة الأخبار، الرقابة على الحكومة، توعية الجمهور، توجيه الرأي العام .

#### - فئة الفاعلين:

وتهتم هذه الفئة بالتركيز على أهم القوى الفاعلة والشخصيات الأساسية التي تظهر في المحتوى الذي تقوم تنشره وتذيعه وزارة الصحة الجزائرية عبر صفحتها بموقع الفايس بوك وتضم: المجتمع المدني، أطباء، شخصيات سياسية، رجال الدين، وسائل الإعلام، منظمة الصحة العالمية

#### - فئة اتجاه تعليقات الجمهور بالصفحة:

نقصد بها اتجاه تعليق الجمهور نحو المضامين المنشورة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك

مؤيد، معارض، محايد

#### - فئات (كيف قيل) الشكل:

ويقصد بها تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي لمضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية محل الدراسة الناشطة عبر موقع الفايس بوك. ولأجل التحديد السليم لهذه الفئات تم

الاعتماد على شبكات تحليل الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية بعد تكييفها مع تساؤلات الدراسة وأهدافها

#### -فئة تصميم واخراج الصفحة:

وتشمل هذه الفئة كل ما يتعلق بشكل وطريقة تقديم هذه الصفحات للمتصفحين. من طرق إخراجها، الخدمات التقنية، نوع الصور، أشكال التفاعلية، فئة الولوج، العنق وغيرها. و التي تهدف إلى إظهار و ابراز الجانب الشكلي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائر حيث يسهم الاخراج الشكلي وما يتضمنه من وحدات في جذب الجمهور نحو الصفحة والقدرة على تصفحها. وتضم:

#### -فئة البيانات العامة للصفحة:

وتشمل هذه الفئة كل ما يتعلق بطريقة وشكل تقديم هذه الصفحة للمتصفحين وتضم: تاريخ إنشاء الصفحة عينة الدراسة التحليلية، الرابط الخاص بها، وكذا الشعار النصي الخاص بها.

#### -موقع اللافتة في الصفحة:

وسط رأس الصفحة، يمين رأس الصفحة، يسار رأس الصفحة، أسفل الصفحة) بالعادة هذه هي الوضعيات التي تتخذها اللافتة بالصفحات وتختلف بطبيعة الحال من صفحة إلى أخرى حسب الخط الافتتاحي ومضمون الصفحة .

-المعالجة الجرافيكية للافتة في الصفحة: من حيث المساحة واللون.

#### -الرمز (logo) :

#### -تصميم الصفحة من حيث عناصر:

الجاذبية، الصور، الصور المتحركة، الفيديو، الفيديو المباشر، الروابط التشعبية، مخطط الموقع، شريط الإبحار.

**-فئة الصور:**

وتشمل هذه الفئة معرفة طبيعة كل الصور التي يتم توظيفها في المنشورات الخاصة بالصفحة عينة الدراسة من حيث: صور شخصية، صور مرتبطة بالحدث، صور إخبارية..

**-فئة العنق:**

ونعني به ذلك الحيز الذي يفصل بين رأس الصفحة وجسم الصفحة والمراد به معرفة حالة العنق في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عينة الدراسة.

**-فئة الولوج:**

يقصد بها مدى إمكانية الوصول إلى الصفحة وكذا التحقق من تواجدها من خلال البريد الإلكتروني الخاص بها أو رقم هاتف صالح .

**-فئة القرافيزم:**

تناول هذه الفئة مدى انسجام الصور مع النصوص والمحتويات

**-فئة الخدمات التقنية:**

تدرس هذه الفئة مختلف الخدمات التقنية التي تتيحها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايس بوك من حيث:

-روابط تجميل إلى مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، خدمة "RSS" نظام التصويت، التفاعلية.

**-فئة أشكال التفاعل:**

تخص الفئة بدراسة شكل تفاعل الجمهور مع المضامين الخاصة بالأزمة المعروضة بالصفحة وذلك من خلال التعليق، الإعجاب، المشاركة.

**- فئة اللغة:**

ونقصد بها لغة التحرير في الصفحة محل الدراسة تهدف هذه الفئة إلى التعرف على طبيعة اللغة التي كتبت بها المواضيع الخاصة بالأزمة الصحية من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر

صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتضم الفئات الفرعية التالية: اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللغة الإنجليزية، اللغة الأمازيغية، لغة مختلطة .

### - فئة القوالب الصحفية:

يقصد بها الأشكال أو الفنون الصحفية التي صيغت بها المحتويات بالصفحة محل الدراسة وتمثل في: الخبر الصحفي الإلكتروني، التقرير الصحفي الإلكتروني، المقال الصحفي الإلكتروني، الحديث الصحف الإلكتروني .

### - أساليب النشر:

ويقصد بها أشكال عرض المحتويات بالصفحة وتمثل في: نص، نص + صورة، فيديو، نص + فيديو، صورة .

### 8-2-3-1-2- تحديد وحدات التحليل ووحدات العد والقياس

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز للمحتوى الذي يبدأ بالفكرة ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون. (عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2004، صفحة 233) .

### - وحدات التحليل:

وتحقيقاً لأهداف الدراسة اعتمدنا على:

- وحدة الفكرة: تساعدنا هذه الوحدة في تصنيف المواضيع المركز عليها في الصفحة محل الدراسة

- وحدة الكلمة: تساعدنا هذه الوحدة في إيجاد بعض الفئات التي يستدل عليها بكلمة كفاءة

الفاعلين الأكثر بروزاً في المحتوى، فئة الأهداف.

### - وحدات العد والقياس:

يعرف القياس بأنه: أداة تساعد الباحث في البحوث الكمية لقدرته على تقديم قيمة عددية

للصفات الكيفية، وهو التسجيل الكمي لوحدات المضمون وفئاته ومتغيراته الخارجية بطريقة منظمة تعيد

بناء المضمون في شكل أرقام وأعداد، يمكن من خلال المعالجة الإحصائية لها الوصول إلى النتائج الكمية التي تسهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة". (بومزير، 2023، صفحة 138)

ومنه فان أسلوب العد والقياس الذي تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة هو التكرار في كل فئة من الفئات، حيث تم قياس وعد هذه التكرارات ومؤشراتها في محتوى الصفحة محل الدراسة، فمثلا: لاكتشاف الفاعل الأكثر بروزا في المحتوى نقوم بحساب تكرار ظهور الفاعلين داخل المحتوى ومن ثم يتبين لنا الفاعل الأكثر تكرارا وكذل هو الحال بالنسبة لباقي الفئات.

### 3-1-3-2-8- صدق وثبات أداة جمع البيانات

#### \*صدق الأداة:

"المقصود بصدق التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد الإعلام والاتصال المختلفة، التأكد العلمي من أن استمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه" (بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، 2015، صفحة 326) من خلال التأكيد على مدى قدرة وصلاحيّة الأداة والمتمثلة في استمارة تحليل المحتوى على قياس المضمون المراد تحليله، بما يتوافق مع أهداف الدراسة والفئات التي تم وضع تعريفات محددة لها، مع سلامة العبارات وشمولها لتساؤلات البحث.

وقد تم عرض نموذج استمارة تحليل المحتوى الخاص بالدراسة الحالية على مجموعة من الأساتذة المختصين في الإعلام والاتصال لتحكيمها وتقييمها والحكم على مدى ملائمتها، وذلك بعد التصميم الأولي للفئات الرئيسية للأداة بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها، تم بعد ذلك عرضها على الأستاذ المشرف الذي قدم ملاحظات أولية، ثم أجرت الباحثة اختبارا أوليا لها من خلال تحليل عينة من المضامين المنشورة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، من أجل التأكد من دقتها وصلاحيّتها للقياس، وعلى ضوء ذلك تم إجراء التعديلات اللازمة، لتقوم الباحثة بعرض الاستمارة إلكترونيا على مجموعة من أساتذة باحثين في علوم الإعلام والاتصال عن طريق إرسالها عبر البريد الإلكتروني، لتقديم آراءهم وتوجيهاتهم والحكم على الاستمارة شكلا ومضمونا، واقتراح أي تعديل أو حذف أو إضافة لأي فئة يرون أنها تتناسب مع موضوع البحث. وقد تم الإجماع من قبل المحكمين على سلامة لغة الأداة وعلى ملائمتها لأهداف الدراسة، في حين قاموا بإضافة بعض الفئات فيما يخص المضمون خاصة ما يتعلق بمتغير الاتصال السياسي، و بناء على نتائج التحكيم تم إجراء التعديلات المناسبة التي اقترحوها ومن ثم قامت الباحثة بوضوح الاستمارة النهائية .

### \*ثبات أداة جمع البيانات:

إن التأكد من أداة التحليل هو خطوة أساسية في الدراسات الإعلامية، حيث يؤكد على مدى صلاحية هذه الأداة من أجل تحقيق أهداف البحث، مما يضمن تطابق عملية تحليل المحتوى بالمعايير المستخدمة واستقرار في الحصول على نتائج ثابتة عند تكرار تطبيق التحليل باستخدام نفس الأداة أي نفس فئات ووحدات التحليل مرة أخرى في المستقبل على نفس المضمون. (مسامح، 2020-2021، صفحة 76). كما يمكن التأكد من ثبات التحليل من خلال معادلات الرياضيات التي تسمح للباحث بقياس درجة الثبات عبر معادلات إحصائية، ومنه اختارت الباحثة معادلة هولستي وذلك لسهولة العمل بها كما تعتبر أهر معادلة رياضية في هذا المجال.

$$R = \frac{NC}{1+N} \times C$$

حيث أن N تمثل عدد المحكمين، وهو 4 (أ، ب، ج، د)

C: تمثل كتوسط الاتفاق بين المحكمين. (يتم حسابه عن طريق جمع ما اتفق عليه المحكمين من فئات وتقسيمه على عدد الفئات التي تم تحليلها، ثم جمع تلك النسب وتقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون)

R : يمثل معادلة الثبات.

نحدد عدد فئات الاستمارة وعناصرها كاملة ، والذي قدر ب 104 ثم نضع كل زوجين من المحكمين على حدى، ومحسب الاتفاق بين كل زوجين من المحكمين بالشكل الآتي :

أ: محكم 1، ب: محكم 2، ج: محكم 3، د: محكم 4

$$أود = 104/95 = 0.91$$

$$ب و ج = 104/77 = 0.74$$

$$أ و ب = 104/101 = 0.97$$

$$ج ود = 104/71 = 0.86$$

$$أ و ج = 104/98 = 0.94$$

$$ب ود = 104/74 = 0.71$$

ومنه يصبح عدد الأزواج 6 أزواج نطبق المعادلة الآتية للحصول على متوسط الاتفاق

$$C0.91+0.74+0.97+0.86+0.94+0.71=\div 6=4.95$$

$$C=0.82$$

اذن بعد كل الخطوات السابقة نحسب معامل الثبات R على النحو الآتي:

$$0.94 = (0.82) \times (1-4) + 1 \div (0.82)4 = R$$

وهي نسبة مرتفعة جدا من حيث درجة الثبات التي يحصرها برلسون بين 0.79 إلى 0.99.

## 9- مجتمع الدراسة وعينته

### 9-1- مجتمع الدراسة

يعد تحديد مجتمع البحث من أهم خطوات الدراسة التحليلية في بحوث الإعلام، فانطلاقا منه يتم اختيار العينة مناسبة للدراسة.

ويقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون: "بمجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث.". (ثمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، 2007، صفحة 6)

وبالتالي وباعتبار موضوع دراستنا يتمحور حول إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر، دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020. فإن مجتمع البحث للدراسة التحليلية يتمثل في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك خلال الفترة الممتدة من مارس 2020 إلى فيفري 2021. وقد لجأت الباحثة إلى الأسلوب القصدي في اختيار الصفحة محل الدراسة. ووقع اختيارنا للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك تحديدا لعديد الاعتبارات منها:

- أن الصفحة محل الدراسة تعتبر الأكثر نشاطا واشتركا ومتابعة من قبل الجمهور حيث بلغ عدد

متابعي الصفحة 2 مليون.

- بعد متابعة صفحات المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، يوتيوب) لفترة زمنية محددة اتضح للباحثة تشابه في المحتويات المنشورة عبر صفحات المؤسسة إلا أنه في أغلب الأحيان تركز الصفحة على نشر مضامينها عبر صفحة الفيسبوك، إذ يمكن إرجاع ذلك إلى:

- يعد موقع الفيسبوك من أكثر المواقع استخداما من قبل الجمهور وهو ما أكدته لنا تقرير نشر في 3 مارس 2024 بموقع الجزيرة حول معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجزائريين ووفقا لم جاء في التقرير، بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك حوالي 24.85 مليون مستخدم متجاوزا منصة يوتيوب.

-تزامن تاريخ إنشاء الصفحة وبداية ظهور فيروس كورونا في الصين وبالتالي ترتبط بشكل مباشر بالمجال الزمني للدراسة. وبالعودة لحساب الصفحة عبر موقع تويتر مثلا فقد تم إنشائه بتاريخ 20 جويلية 2020 أي بعد مضي أشهر من انتشار الفيروس بالجزائر

-تحمل الصفحة علامة التوثيق الزرقاء مما يعني أنها مصدر رسمي موثوق به

-تمتاز الصفحة بالتحديث المستمر والتفاعلية.

الجدول 01: يمثل بطاقة تقنية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائر Ministère de la santé

Algérie

معلومات خاصة بالصفحة	الصفحة
Ministér de la santé Algerie وزارة الصحة الجزائرية	اسم الصفحة
<a href="https://www.facebook.com/SanteDZA">https://www.facebook.com/SanteDZA</a>	رابط الصفحة
1 أكتوبر 2019	تاريخ إنشاء الصفحة
1433980	عدد المعجبين بالصفحة
2034875	عدد متابعي الصفحة
75 07 42 032	رقم الهاتف
Toujour ouvert	مواقيت التواجد في الصفحة
<a href="https://www.youtube.com/channel/UC2XUhgRS2csH495VIDHoiRg">https://www.youtube.com/channel/UC2XUhgRS2csH495VIDHoiRg</a>	موقع اليوتيوب الخاص بالصفحة
<a href="https://twitter.com/sante_gouv_dz">https://twitter.com/sante_gouv_dz</a>	موقع تويتر الخاص بالصفحة
الجمهورية الجزائرية	الجمهور المستهدف
اثنين من الجزائر	مديري الصفحة
	الصورة المصغر للغلاف Photos de profil
	صورة غلاف الواجهة Photos de couverture
<a href="https://sante.gov.dz">https://sante.gov.dz</a>	الموقع الإلكتروني

من إعداد الباحثة اعتمادا على بيانات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك جوان  
-2022

الصفحة تحمل اسم وزارة الصحة الجزائر Ministère de la santé Algérie في إشارة منها إلى أن محتوى الصفحة موجه إلى الجمهور الجزائري، أنشأت الصفحة بتاريخ 1 أكتوبر 2019، تحت اسم وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات وهو الاسم السابق للمؤسسة قبل إعادة الهيكلة، في حين تم تغيير تسمية الصفحة في 22 جويلية 2020 لتصبح وزارة الصحة، وفي 2 سبتمبر 2021 تم تغيير اسمها إلى وزارة الصحة الجزائر **Ministère De La Santé Algérie** لتحافظ المؤسسة على هذا الاسم إلى يومنا هذا، يبلغ عدد مشتركوي الصفحة m2 متابع.

### 9-2- عينة الدراسة

يعتمد الباحثون في إجراء دراساتهم على العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والنتائج التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث. وتعرف العينة على أنها: "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها" (سمير، 1976، صفحة 293).

وترتبط العينة في تحليل المضمون الإلكتروني باختيار الفترة الزمنية المخصصة للتحليل والتي غالبا ما تكون قصدية لاعتبارات خاصة بطبيعة الموضوع أو الآجال الزمنية للبحث وكذلك لطبيعة النشر الإلكتروني الذي يتميز بعدم انتظام النشر للتحديث المستمر، لذلك اخترنا المنشورات المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية المنشورة بالصفحة في الفترة الممتدة من شهر مارس 2020 إلى شهر فيفري 2021.

ويعرف الدكتور أحمد بن مرسللي العينة القصدية بأنها: " العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم الباحث هو شخصا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات". (بن مرسللي، 2010، صفحة 197).

### العينة الزمنية :

قامت الباحثة باختيار عينة زمنية قصدية استمرت لمدة سنة من شهر مارس 2020 إلى شهر فيفري 2021 واخترنا هذه الفترة الزمنية حتى تغطي كل فصول السنة ومن جهة أخرى للوقوف على

مراحل نمو الأزمة، مرحلة ميلاد الأزمة، والتي صادفت الأول من مارس 2020، وهو تاريخ أول منشور مؤكد حول فيروس كورونا بالجزائر، ثم مرحلة تصاعد الأزمة، والتي كانت مع نهاية شهر أبريل واستمرت إلى غاية شهر أكتوبر، وأخيرا مرحلة انحصار الأزمة، أين شهدنا استقرار مؤقت في الوضعية الوبائية بداية من شهر نوفمبر إلى غاية فيفري 2021.

وقد قمنا خلال هذه الفترة باختيار كل المنشورات ذات الصلة بالموضوع محل الدراسة، واستبعاد كل المنشورات التي لا تمت بصلة بالأزمة الصحية، كما اعتمدنا على أسلوب الشهر الصناعي في اختيار مفردات العينة التي قمنا بتحليلها، حيث قمنا باختيارها كالتالي: اليوم الأول من الأسبوع الأول من الشهر الأول ( مارس 2020)، اليوم الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني (أفريل)، اليوم الثالث من الأسبوع الثالث من الشهر الثالث (ماي)، اليوم الرابع من الأسبوع الرابع من الشهر الرابع (جوان) اليوم الخامس من الأسبوع الأول من الشهر الخامس (جوياية). لعدم وجود أسبوع خامس بالشهر.. الخ، وهكذا حتى شهر فيفري 2021. ويرجع سبب اعتمادنا على هذا التقسيم إلى عدة أسباب نوجزها فيما يلي:

- ضمان التمثيل الزمني المتنوع: حيث يتيح هذا الأسلوب تغطية فترات زمنية مختلفة، مما يساعد في تحليل تطور مراحل الأزمة الصحية.
- تجنب الانحياز: بهدف تجنب احتمالية الانحياز في اختيار المنشورات، مما يعزز من مصداقية العينة.
- التقليل من التكرار: من خلال تقليل التكرار في البيانات، نظرا لكثرة المنشورات التي يتم نشرها يوميا وكذا تشابهها وتطابقها في أحيان كثيرة، خاصة ما تعلق منها بعدد الإصابات والوفيات، وكذا الطرق الوقائية... الخ، فتقليل التكرار يسهل عملية التحليل ويجعل النتائج أكثر دقة.

## 10- مجالات الدراسة

إن أي بحث يرسم هدفا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية، حيث أن المجال يعطي صورة شاملة على مدى جدية العمل، والظروف المحيطة التي تم فيها، وكذلك يصرنا بالصعوبات التي واجهت الباحث.

تتمحور الدراسة الحالية حول إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمة الصحية بالجزائر 2020، وهي دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفيسبوك، وتتحدد مجالات هذه الدراسة في:

**1-10- المجال الموضوعي:** تسعى الباحثة لمعرفة شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة في إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية بالجزائر 2020، وذلك من خلال تحليل مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك..

**2-10- المجال الافتراضي:** إن المحدد الأساسي للمجال المكاني لأي دراسة هو مجتمع البحث، وقد اختارت الباحثة مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة التحليلية المتمثل في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بالجزائر على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

**3-10- المجال الزمني:** أجريت الدراسة التي بين أيدينا في الفترة الزمنية الممتدة بين 2020-2024، من أول تسجيل إداري للموسم الجامعي 2021/2020.

امتدت الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي ابتداء من شهر أبريل 2020 حيث وقع اختيارنا على موضوع البحث إلى شهر نوفمبر 2024 من خلال جمع المادة العلمية من كتب ودراسات سابقة، بهدف اختيار ما يناسب موضوع دراستنا ومطالعتها وفق ما يتلاءم بموضوع الدراسة، غير أن الشق التحليلي المتعلق بالتحليل للصفحة محل الدراسة وتصميم عينة الدراسة وتحليلها في ضوء استمارة التحليل امتدت من بداية شهر ماي 2024 إلى شهر أكتوبر 2024، وقد ارتكزت الدراسة على تحليل مضامين الصفحة في الفترة الممتدة من شهر مارس 2020 إلى شهر فيفري 2021.

**الفصل الثاني**  
**الحقل المعرفي**  
**والنظري للاتصال**  
**السياسي**

## الفصل الثاني: الحقل المعرفي والنظري للاتصال السياسي

يعد الفصل الثاني من الدراسة بمثابة الإطار النظري، والذي يتناول الحقل المعرفي للاتصال السياسي، حيث قمنا بتقسيمه إلى عنصرين أساسيين، يركز كل عنصر على متغير مختلف من متغيرات الدراسة. ففي العنصر الأول، الموسوم بـ "ماهية الاتصال السياسي: النشأة، الوظائف، المقاربات"، سيتم استعراض المفهوم الشامل للاتصال السياسي، بدءاً من خلفيته التاريخية، وصولاً إلى العلاقة المعقدة بين الاتصال والسياسة. بالإضافة إلى تحليل مختلف مستويات الاتصال السياسي ووظائفه. أما بخصوص العنصر الثاني، فقد جاء معنوناً بـ "استراتيجيات الاتصال السياسي"، قدمنا من خلاله تعريف الإستراتيجية الاتصالية ومفهومها، وكذا عرض أنواع استراتيجيات الاتصال السياسي وأهميتها داخل المؤسسات. بالإضافة إلى مناقشة المقاربات والنظريات المختلفة التي تفسر نماذج الاتصال السياسي، مما يعزز من فهمنا للأطر النظرية الخاصة بالدراسة، وذلك بهدف بناء قاعدة معرفية قوية للدراسة، تساهم في فهم دور الاتصال السياسي في إدارة الأزمات الصحية.

### 1-2 - ماهية الاتصال السياسي: النشأة، الوظائف، المقاربات

#### 1-1-2 - نشأة الاتصال السياسي

يكشف لنا التتبع التاريخي لمسار الاتصال السياسي عن تغير مكانته من مرحلة تاريخية إلى أخرى، ففي العصور القديمة وتحديدًا العصر اليوناني انصب التفكير على قمة النظام السياسي فقط ولم تعطى قيمة كبيرة لعملية الاتصال السياسي بين الدولة وأفراد المجتمع، كما سيطرت المنهجية الانطباعية في دراسة الموضوعات السياسية. ورغم ذلك يمكن الإشارة في هذا الإطار إلى بعض الإسهامات غير المباشرة لبعض الفلاسفة اليونانيين في تكوين وظهور الاتصال السياسي، متمثلة في كتابات أرسطو **Aristo** مثل كتابه - السياسة والخطابة - **politics and Rhetoric** والتطبيقات الخطابية الإقناعية لبعض القدماء أمثال الفيلسوف الإيطالي **Nicolas Machiavel** (1527-1249) والأديب الإنجليزي وليام شكسبير (1524-1212) وغيرهم كثير. (البشر، 1997، الصفحات 21-22)

وعلى الرغم من وضوح العلاقة بين نظريات المفكرين السياسيين والاجتماعيين حول الطبيعة البشرية ونظرياتهم السياسية حول طبيعة علاقة الحاكم بالمحكوم في كتابات الكثير منهم أمثال **Tomas Hobbes** توماس هوبر، وجون جاك روسو **Jean Jacque Rousseau**

وغيرهم إلا أن قضية الاتصال السياسي والوعي بحاجات المجتمع السياسية لم يكن لها وجود، فقد سيطرة النظرة الفلسفية والقانونية والتاريخية على دراسة الموضوعات السياسية، وظل الفصل شبه المطلق بين نشاط السلطة ونشاط الأفراد سائدا في الفكر السياسي كما كان يعتقد ميكيافيلي 'Nicolas Michiavel' تحديدا في القرن 15م من خلال كتاباته التي تناولت السياسة بمعزل عن الدين والأخلاق واهتمت بالحاكم وطرق تقويته على حساب المحكومين، وكذلك جون بودان **Jean Bodin** الذي أشار إلى المواطنة التي تعني الخضوع المطلق للنظام السياسي الحاكم، وقد ظلت هذه الأفكار متداولة حتى العصور الحديثة. (علاوي، 2015، صفحة 163)

وعلى الرغم من إمكانية تتبع مراحل نشأة الاتصال السياسي في أزمنة موعلة في القدم إلا أن الكثير يعتقدون أنه من السهولة بمكان ملاحظة أن الاهتمام المتزايد بعلم الاتصال السياسي كعامل متغير في البحوث السلوكية التي ظهرت في عقد الخمسينيات الميلادية من هذا القرن، حيث ظهرت المحاولات الأولى لم يسمى بالاتصال السياسي في 1956م كأحد عناصر البحث في موضوع العلاقة بين القيادة السياسية والجماعات النشطة العاملة في المجتمع، وذلك بدراسة المحاولات التي تقوم بها القيادات في التأثير على سلوك الناخبين. لقد كان عام 1956 بالنسبة للمهتمين بجعل الاتصال السياسي عام النبوءة بظهور ملامح نمط جديد من أنماط الاتصال السياسي الإنساني. فقد ظهرت فيه أول محاولة للتنظير لهذا النمط الجديد للاتصال كحقل جدير بالاهتمام من قبل أساتذة كل من العلوم السياسية والاتصال على حد سواء. وكان متغير الاتصال السياسي أنداك أحد المتغيرات البحثية الرئيسية التي كانت موضع اهتمام الباحثين في العلوم السلوكية في عام 1956 م وما بعدها. (علاوي، 2015، صفحة 165)

ونستطيع كذلك أن نتبع مراحل تطور الاتصال السياسي من خلال ظهور النظرية الليبرالية في بريطانيا على يد جون ميلتون **Jean Milton** في القرن 16م، الذي نادى بحرية الرأي والتعبير. وتبلورت هذه الأخيرة بشكل واضح وجلي في القرن 17م من خلال الإضافات الفكرية لأساتذة العلوم السياسية الذين كانوا يحاولون تأسيس نظام سياسي أمثل من خلال رفع القيود التي تفرضه الحكومات على حرية الرأي والتعبير. فانطلاقا منها ظهرت الأصوات المطالبة بضرورة فسح المجال للحق في حرية الرأي والتعبير وكذا رفع القيود عن الاتصال، لان الحرية في الاتصال تشجع على الحوار والنقاش واستعمال العقل من أجل الوصول إلى الحقيقة، وهو ما لاقى ترحيبا كبيرا من قبل فئات اجتماعية متعددة في أوروبا ومنهم:

1-رجال الدين المحافظين الذين كانوا يعادون الكنيسة الكاثوليكية التي كانت تملي عليهم نمطا فكريا يكرهونه، فطالبوا بالحرية من تسلط الكنسية، كما طالبوا الحكومات بتنظيم اجتماعي معين يكفل لهم الحرية من سلطة الكنيسة.

2-رجال الأعمال وخاصة التجار الصغار الذين أيدوا فكرة الاتصال الحر، والسوق الحرة والمنافسة التجارية التي تستخدم وسائل الاتصال لترويج السلعة، ورفضوا الاحتكار الرسمي بكل أشكاله.

3-الساسة الذين كانوا يطالبون بالمزيد من المشاركات السياسية في المجتمع عبر قنوات الاتصال المختلفة.

4-الصحفيون والناشرون الذين طالبوا بحرية الرأي والتعبير، ورفع القيود المفروضة على ممارسة العملية الاتصالية. (بكار، 2018، صفحة 5).

ولم يقتصر تطور الاتصال السياسي كممارسة ومفهوم عند هذا الحد بل عرف تطورات عديدة خاصة مع التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودخول الشبكة العنكبوتية للساحة، فقد كان لظهور الانترنت واعتمادها في مختلف المجالات ومنها السياسي أثر على تحول الاتصال السياسي من المفهوم الكلاسيكي الذي كان الفضاء العمومي مسرحا له، إلى بروز ما يسمى بالاتصال السياسي الرقمي الذي يمارس في الفضاء الافتراضي وهو المفهوم الجديد الذي أضافته التحولات والممارسات التكنولوجية الجديدة.

## 2-1-2- العلاقة بين الاتصال والسياسة

قبل التطرق لتوضيح العلاقة بين كل من مفهومي الاتصال والسياسية ارتأينا أولا تقديم تعريف مختصر لكل من الاتصال والسياسة .

### -مفهوم الاتصال:

و الاتصال عموما هو " عملية نقل أو استيفاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة، على نحو يقصد به ويترتب عنه تغيير في المواقف والسلوك، فهو عملية ديناميكية يقوم بها الشخص لنقل رسالة ما، تحمل معلومات و آراء واتجاهات ومشاعر إلى الآخرين لهدف ما في ظرف ما عن طريق الرموز، بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش!'. (عباس، 2004، صفحة 31)

## - مفهوم السياسة:

إن كلمة سياسة هي ترجمة للكلمة الفرنسية *politique* و *policitics* الإنجليزية وهي ذات أصل لاتيني *polis* وتعني الحاضرة. وهي تشير إلى اجتماع المواطنين الذين يكونون المدينة. (سليمان، 1989، صفحة 7).

وانطلاقاً من المفهومين السابقين نتحد لنا العلاقة بين الاتصال والسياسي فيما يلي:

قد يكون من الصعوبة تصور العملية السياسية دون اتصال أو تصور الاتصال دون سياسة، فالعلاقة بين النظامين السياسي والاتصال في أي مجتمع من المجتمعات المتقدمة أو النامية وغيرها هي علاقة جوهرية متينة إلى الدرجة التي يصعب فيها يصعب فيها تحيل أحدهما دون الآخر، فكلاهما يؤثر في الآخر ويتأثر به وان كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي في نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي ومهما كانت طبيعة النظام السياسي وشكله وفلسفته أو طبيعة الإعلام وشكله وفلسفته، فإن كل النظم السياسية تحتاج إلى وسائل اتصال لتأكد شرعيتها وقبولها لدى الرأي العام، ولتمكينها من مواجهة مختلف الأزمات والمشاكل الداخلية والخارجية فعالم السياسة صعب أن يوجد دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات. (ادير، 2014، صفحة 46)

حيث يمثل النشاط الاتصالي أهمية كبرى للحياة الإنسانية، إذ بفضلها قامت المجتمعات وتطورت، فالاتصال يشمل جميع مناحي الحياة، ومن خلال أساليبه ووسائله استطاع الإنسان الانتقال من الحياة البدائية البسيطة إلى الحياة الحديثة المتطورة، والتي تتسم بتعقدها وتشابك فروعها وتعدد وظائفها ومجالاتها ويعد القطاع السياسي والاقتصادي من أبرزها، حيث يمثل النشاط السياسي حجر الأساس في أي مجتمع كان، فبفضله يتم السهر على تنظيم وتسيير شؤون المجتمعات والأفراد وذلك من خلال تكليف أشخاص أكفاء وذوي الخبرة اللازمة لتولي أمور التسيير وإدارة البلدان، ويتم انتقاء هؤلاء الأشخاص في الغالب من خلال عملية الانتخاب، فكان الاتصال هو العنصر المساعد والفاعل في تحقيق التوازن والاستمرارية بين الأفراد. (سليمان، 1989، صفحة 8)

"تعد السياسة نشاط بشري يمتاز به الإنسان عن سائر الكائنات الحية، وإطار هذا النشاط هو المجتمع فالسياسة لا تكون في فراغ والإنسان لا يستطيع أن يعيش منعزلاً. كما أن الإنسان

بمفرده لا يمكنه القيام بأي عمل، فكل جهوده تذهب هباء وهذا ما راه هوبز عندما وصف الإنسان في الحياة الطبيعية، أن حياته منعزلة تعيسة، خشنة بدائية وقصيرة، فالعيش في جماعة مع الآخرين ضرورة تتطلبها الحياة الإنسانية المجتمع لا يشكل الإطار للنشاط السياسي فحسب وإنما يعتبر المادة التي يعطيها هذا النشاط شكلا معيناً." (سليمان، 1989، صفحة 10)

"ليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل دون مساعدة وسائل الاتصال، وذلك أن الاتصال ينقل سياسات صناع القرارات إلى الشعوب، ويلبوا اتجاهات ومواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرار، فهو إذن العنصر الديناميكي للوجود السياسي الذي يعني بنقل الرسائل فيما بين النظام السياسي، ثم بينه وبين النظام الاجتماعي." (عباس، 2004، صفحة 41)

"ومن جهة أخرى فان الدراسات الخاصة بوسائل الاتصال تفترض أن الاتصال ليس مجرد وظيفة لنظم السياسة، وليس مجرد نظاما يربط بعلاقات متبادلة مع النظام السياسي والاجتماعي وإنما هو الحجر الأساس. وعلى حد تعبير ولبر شرام: 'المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية، ومن هنا يصبح لوسائل الاتصال الجماهيري دور أساسي وفاعل في إطار العملية السياسية والاجتماعية'." (عزيزه، 2004، صفحة 19)

- يرى السياسيون الذين يعتبرون بمثابة 'القائمين بالاتصال السياسي' بأنهم بحاجة لقنوات اتصال جماهيري تحظى بمصداقية الجماهير، وبالمقابل فان الإعلاميين يرون بأنه لا يمكنهم تأدية مهمتهم في الاتصال السياسي دون أن يكونوا على صلة بالسياسيين للحصول على الأخبار والتعليقات فهم مشاركون في العملية السياسية. (سيوي، 1993، صفحة 55)

### 2-1-3- مستويات الاتصال السياسي:

حظي تقسيم مستويات الاتصال السياسي باهتمام بحثي يركز على طبيعة الوظائف التي يقوم بها كل مستوى، وبالنظر إلى الطبيعة المعقدة للظاهرة الاتصالية تعددت هذه التقسيمات. ونذكر منها ما يلي:

2-1-3-1- مستويات الاتصال السياسي حسب عدد المشاركين: (سعد، 2002، الصفحات

49-50)

-الاتصال الذاتي: هو عملية شخصية بحتة، يقصد بها اتصال الفرد مع نفسه بمعنى التفكير والتأمل واتخاذ القرار.

ومن أشكاله: التفكير بصوت مرتفع، التفكير بصوت غير مسموع، الكتابة لتسجيل أفكاره أو يومياته الخاصة.

يستفيد الإنسان من الاتصال الذاتي في الإدراك والتفكير والتحليل، كما يسمح للفرد أن يتخذ قراراته السياسية مثلا بناء عن المعلومات التي يستقبلها عن طريق حواسه كاتخاذ قرار التصويت مثلا. وفي إطاره يمكن القول أن ردة فعل الفرد تجاه أي رسالة سياسية يستقبلها من مستويات الاتصال الأخرى، يتوقف على مدى تأثيره بالمخزون الإدراكي عن الأشخاص والمواقف... الخ.

#### -الاتصال الشخصي:

هي عملية اتصالية يتبادل من خلالها شخصان أو أكثر، رسائل شفوية وجسدية تساهم في استحداث وبناء علاقات فيما بينهما.

من خصائصه: ثنائية الاتجاه، المتقبل هو المرسل في نفس الوقت والعكس، نموذج دائري. ردة الفعل تكون فورية، إمكانية السيطرة على الرسالة.

يمكن تمييز نوعين منه:

- اتصال شخصي مباشر: يتم بين عدد من الأشخاص بشكل مباشر، وبدون وسيط يكون عن طريق كلمات، إشارات، محادثة بين أصدقاء.

- اتصال شخصي غير مباشر: يتم بواسطة استعمال التكنولوجيا لإيصال الرسالة واستقبالها مثل: مكالمات هاتفية.

يعد مصدرا مهما من مصادر المعلومات، وله دور كبير في زيادة تأثير وسائل الإعلام على الناس، وخاصة أن هذه الوسائل قد لا تؤثر على الجمهور مباشرة بل تؤثر على الأفراد المؤثرين في

الجمهور، وهؤلاء ينقلون تأثير هذه الوسائل عن طريق الاتصال الشخصي، مثال: رغم استخدام المرشحين للانتخابات ووسائل الإعلام، إلا أنهم لتدعيم حملتهم يقومون بزيارات شخصية إلى المجمعات السكنية وأحيانا زيارات الناس في منازلهم.

### -الاتصال الجمعي:

يحتل مكانا وسطا بين اتصال المواجهي والجماهيري، يتميز بالتفاعل بين أعضائه وارتفاع درجة الوعي بينهم، هو أي تبادل للمعلومات يحدث بين شخصين أو أكثر ينتمون لمجتمع ما.

### - الاتصال الجماهيري:

يقصد به الاتصال بوسائل الإعلام الجماهيرية، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل في أن واحد وسرعة فائقة إلى جمهور عريض، غير معروف لدى القائم بالاتصال.

يكون في اتجاه واحد، ينعلم إحساس القائم بالاتصال برجع الصدى.

يمثل هذا النوع أهمية بالغة للاتصال السياسي، حيث أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية في إدارة حملاتهم الانتخابية والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف بدل اللقاءات والتجمعات.

واعتمدت وزارة الصحة الجزائرية هذا النوع من خلال إنشاء صفحات رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، تويتر ووظيفتهم في إدارتها لأزمة كوفيد 19.

2-3-1-2- مستويات الاتصال السياسي من حيث اتجاه الرسالة: (معمرى، 2019، صفحة

(5)

### -الاتصال الصاعد:

تتجه الرسالة من المستويات الأدنى إلى الأعلى، يوفر هذا الأخير الكثير من المعلومات الضرورية وغير الضرورية للمستويات العليا في التنظيم الإداري والسياسي.

يستخدم في التعرف على ردود الأفعال تجاه القرارات السياسية واتجاهات الرأي العام مثلا: اللقاءات المفتوحة بين القيادات السياسية والمواطنين، ويعني به الاتصال الذي يتم بين المواطنين والحكومة ويكون في شكل احتجاجات، تصريحات في وسائل الإعلام.

يتجسد في اللقاءات الدورية لوزير الصحة للمستشفيات للوقوف على النقائص ونقل مشاكل وانشغالات المرضى والأطعم الطبية كما يبرز لنا من خلال اللقاءات التقييمية الدورية للحديث عن حصيلة الوباء والاستماع كذلك لانشغالات الحضور ووسائل الإعلام.

#### - الاتصال الهابط:

من أعلى إلى أسفل، كالاتصال من رؤساء الأنظمة السياسية إلى وزراءهم ومرؤوسيههم، هذا النوع هو الأكثر شيوعاً يتم من خلاله نقل القرارات الرسمية والأخبار، والمعلومات من صانعي السياسة الرئيسيين إلى مرؤوسيههم لتنفيذها.

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في هذا المستوى من الاتصال السياسي إذ تعتبر همزة الوصل بين أعلى الهرم (النظام السياسي) والقاعدة، حتى يتلقى المواطنين بواسطتها الأخبار والمعلومات كما تقوم بالترويج للآراء والأفكار السياسية.

#### -الاتصال الأفقي:

يكون بين المستويات السياسية التي تقع في نفس المستوى، كالاتصال بين وزراء الحكومة، والاتصال الشخصي بين أفراد الجمهور هو اتصال أفقي. يهدف هذا الاتصال إلى التعاون والتنسيق بين مختلف الفاعلين السياسيين .

يظهر هذا النوع من خلال ندوات والمؤتمرات التي كان يترأسها وزير الصحة

2-3-1-3- مستويات الاتصال السياسي حسب رسمية القنوات: (سعد، 2002، صفحة 58)

#### -قنوات اتصال رسمية:

يقصد بالرسمية في الاتصال أن تكون هذه المؤسسات إذاعة أو تلفزيون حكومية أو شبه حكومية، تحت تأثير ونفوذ الحكومة وأن يتم سرعان المعلومات السياسية عبر الوسائل والأدوات والأساليب المعترف بها رسمياً.

- قنوات اتصال غير رسمية:

لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين سياسية ورسمية، كما هو الحال في الاتصال الرسمي، يتم غالبا عبر قنوات خارجة عن القنوات الرسمية قد يكون عبر جماعات داخل تنظيم معين من خلال الاتصالات الشخصية، واللقاءات والمناسبات الاجتماعية غير رسمية، من أشكاله: الأحزاب السياسية، الشائعات وتعتبر من أهم وأخطر أشكال الاتصال غير الرسمية، تدور بالغالب حول النظام السياسي والقائمين عليه والأسماء المرشحة لتولي البرلمان.

2-1-4- وظائف الاتصال السياسي بين الوسائل التقليدية والميديا الجديدة

تتلخص وظائف الاتصال السياسي في قسمين اثنين وهما الوظائف التقليدية والتي ارتبطت بشكل كبير بالعملية الانتخابية أُنذاك والوظائف الحديثة التي فرضتها البيئة الإعلامية الجديدة وظهور ما يسمى بالاتصال السياسي الرقمي.

2-1-4-1- الوظائف التقليدية لاتصال السياسي: وتمثل في ما يلي:

-الوظيفة الإخبارية:

تعد الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء، فإلى جانب وظيفتها في إعلام الجمهور عن سياسات الدولة، تؤدي وظيفة الإخبار دورا أساسيا في تكوين الرأي العام فهي تشبع في الإنسان حاجاته الفطرية في معرفة ما حوله من أحداث سياسية واجتماعية... الخ، والأخبار تعد متحدثا رسميا باسم الحكومة في أي دولة من الدول، وناقلا للمعلومات السياسية. (منى، 2002، صفحة 204).

وهي الوظيفة البارزة والغالبة على منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية حيث كانت معظم المضامين اخبارية تضمنت معلومات حول الفيروس والنشاطات التي تقوم بها الوزارة في مواجهته.

-التنشئة السياسية:

هي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتكوين الثقافة السياسية، والمحافظة عليها أو تغييرها بواسطة وسائل الاتصال السياسي، ومن خلالها يعي الفرد

خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي، كما أنها تؤدي نوع من التكيف الضروري مع النظام السياسي. وتقوم وسائل الاتصال السياسي بدور مهم في التنشئة السياسية للأفراد من خلال تقديمها للمعلومات عن العالم السياسي والقيم السياسية العامة، كما يمكن أن تساعد الأفراد في التعرف على العناصر التي تنتج القوة والنجاح والسيطرة في المجتمع. (مولود، 2001، صفحة 88)

### -التسويق السياسي:

وهو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، ويتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية بواسطة مؤسسات أو أشخاص مختصين، وبالرغم من وجود اختلاف في استخدام التسويق تجارياً وبين استخدامه في سياسياً إلا أن كلاهما يهدف إلى بيع الأفكار والمنتجات واجتذاب الأشخاص، ومن هنا يتضح أن التسويق السياسي هو إنتاج المعلومات في السياسة وشؤونها باستخدام مصطلحات واتجاهات مستقاة من مفاهيم ونظريات التسويق التجاري. ( Newman . Bruce Richard, p18 )

### -التأثير في اتجاهات الرأي العام:

أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعلمية والانتخابية ككل فعن طريقها يتم إنشاء الحقيقة السياسية، فالجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية. وتعتمد السلطة السياسية على وسائل الاتصال في توجيه الرأي العام المحلي والتأثير عليه وتحديد مواقفه المساندة لسياسات الحكومة. وفي هذا السياق نستشهد بكتابات هارولد لاسويل في مؤلفه " أساليب الدعاية في الحرب العالمية الأولى " إلى ضرورة اضطلاع الحكومة بإدارة الرأي العام، وممارسة سلطتها على آراء الأفراد مثلما تمارس سلطتها في مجالات الحياة. (عزيزي، 2019/2018، صفحة 16)

### -الرقابة على الحكومة:

يوصف دور وسائل الاتصال بأنه مثل دور الحارس اليقظ الذي يعمل كحارس ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية، وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانتها من الفساد، فوسائل الإعلام تعمل كرقيب للسلطة من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث، كما تعمل كرقيب للأفراد

من خلال إعلامهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية المختلفة. وتعد وظيفة الرقابة على الحكومة أكثر أهمية خصوصا في دول العالم الثالث التي تحتاج إلى تعبئة جهودها الوطنية من أجل التنمية. (بعون، 2016، صفحة 107).

تبرز وظيفة الرقابة على الحكومة في هذه الدراسة في سلسلة الزيارات الميدانية والتي كان يجريها وزير الصحة بصفة دورية إلى المستشفيات للوقوف على مدى جاهزيتها والتزام الأطقم الطبية بالندابير التي يوصي بها

### -المساعدة في صنع القرارات:

تعد عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وقد أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على القرارات السياسية ويرجع ذلك إلى سببين هما:

أ- أن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية، وذلك لكونها قد تعطيها الشعبية أو قد تحجبها عن صناع القرار.

ب- أن صانع القرار يعتقد أنها هامة، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياساته وقراراته.

وتختلف وظيفة وسائل الاتصال في صنع القرارات السياسية باختلاف طبيعة النظام السياسي السائد، ففي المجتمعات الديمقراطية تكون حرة في نقل المعلومات والتفاعل مع الأحداث وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية عكس النظام السلطوي أين يضعف الدور الذي تمارسه هذه الوسائل. (ادير، 2014، صفحة 108).

تتجلى هذه الوظيفة في توظيف الصفح الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية لمختلف الفاعلين بالمجتمع لتبسيط الاجراءات الوقائية وتعريف الجمهور بأهميتها من أمثال رجال الدين من خلال سلسلة لقاءات أسبوعية خصت للحديث عن أهمية اللقاح وارتداء الكمامة.

### -دعم مشروعية النظام السياسي:

تعمل وسائل الاتصال كأداة من أدوات الشرعية الاجتماعية على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات، وتعيد تأكيد مستويات القيم المطلقة ووظيفتها السياسية تتمثل في مساعدة

النظام الاجتماعي القائم على كيانه، من خلال ترويض الجماهير وتوعيتها وكذا إقناعها بجدوى النظام السياسي عن طريق تحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفراده حول شعارات وأهداف واحدة ووسيلتها في ذلك هي الإقناع. (بعون، 2016، صفحة 107)

#### -تأكيد الشعور بالوحدة الوطنية:

إن وسائل الاتصال من خلال ما تقدمه من معلومات وتتناوله من قضايا مختلفة، تقوم بدور هام في التأكيد على الشعور بالوطنية من خلال نقل تراث المجتمع، وتعميق الروابط التاريخية والثقافية الاجتماعي والسياسي في النفوس. (عبده، 2004، صفحة 63)

#### -إدارة الصراعات السياسية:

تساهم وسائل الاتصال في مواجهة الصراعات من خلال زيادة حجم المعلومات حول القضايا والأحداث الهامة التي تتطلب المعرفة، كقوة دافعة لاتخاذ موقف صائب تجاهها وكلما زاد حجم المعلومات الصحيحة بين أفراد المجتمع، كان من الصعب نشوء الخلافات بينهم الناتجة عن المعلومات الجزئية أو المشوهة، كما تساهم هذه الوسائل في حل الصراعات داخل المجتمع من خلال تغطية معلوماتها كافة وجهات النظر، بدلا من معرفة جانب واحد من الحقيقة الذي قد يسبب جانبا من الصراع. (جعفر، 2013/2012، صفحة 50)

#### 2-4-1-2-وظائف الاتصال السياسي في الوسائط الجديدة :

غيرت الميديا الجديدة من وظائف الاتصال السياسي وأعطته وظائف جديدة لم تكن موجودة من قبل، فالاتصال السياسي يشهد تحولا من جانب الانتقال من اتصال سياسي كان قائما على المسافة إلى اتصال يركز على القرب والجوارية، فقد فرض مفهوم الجوارية نفسه كإيديولوجية جديدة وكمراجع جديد في الفعل العمومي وكميزة جديدة خاصة في مجتمعات ما بعد الحداثة أي المجتمعات الرقمية.

كما يساهم هذا النوع من الاتصال في دعم النظام السياسي وزيادة كفاءته وفعاليته، ويتيح إمكانية تدفق المعلومات منه إلى الجماهير باستخدام مختلف الوسائط الإلكترونية الجديدة، كما يعمل إلى نقل اهتمامات الجماهير إلى النخبة وصانعي القرار، وبالتالي خلق مجتمع ونظام ديمقراطي قائم على الحوار وبالتالي فالاتصال السياسي يساهم في التنشئة السياسية ونشر الثقافة السياسية،

ومن أهم الوظائف كذلك هو زيادة التعبئة الجماهيرية لفائدة الأحزاب والحكومات خاصة فيما تعلق بشرح البرامج السياسية. (بوعمامة، 2018، الصفحات 9-10).

## 2-2- إستراتيجية الاتصال السياسي

### 2-2-1- مفهوم الإستراتيجية الاتصالية

يرى بير قريغوري **Pierre Grégory** أن الإستراتيجية الاتصالية هي: مجموعة من الوسائل المتناسقة التي تسمح للمنظمات أو المؤسسات بالاتصال بمحيطها الداخلي والخارجي والتأثير على جمهورها. (grégory,1994, p90).

يخصر بير مفهوم الاستراتيجية الاتصالية في جميع الوسائل التي تعتمد عليها المنظمات في الاتصال بجماهيرها بهدف التأثير على سلوكياتهم أو قراراتهم .

في حين يعرفها **philip kotler**: بأنها أسلوب يسمح للمؤسسة بأن تبعد و تحافظ على الرابطة الضيقة (philip,1999, p34) بين الأهداف والوسائل من ناحية، وبين والإمكانات المتاحة في السوق بصفة خاصة.

ينظر هذا المفهوم للاستراتيجية على أنها أسلوب خاص بالمؤسسة

ومن بين التعاريف المقدمة كذلك "مجموع الأساليب والخطط التي تعدها المنظمة والمؤسسات في إطار السياسات العامة على المدى المتوسط والبعيد لتحقيق مجموعة من الأهداف، التي تخدم كل من المؤسسة والجمهور وأصحاب المصلحة". (ساره فايز عبد المسيح طوس، 2021، صفحة 622). يشترك هذا التعريف مع المفهومين السابقين في اعتبار الإستراتيجية الاتصالية هي أسلوب هادف تتبعه المنظمة.

رغم تعدد التعاريف الخاصة بالاستراتيجية الاتصالية بين باحث وآخر غير أنها تشترك في مجملها على اعتبار أن الاستراتيجية الاتصالية هي مجموعة أساليب والوسائل التي تعتمد عليها المؤسسات لأجل بلوغ أهدافها.

## 2-2-2- أنواع استراتيجيات الاتصال السياسي:

استراتيجيات الاتصال السياسي هي مفهوم مركب من الإستراتيجية والاتصال السياسي وقبل التطرق للحديث عن تقسيمات استراتيجيات الاتصال السياسي، ارتأينا إلى تقديم عرض موجز لتصنيفات الإستراتيجية الاتصالية أولاً.

### 2-2-2-1- الاستراتيجيات الاتصالية:

تتنوع الاستراتيجيات الاتصالية بتنوع عوامل التصنيف ومن بين التصنيفات نذكر:

#### 2-2-2-1-1- أنواع الاستراتيجيات الاتصالية حسب الجمهور المستهدف: (مُجد جودة،

1998، صفحة 179)

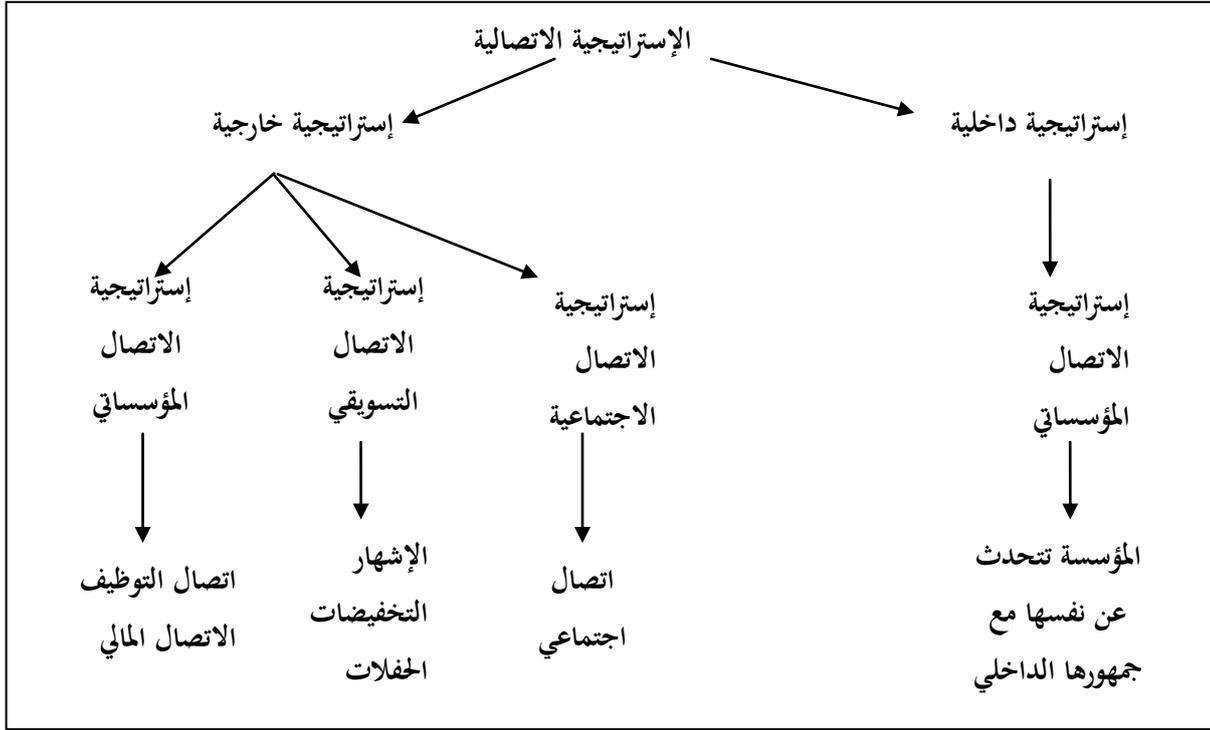
#### - الإستراتيجية الداخلية:

يستهدف هذا النوع من الاستراتيجيات الجمهور الداخلي للمؤسسة، والذي يتكون من مجموع العمال والقائمين عليها، من أجل تعديل الخصائص الذهنية للأفراد بصورة مباشرة من خلال التأثير على اتجاهاتهم ومواقفهم بما يخدم مصالح المؤسسة، والتأثير على العوامل الأخلاقية لرفع الشعور بالمسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى العوامل العاطفية لاستمالة العمال لرفع الشعور بالانتماء للمؤسسة والسهر على مصالحها.

#### - الإستراتيجية الخارجية:

الإستراتيجية الخارجية هي عكس الداخلية ويطلق عليها صفة الخارجية لأن الاتصال لا يتوجه إلى الأفراد المنتمين والعاملين بشكل مباشر بالمؤسسة، بل يتعداه إلى العوامل البيئية أو المحيطة بالمنظمة وبعملها، حيث يتم التأثير أو لتعديل في معتقدات وسلوكيات الجمهور الخارجي، وبفعل العادة تتحول السلوكيات المحدثة إلى قناعات تحل محل القناعات المعتقدات القديمة، وتهدف الإستراتيجية الخارجية إلى تنمية المعرفة والوعي بالقضايا التي تتبناها المؤسسة وتغيير للسلوكيات غير الملائمة، كما تسعى للحصول على الدعم اللازم من قبل الجمهور لتحقيق الأهداف المسطرة من طرف صناع القرار في المنظمة والبيئة.

شكل رقم(4) يوضح أنواع الاستراتيجيات الاتصالية. (بدرين، 2010-2011، صفحة 27)



2-2-1-2-2- أنواع الاستراتيجيات الاتصالية حسب نوع المؤسسة: (بدرين، 2010-2011،

الصفحات 25-27)

تنوع الاستراتيجيات الاتصالية بتنوع المؤسسة، ويندرج ضمنها ما يلي:

- إستراتيجية الاتصال التسويقي **stratégie de communication**

**:commercial**

وهي إستراتيجية تستعمل تقنيات الاتصال لأجل التعريف بالمنتجات والخدمات التي تتيحها المؤسسة بهدف إعلام وإقناع الجمهور المستهلك بها، والتأثير فيه لقبولها واستخدامها أي تحفيز السلوك الشرائي الايجابي لدى المتلقي.

ويندرج ضمن هذا النوع من الإستراتيجية: الاتصال التجاري **la communication**

**:commerciale** ويقصد به مجموع العمليات التي تستهدف مباشرة المستهلكين من أجل

ترقية المنتج، وتتحدد أهداف الاتصال التجاري انطلاقاً من أهداف التسويق، والذي يشمل

بصفة عامة مختلف الوظائف الخاصة بكل من المبيعات، الإعلان، الإنتاج وأبحاث السوق."

**stratégie de la communication - إستراتيجية الاتصال الاجتماعي**  
**sociale**

"وتعني استخدام نفس الأساليب المعتمدة عليها في الإستراتيجية التسويقية لنشر الأفكار والآراء والقضايا الاجتماعية، ضمن الثقافة السائدة كالتوعية والبيئة. وهو اتصال تقوم به المؤسسة لعرض ونشر معلومات خاصة بنشاطات تندرج ضمن المسؤولية الاجتماعية". (زيايطة، 2015، صفحة 22)

**stratégie de communication - إستراتيجية الاتصال المؤسسي**  
**:d'entreprise**

وهي الإستراتيجية التي تستعمل تقنيات الاتصال لأجل التعريف بالمؤسسة وتقوية سمعتها، وينبثق عنها مجموعة من الأنواع الاتصالية منها:

1- الاتصال المالي la communication financière: يستخدم الاتصال المالي جميع تقنيات الإعلام والاتصال الموجودة تحت تصرف المؤسسة، ويهدف إلى توضيح وتحسين الصورة المالية لدى الهيئات المالية من مستشارين، محللين، صحفيين ومختصين. ولدى الجمهور العام يعتبر الاتصال المالي عامل مهم من الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة، فهو يعدل ويحسن صورتها لدى مختلف الجماهير والمتعاملين.

2- اتصال التوظيف la communication de recrutement: يعرف التوظيف على أنه عملية استقطاب الأشخاص الباحثين عن العمل، من ذوي الكفاءة والصلاحية المناسبة لشغل الوظائف الشاغرة والقيام بعملية قياس وتقدير قدراتهم وصفاتهم، واختيار أكثرهم قابلية للنجاح في أداء تلك الوظائف". (بدرين، 2010-2011، الصفحة، 29 )

**3-1-2-2-2- أنواع الاستراتيجيات الاتصالية حسب الموقف: (Betteke,2004 , pp123-143)**

تقسم الإستراتيجية الاتصالية إلى أبع أنواع حسب طبيعة الموقف الذي تسعى إلى تحقيقه، وهو تقسيم مستمد من النموذج الموقفى لاستراتيجيات الاتصال

Betteke van Ruler الذي قدمته رولر Situation model of communication stratégies

حيث ترى Ruler أن لكل موقف اتصالي إستراتيجية خاصة للتعامل معه، كما ترى أنه يمكن استخدام إستراتيجية واحدة في موقف محدد أو استخدام مزيج من هذه الاستراتيجيات في موقف آخر. وتحدد وفق لهذا النموذج الاستراتيجيات الاتصالية وفق محورين أساسين هما:

-يرتبط الأول بطبيعة الاتصال ومدى إشراك الجمهور في هذه العملية فقد يكون الاتصال قي اتجاه واحد من المؤسسة إلى جمهورها، أو في اتجاهين بين المؤسسة وجمهورها.

-ويرتبط الثاني بطبيعة المضمون والمعاني التي تتضمنها الرسالة الاتصالية ، وهي تتراوح ما بين الرسالة التي تحمل دلالة تتعلق بالمؤسسة فقط، والرسالة التي تحمل دلالات متعددة تعبر عن رؤى المؤسسة والجمهور على حد سواء.

## 2-2-2-2- استراتيجيات الاتصال السياسي:

### 2-2-2-2-1- الإستراتيجية الإعلامية:

يتدفق الاتصال وفق هذه الإستراتيجية باتجاه واحد من المؤسسة السياسية أو من الحزب أو المرشح إلى الجمهور المستهدف، ويعبر مضمون الرسالة الاتصالية عن رؤى المؤسسة ويحمل إلى جمهور الحزب والمتعاطفين معه أفكارا ودلالات ذات معنى واحد، ويتم في هذه الإستراتيجية تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرارات، ومن أمثلة ذلك البيانات الصحفية ومطبوعات المؤسسة.. (محسن كشكول، 2015، الصفحات 137-138).

وطبقت وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع الفايسبوك على الاستراتيجية الإعلامية من خلال اتصال وزير الصحة ومدراء المخابر الجهوية والوزير الأول بالجمهور في مراحل المختلفة للأزمة، بغية تقديم معلومات حول الوباء، من احصائيات يومية وتقارير حالات الإصابة وكذا إعلامهم بمختلف التدابير الوقائية الواجب اتخاذها.

### 2-2-2-2-2- إستراتيجية الإقناع:

وتجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن إيديولوجية الحزب وتوجهات الجمهور المستهدف أيضا، ويحمل المضمون أطروحات تعبر عن وجهة نظر الطرفين، وتعد إستراتيجية الإقناع الإستراتيجية الأساسية في كل من الإعلان والدعاية، وتستعمل في اتصالات المؤسسة عندما تسعى لخلق قاعدة للعلاقات الإستراتيجية مع جمهور

المؤسسة السياسية أو في إحداث قنوات مقصودة في معارف واتجاهات وكذا سلوكيات فرد معين، تستدعي تحقيق أهداف واضحة ومحددة وتستخدم في التوجه إلى الجمهور غير النشط أو الكامن الذي لا يعبر عن نفسه. (محسن كشكول، 2015، صفحة 138).

اعتمدت وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع الفايسبوك على استراتيجية الاقناع من خلال توظيف مجموعة من الشخصيات كرجال الدين وأساتذة مختصين كما عمدت الى توظيف مجموعة من الصور كدعامة بصرية بغية توضيح المعنى أكثر والتأثير في الأفراد وحثهم على تبني سلوكيات صحية سليمة .

### 2-2-2-3- إستراتيجية بناء الإجماع:

وتجمع بين الاتصال في اتجاهين بمعنى من الكيانات السياسية إلى الجماهير وبالعكس، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤية إيديولوجية هذه الكيانات، تستخدم بالغالb لبناء علاقات إستراتيجية مع البيئة الخارجية، عندما يظهر تعارض بين أهداف الجهات السياسية ومصالح واتجاهات الجماهير، وتسعى هذه الأخيرة إلى إيجاد أرضية مشتركة لتحقيق الحد الأدنى من التفاهم بين الجهات المسوقة وجماهيرها. وتتوجه إلى الجماهير النشطة لاسيما عندما تكون الجهات المسوقة بصدد إدخال تعديلات في أهدافها واستراتيجياتها السياسية. (أودية، 2019، صفحة 200)

### 2-2-2-4- إستراتيجية الحوار:

وتجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين ومضمون الاتصال الذي يعبر عن توجهات وأراء كل من المسوق السياسي والجماهير المستهدفة، ويحمل بذلك أراء تعكس وجهات نظر الطرفين، القائم على التسويق السياسي يضع وسائله الاتصالية تحت تصرف الجمهور للتعبير عن الآراء والتوجهات والمقترحات، بهدف إشراكهم في صياغة أهداف واستراتيجيات المسوق السياسي وهو ما يحصل في الحلقات النقاشية حول المشكلات والأزمات التي يمر بها الحزب أو المتوقع حدوثها، وهي تتوجه إلى الجمهور النشط والمدرك. (أودية، 2019، صفحة 201).

تتجسد استراتيجية الحوار في مجموع اللقاءات التقييمية والخرجات الميدانية التي يتراسها وزير الصحة ونوابه الى المستشفيات، لقاءات مع وسائل الاعلام للحديث عن آخر تطورات الوضعية الوبائية ومعالج النقائص التي تواجهها القطاعات الصحية بصفة خاصة جراء تفشي وباء كورونا.

## 2-2-3- أهمية الإستراتيجية الاتصالية للمنظمة: (عيشوش، 2008-2009، صفحة 37)

من خلال تطرقنا لمفهوم الإستراتيجية الاتصالية وتحديد أنواعها يتبين لنا أن للإستراتيجية دور محوري داخل أي منظمة، وتوظيفها ضروري ولا يكون اعتباطيا وإنما له غايات كامنة تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال هذا التبنى الاستراتيجي، وتكمن أهمية الاستراتيجيات الاتصالية في ما يلي:

- تغيير التصرفات والعقليات: تتعرض المؤسسات إلى مجموعة من المتغيرات الداخلية والخارجية، ومن هذه التغيرات تغير مجال النشاط أو ظهور المنافسة الحادة، وقد تتوفر الأدوات اللازمة لمواجهة مجمل هذه المتغيرات إلا أنه قد تشهد بعض المؤسسات فشلا ذريعا، ويرجع ذلك إلى رفض أو مقاومة التغيير بسبب تحجر الذهنيات، وتكمن أهمية الإستراتيجية الاتصالية هنا في مواجهة ذلك التصلب في الموقف وتقديم الإجابات اللازمة للاستفسارات المطروحة.

- تحفيز المستخدمين: اتضح اليوم لمعظم مسيري المؤسسات أنه من دون تحفيز للمستخدمين لا يمكن تطوير مؤسساتهم، ولأن التحفيز لا يمكن فرضه على الأشخاص، فلا بد للمؤسسة أن توجد الظروف المواتية لظهوره وتطوره، وذلك من خلال إجابة تساؤلاته المتعلقة بأهداف المؤسسة ورؤيتها المستقبلية ورهاناتها.

- تنسيق الأفعال: لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها الإستراتيجية اذ لم تتمكن من تنسيق مجمل أفعالها ومبادراتها، وقد يؤدي غياب المعلومات على المستوى العام إلى عدم التجانس، أو ظهور انقسامات بين مجموع أطراف العملية الاتصالية داخل المؤسسة.

- تحسين الإنتاجية: وتحقق المؤسسة هذا الهدف إذا نجحت في تحقيق الأهداف السالفة الذكر، ويساعد الاتصال على بلوغ هذه الغاية من خلال بث المعلومات والتعريف بمجمل الخطوات والإجراءات.

وتنطبق هذه الأهمية على موضوع دراستنا حيث تبين لنا أن لاستراتيجيات الاتصال دور في تسيير وإدارة أزمة كورونا 2020، حيث عملت على تغيير العقليات والتصرفات الخاطئة وحفزتهم على أخذ اللقاح والالتزام بتدابير الوقائية، من خلال توظيف جملة من الوسائط والفاعلين من أطباء ورجال الدين... الخ.

## 2-2-4- مقاربات ونظريات الاتصال السياسي

## 2-2-4-1- مقاربات الاتصال السياسي

## 2-2-4-1-1- مقارنة تحليل النظم' التحليل النسقي' أشهر روادها دافيد ايستون

يعتبر اقتراب النظم من أحد أهم الاقتربات المستحدثة في نطاق الدراسات السياسية التي بدأت في التبلور والظهور مع منتصف خمسينيات القرن 20.

والاقتراب النسقي كما يبرز من خلال النظرية النسقية التي صاغها دافيد ايستون مثلت أهمية في التحليل السياسي، وانطلقت من فكرة أن النظام السياسي هو نظام للأفعال المتبادلة يسعى للبحث عن التوازن والاستقرار، عن طريق النمو المستمر ودا التطور البنوي والسلوكي داخله، كما انطلق من تحليله للنظام السياسي من فكرة النظام السياسي يمثل علبة سوداء في إطار بيئة داخلية وبيئة خارجية، تمثل حدود ما هو داخلي وما هو خارج النسق السياسي، وهذا النسق مفتوح يتفاعل مع محيطه عبر فتحتي المدخلات والمخرجات. (القادر، 2007-2008، صفحة 25)

يرتكز أصحاب اقتراب تحليل النظم/التحليل النسقي، إلى مفهومي النسق والاتزان

## 2-2-4-1-2- المقاربة الوظيفية" المؤسسية": أشهر روادها غبريال ألموند.

تعني بالوظائف السياسية التي تقوم بها وسائل الإعلام، أو بعبارة أخرى الكيفية التي يستخدم بها الجمهور المحتوى السياسي لوسائل الإعلام.

هيمنت المقاربة المؤسسية أو البنائية الوظيفية، كما تعرف في الأدبيات الاجتماعية والإنسانية على بحوث الاتصال السياسي منذ نشأتها، مفسرة العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة. انطلاقاً من الأدوار التي يمكن أن تلعبها الأولى في خدمة أهداف وغايات الثانية، وقد حاولت البحوث المجرات تحت راية هذا المنظور، التركيز على قياس وتحديد تأثيرات وسائل الإعلام بوصفها نسقا فرعيا ضمن النسق السياسي الأكبر، وتتبع مختلف جوانب هذا التأثير على الحياة السياسية.

النظام السياسي كما عرفه غبريال ألموند: هو ذلك النظام من التفاعلات الذي يوجد داخل

جميع المجتمعات والذي يقوم بوظيفة التكيف والتوحيد. ويتميز ب:

- الشمول: النظام السياسي يشمل على جميع التفاعلات سواء من جانب المدخلات أو المخرجات.

- الاعتماد المتبادل: أي تغير يحدث في أحد مكونات النظام يؤثر ويحدث تغييرات في مكونات أخرى. (هيمي، 2017، الصفحات 3-4)

### 2-2-4-3- المقاربة النقدية:

إذا كانت الاتجاهات الوظيفية في بحوث الاتصال، تركز على فكرة 'فيم تعلمنا وسائل الإعلام أن نفكر'، فإن المقاربة النقدية على العكس من ذلك تماما تقترح البحث في الزوايا المظلمة من محتويات وسائل الإعلام، أي فيما لا يجب أن نفكر فيه، وهي بذلك تقدم قراءة عكسية للمنظور الوظيفي المؤسسي، وتختلف معه في تفسير الوظائف التي يلعبها وسائل الإعلام في الحقل السياسي. (بكار، 2018، صفحة 8)

### 2-2-4-2- نظريات المفسرة للاتصال السياسي

#### 2-2-4-2-1- نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات":

تعد نظرية ترتيب الأولويات أحد أهم التأثيرات الأساسية لوسائل الاتصال التي اهتمت على وجه التحديد بالقضايا والموضوعات السياسية، تعود بداياتها الأولى إلى العشرينيات من القرن الماضي، "أوائل 40 و60" ترجع أصلها النظرية إلى والتر ليبمان 1992 من خلال كتابه الرأي العام، حيث يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيئات زائفة في عقول الجماهير.\* يعيد الثنائي ماك كومبس وشو Mc combs show\* أول من أعطى هذه التسمية لهذا النموذج . (مجاني، 2019، صفحة 50) .

تفترض هذه النظرية وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات خلال حملة سياسية، وبين ترتيب أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي يتعرض لمحتوى هذه الوسائل. أي كلما زادت تغطية وسائل الإعلام لقضية ما زاد اهتمام الجمهور بها وتبناها على أنها قضية مهمة.

والملاحظ أن الكثير من بحوث ترتيب الأولويات قد أجريت أثناء فترة الحملات السياسية، ويرجع ذلك إلى أن الرسائل المجمعة عن طريق الحملات السياسية تصمم عادة لوضع الأجندات

التي يؤكد خلالها السياسيون على قضايا أو موضوعات معينة وتتم خلال فترة زمنية محددة. (سعد، 2002، صفحة 114)

### -علاقة النظرية بالاتصال السياسي:

العلاقة بين أدبيات هذه النظرية وبين السياسة علاقة جد وثيقة، بل لا نبالغ إن قلنا أن نظرية ترتيب الأولويات تعد من أكثر نظريات الإعلام الحديثة صلة بالاتصال السياسي.

وتؤكد هذه العلاقة في الأنظمة السياسية الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية في التعبير عن القضايا التي تشغل أفراد المجتمع، وتجعل وسائل الإعلام مرآة تعكس هذه القضايا ليراها الساسة وصناع القرار.

ومنه فان طبيعة أبعاد العلاقة بين النظرية وبين السياسة تقوم على الافتراضيين:

1- أن وسائل الإعلام تساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية.

2- أن السلوك السياسي لأفراد المجتمع ساسة كانوا أو مواطنين، هو غالبه انعكاس لمفهوم هذه

الحقيقة السياسية التي صاغتها وشكلتها وسائل الإعلام. (سعد، 2002، صفحة 116)

2-2-4-2-2- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين: روادها الياهو كاتز ولازار سفيلد.

(البشر، 1997، صفحة 42)

حيث ترى هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية تصل بادئ ذي بدئ عبر قادة الرأي، الذين

يجولونها بدورهم إلى جماعاتهم المنتمة إليهم المؤلفة من الجمهور، أكثر أو أقل من المعروضة في وسائل الإعلام.

تقوم النظرية على:

الفئة الأولى: الأشخاص الذين هم على دراية بما يجري في محيطهم وهم قادة الرأي.

الفئة الثانية: هم الأفراد الذين يتابعون وسائل الإعلام بدرجة أقل ويعتمدون على الآخرين في

الحصول على المعلومات.

فرضيتها: تقول أن انتقال المعلومات من وسائل الاتصال الجماهيري يستقبلها قادة الرأي في المجتمع، الذين ينقلون هذه المعلومات بدورهم إلى الجمهور من خلال اللقاءات الشخصية والمناقشات التي تدور بينهم.

### -علاقة النظرية بالاتصال السياسي:

أهمية قادة الرأي ليس فقط وسيط في العملية الاتصالية ، بل يتعداه إلى تقديم شرح وتفصيل وتفسير للمعلومات التي تبثها هذه الوسائل إلى الجماهير، وعدم الاقتصار على عملية النقل فقط.

ومن هنا ندرك أهمية الاتصال الشخصي في العملية الاتصالية السياسية، حيث يتجاوز فيها قادة الرأي مهمة نقل الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيرية إلى الجمهور، إلى تفسير هذه الرسائل وتقديم وجهات نظر أخرى مخالفة لهذه الرسائل.

وإذا كان متغير الاتصال الشخصي مهما في العملية السياسية، فإن هذه الأهمية تزداد في الأوقات المتأخرة من الحملات الانتخابية، عندما تتضاءل أهمية وسائل الإعلام الاتصال الجماهيرية، وتأتي المرحلة الحاسمة في هذه الحملات وهي صناعة القرار واتخاذ الرأي ومن تم التصويت. (البشر، 1997، صفحة 42)

### 2-2-4-3- نظرية الاستخدامات الإشباعية: لـ الياهو كاتز

تعني هذه النظرية تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية، ظهرت على أنقاض نظرية التأثير التي نادى بقوة وسائل الإعلام في مقابل الجمهور السليبي. (الهيثي، 2008، صفحة 141)

من خلال هذا النموذج لم يعد الجمهور متلقي سليبي بل أضفت صفة الايجابية. وبهذا غير كاتز السؤال الكلاسيكي ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ (مجان، 2019، صفحة 34)

وتمثل دراسات الاشباع الناتجة عن التعرض للمحتوى الإخباري في وسائل الإعلام الإطار الأساس لتطبيقات هذه النظرية في مجال الاتصال السياسي، ويرجع ذلك إلى أن المحتوى الإخباري من أخبار وبرامج وتحليلات يصنف في كثير من الأحيان على أنه ذو طابع سياسي، وتميز الكثير من الدراسات التي استخدمت هذه النظرية في دراسات الاتصال السياسي بين نوعين من

الإشباع: إشباع المحتوى وهي الإشباع التي يحصل عليها الجمهور نتيجة التعرض للمحتوى السياسي أو الإخباري، وإشباع العملية وتنتج عن التعرض لعملية الاتصال. (مكاوي، 1998، صفحة 241)

### -علاقة النظرية بالاتصال السياسي:

هي علاقة وثيقة ولا تقل أهمية عن نظرية ترتيب الأولويات، من حيث صلتها القوية بالبيئة السياسية للفرد وتحدد طبيعة العلاقة في:

1- أن الشريحة الأكبر من الجماهير التي تستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاتها ورغباتها، هي الشريحة التي تهتم بالرسائل ذات الطابع السياسي.

2- أن هذه النظرية بناء على ما سبق ذكره، يمكن أن تكون ذات صبغة سياسية، إذا كانت متعلقة ببحوث الأثر. ومعنى ذلك أن الباحثين الذين يهتمون بدراسة أثر وسائل الإعلام على الجماهير يستطيعون الاسترشاد بأدبيات هذه النظرية في تحليلهم للحوافز التي تدفع الجماهير للتعرض لوسائل الإعلام، ومن ثم دراسة الأثر الناتج من إشباع هذه الدوافع، ومعظمها ذات طابع سياسي ولذلك فإن التأثير السياسي لوسائل الإعلام هو أكثر أنواع التأثير، طرقا في بحوث ودراسات المختصين.

-من حيث دوافع التعرض المؤدية للتعرض لوسائل الإعلام وبين استخدام هذه الوسائل، فتتضح بشكل أكبر عند وقوع الأحداث السياسية الهامة حيث يزداد اندفاع الجمهور ويستمر تعرضه للوسائل الإعلامية بحثا عن كل ما يزيد من معرفته واطلاعه، ويشبع من حاجاته للوصول إلى تصور كامل عما يجري من أحداث. (سعد، 2002، صفحة 113)

### 2-2-4-2-4- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في أوائل السبعينيات من خلال كتابات مؤسسي النظرية ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيش Defleur and Rokeach و تقوم الفكرة الرئيسية للنظرية أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الاتصال رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم. (مجان، 2019، صفحة 60).

### -العلاقة بين نظرية الاعتماد والاتصال السياسي

تشكل العلاقة من خلال اعتماد الأفراد على مصادر وسائل الإعلام لأجل المعرفة السياسية، فهي تضع وسائل الإعلام في موقع أداة الوصل بين صانع لقرار والمواطن، ومن جهته يعتمد النظام السياسي على مصادر وسائل الإعلام للحفاظ على النظام السياسي والولاء للدولة من خلال عمليات تكوين الرأي العام، وتعبئة المواطنين لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل الاستعداد والتصويت الانتخابي. كما يعتمد النظام السياسي على وسائل الإعلام في زيادة وتدعيم الشعور بالمواطنة. وبشكل عام فإن العلاقة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام والاتصال هي علاقة تعاون واعتماد متبادل . (أل سعود، 2010، صفحة 105) .

### 2-2-5- نماذج الاتصال السياسي

#### 2-2-5-1- النماذج الكلاسيكية للاتصال السياسي.

#### - النموذج الاستراتيجي:

"هو عبارة عن عملية اتصال موجهة نحو أهداف موافقة لمصالح الفاعل أو القائم بالاتصال، ويقوم هذا النموذج على فكرة عدم مساواة بين الأطراف في العملية الاتصالية السياسية، فالمرسل الوحيد في المجال السياسي هو الحاكم سواء كان من قائدي جيوش أو حاكمي السلطة فهم الوحيدين المخول لهم بأخذ الكلمة، في حين أنه يوكل للمحكومين دور المتلقين السلبيين. (بوخبزة، 2014، صفحة 78).

يركز هذا النموذج على الحاكم اي للقائم بالاتصال ويعطيه الأولوية في العملية الاتصالية ويتجاهل المتلقي ويعتبره عنصر سلبي.

#### - النموذج النسقي أو المنظوماتي:

" النموذج الذي يحلل الاتصال السياسي بوضعه في مجموعة أنساق يتفاعل معها وهي النظام السياسي، الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي، ويعرف الاتصال هنا كعملية تبادل المعلومات بين مختلف الأطراف المشكلة للنسق السياسي كبنية مستقلة نسبياً من جهة، وبين النظام السياسي كله وما يحيط به من جهة أخرى. يقوم هذا النموذج على ثلاث مبادئ أساسية تتمثل في: مبدأ الترابط المتبادل الذي يفيد أن مختلف الأنساق مكونات النسق السياسي، تعتمد في تواجدها على بعضها

البعض وأن النسق ذاته يتفاعل مع البيئة الذي يتواجد بها. ثانيا: مبدأ الكلية وأخيرا مبدأ رد الفعل الذي

يبين كيف أن ظاهرة ما تؤثر على سبب وقوعها، والعكس أي كيف يؤثر رد الفعل على الظاهرة". (هوق و فايژه، 1995، صفحة 127).

يتسم هذا النموذج بالشمول عكس سابقه ويركز على جميع الفاعلين في العملية الاتصالية مع الأخذ بالظروف المحيطة، وهو النموذج الأقرب لدراستنا.

### - النموذج السلوكي:

" أقدم نموذج في الاتصال يقوم على سلسلة الأسئلة الشهيرة، من، يقول ماذا، لمن، بأي قناة، بأي تأثير؟

والاتصال السياسي في هذا النموذج هو علاقة قائمة بين مرسل والرسالة والمستقبل والقناة والتأثير، وهو عملية خطية لانتقال المعلومات وهو يصب كل اهتماماته على العنصر الأخير الذي هو التأثير مثلا الدعاية السياسية، الحملات الانتخابية... الخ وهو مرتبط بما يعرف بنظرية الحقنة تحت الجلد الذي تطورت فيما بعد لنظريات التأثير المحدود.

يركز هذا النموذج بدرجة كبيرة على التأثير الذي تحدثه الرسالة مع اغال الظروف المحيطة والتي قد تكون كامنة خلف هذا التأثير . (هوق و فايژه، 1995، صفحة 129).

### - النموذج النقدي:

"يركز على علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، ويقول إن وسائل الإعلام كاملة الجبروت ولها تأثير قوي على الرأي العام وتقوم هذه النظرية على تحليل الآثار القوية والطويلة المدى لوسائل الإعلام على الآراء السياسية والاجتماعية، كما أنها تحلل الديمقراطية الغربية وتتقاطع معها في العديد من الجوانب.

يركز هذا النموذج على الرسالة الإعلامية باعتبارها مصدر التأثير على الرأي العام هو عكس النموذج النظامي الذي يرى أن التأثير يكون متبادل وأوسع ولا ينحصر في رسالة أو متلقي.

### - النموذج الحواري:

يقوم على مبدأ الحوار في الاتصال السياسي، حيث أن فكرة الاتصال هو تبادل الحجج والبراهين قصد الإقناع بين مختلف الأفراد المكونين للمجتمع، وتلك الحجج مبنية على العقلانية وتبادل الأدوار، قصد الوصول لتحقيق الصالح العام.

يقوم هذا النموذج على مبدأ الحوار وهو إضافة لبقية النماذج، ويمكن اعتباره من النماذج الوظيفية في هذه الدراسة.

### - النموذج التقني:

وسائل الإعلام ذات تأثير قوي على الجمهور، والسبب هنا ليس الرسالة بل تقنية الإرسال لان تكنولوجيا الاتصال المهيمنة غيرت من أساليب وأفكار المجتمع خاصة مع ظهور الطباعة وهكذا ظهرت ما يسمى بالتحتمية التكنولوجية، التي وجهت لها نقد على أنها بالغت في فكرة الوسيلة متجاهلة الرسالة، كما أنها نظرية استشرافية ولكنها توقفت في أفكارها عند فترة السبعينات." (بوخبزة، 2014، الصفحات 80-83)

### 2-2-5-2- النماذج الحديثة للاتصال السياسي.

#### - نموذج وتسلي وما كلين Bruce Westely ET Maclom Maclean

(عكاشة، 2017، صفحة 79)

أو ما يسمى بنموذج العلاقات الدائرية يهتم هذا النموذج، بالاتصال الجماهيري وركز على رجع الصدى المتبادل ورأى أن التأثير لا يتحقق بالرسائل المقصودة والهادفة من المصدر.

وضع هذا النموذج وستلي وما كلين ويتكون من أربع عناصر:

أولاً: الفرد يشاهد الأحداث والأشياء وهذا الفرد قد يكون مراسلا لصحيفة فيختار بعد التعرض للمعلومات التي سينشرها عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

ثانياً: ظهور مصدر للمعلومات هذا المصدر يتمثل في جماعة اجتماعية أو نظام سياسي مثلاً: وزير يتحدث إلى الشعب وعليه ستكون كالاتي:

\*\*المصدر - أ - الوزير يتأثر بوجود الفرد - ب - المتمثل في الصحفي .

\*\*الأحداث يمكن مشاهدتها بدون - ب - الصحفي، ولكن يحدث التأثير بين - أ - و - ب - بسبب حاجة الجمهور لذلك، يعني هذا أن الوزير مهم للإعلان عن الحدث السياسي رغم أن الحدث قد يشاهده الجمهور بدون هذا هو هدف الاتصال السياسي.

ثالثا: المعلومات الإخبارية أو احتياجات الجمهور عندما يظهر قارئ النشرة الإخبارية سوف يقدم من خلال وسائل الاتصال الجماهيري معلومات ومواقف و آراء لرجال السياسة والسياسات العامة، وعليه فالمصدر المتمثل هنا في المذيع لن يهتم بالأحداث إلا إذا كان مهتما بها الوزير مثلا : عندما لا يكون لدى وزير الداخلية علاقة بالأحداث الكروية فلن يهتم بها المذيع وعندما لا يكون لديه تصريح بشأن بعض القضايا السياسية لن يهتم بها المذيع وهذا هو دور الاتصال السياسي.

وعليه فإن المذيع يختار ما يقوله المصدر المتمثل في الوزير ويصيغه في شكل رسائل اتصالية سياسية وفق ما يخدم بعض المصالح الخاصة بالسياسات العامة.

رابعا: يتمثل في علاقات الصحفي بالمصدر وبالوسيلة وبالجمهور وعلاقات الجمهور بالصحفي كلها في إطار من التأثير و التأثير.

وعليه تحدث عمليات التأثير المرتد feed back، والتي تكون مقصودة مثل ما يحدث في عملية الاتصال السياسي.

#### - نموذج رايت Charles Wright (عكاشة، 2017، الصفحات 83-84)

أو ما يسمى بنموذج الوظيفة والدور يركز هذا النموذج على الوظائف والأدوار التي تقوم بها عمليات الاتصال، وضع النموذج تشارلز رايت في دراسته التحليل الوظيفي للاتصال الجماهيري منذ 1970 ودارت هذه الوظائف بين التفسير والتوجيه والإخبار وركز هنا على وظيفة الإخبار وعليه حددها الباحث كما يلي:

#### الأهداف المطلوبة

- 1- إن سريان المعلومات الاتصالية يوفر غالبا إنذارا سريعا عن التهديدات السياسية، هذه الإنذارات تقدمها وسائل الاتصال للجميع حتى توفر شعور بالمواساة.
- 2- وسائل الأخبار السياسية تحقق الاحتياجات اليومية للجماعات.

3- سريان المعلومات وتكرارها يحقق نوعا من الترسخ والتطبيق لبعض الأحكام والقيم، فالأخبار حول الفساد السياسي مثلا يحقق نوعا من الأحكام حول شرعية وعدم شرعية هذه الأفعال.

4- وسائل الاتصال الجماهيرية تعمل على تأكيد هذه الأحكام وتطويرها بما يخدم بعض الجهات القائمة بالاتصال.

### الأهداف غير المطلوبة

1- تعرض المجتمع لعدم الاستقرار خاصة عند عدم القدرة على فرض الرقابة على نوعية الأخبار السياسية.

2- قد تجعل الأخبار الأفراد والجماعات يشعرون بالذعر من حل المشاكل وقد يصاب قدر من الناس باللامبالاة السياسية أو حدوث انقسام.

ويضيف رايت للنموذج مجال الترفيه من وسائل الاتصال ويرى أن هدفه هو تحويل أنظار الناس عن القضايا الجادة وتجنب الناس العمل المفيد وتعمل على إنزال المستوى والذوق العام.

عموما إن التحليل الوظيفي لرايت يعد تفسيراً مقبولاً لأهداف الاتصال ومنه الاتصال السياسي في معظم المجتمعات.

### - نموذج Theodore Newcomb (الدليمي، 2016، الصفحات 335-336)

أو ما يسمى بنموذج تحديد المواقف ، وضعه تيودور نيكومب سنة 1971م، من النماذج السابقة والفكرة الرئيسية التي يقوم عليها النموذج هي فكرة تحديد المواقف فهناك ضرورة بشرية مستمرة لأن يكون لنا موقف حيال الأشياء والأشخاص والأحداث ولا بد لنا من تحديد موقف حيال شيء في عملية الاتصال الجماهيري، هذه المواقف ستكون اتجاه أحد أمرين إما موضوعات الاتصال وقضاياها وهو ما نسميه الاتجاهات و إما أشخاص قائمين بالاتصال وهو ما نسميه تفاعلات ووسائل الإعلام تساعد في تحديد المواقف من القضايا والأشخاص.

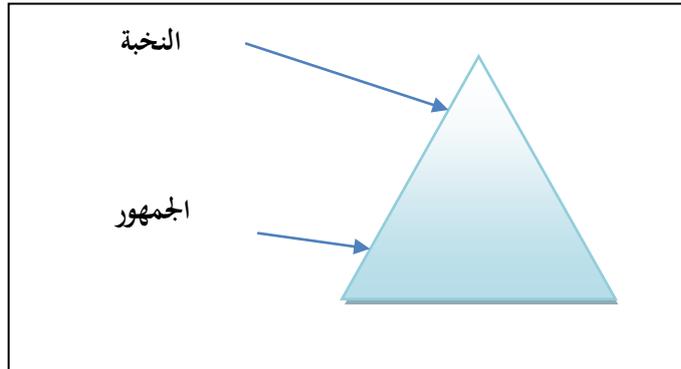
قام نيكومب بدراسة حول الحملات الانتخابية توصل فيها إلى أن الاتصال الجماهيري يقوم بتغيرات رئيسية مثلا : تغيير شعور الشخص - أ - اتجاه الشخص - س - قد يقلل من مشاعر

المعارضة الشديدة للشخص - ب - ، يعني لو أن وسائل اتصال مثل صحيفة و تلفزيون غيرت مشاعرك اتجاه رئيس حزب سوف يقلل هذا من معارضتك للمرشح في ذلك الحزب في إطار دائرة إقامتك.

- نموذج النخبة: (بوريان، 2011، صفحة 25)

"استخدمت كلمة النخبة أو الصفوة في القرن 17 م لوصف السلع ذات النوعية الممتازة ، ثم انتشر استخدامها ليشير إلى الجماعات الاجتماعية العليا وطبقا لقاموس أكسفورد فإن أقدم استخدام في اللغة الانجليزية كان عام 1823 حينما كانت تنطبق بالفعل على الجماعات الاجتماعية. إن هذا النموذج يقسم المجتمعات إلى فئتين النخب والجماهير وقد تطور على يد " رايت ميلز " Wright Mills فيرى أن هناك نخبة من السياسيين والعسكريين وبعض الاقتصاديين والإعلاميين ممن ينفردون باتخاذ القرارات السياسية عن الشعب ويرى أنها في الغالب تخدم مصالح النخبة لا مصالح الجمهور ، فالنخبة المشكلة أساسا من رجال السياسة ورجال الاقتصاد ورجال الصحافة تضغط وتؤثر في الجمهور وليس العكس.

ويعتبر هذا النموذج أن السياسة العامة ما هي إلا تعبير عن الخيارات المفضلة للنخبة السياسية الحاكمة، التي تستحوذ على توجيه وصنع القرار وتمتلك القوة والنفوذ ما من شأنه أن يؤثر على الرأي العام الذي يستقبل رسائلها الاتصالية والتي غالبا ما تحظى بالقبول والدعم، وتأخذ السياسة العامة حسب هذا النموذج مسار الانسياب الهرمي أو الرأسي والتي تنزل من النخبة إلى الجمهور.



إعداد الباحثة.

وعليه وفقا لهذا النموذج نجد أن السياسات العامة والقرارات السياسية لا تحدد بمطالب وفعاليات الأشخاص والمجموعات إنما تحددها النخبة الحاكمة من خلال الخيارات التي تتبعها وتعمل الإدارة العامة ووسائل الاتصال المختلفة على تطبيقها ونشرها.

### - نموذج فاعلية المواد السياسية: (عكاشة، 2017، الصفحات 185-186)

يهتم هذا النموذج بدور الوسائل الاتصالية في تفعيل العمل السياسي سواء بالمشاركة أو العزوف أو في التثقيف أو التنشئة السياسية أو الحراك والثورات الشعبية، وسواء في بناء إيديولوجيات فردية وحزبية أو في تخطي هذه الانتماءات الإيديولوجية.

يقوم النموذج على ثلاثة عناصر أساسية وهي:

1- إن الفاعلية السياسية عملية شديدة التعقيد ترتبط بثقافة الأفراد وطبيعة النظام السياسي بين الحرية والطغيان، ومستوى المجتمع الاقتصادي ووعي الشعب بذاته وخبراته في المشاركة والعمل الحزبي، واحترام القوانين وتبادل السلطة ومن ثمة القدرة على السلوك السياسي.

2- دور المعلومات في الممارسة السياسية شديد الرسوخ بدأ من القرارات السياسية المحفورة في المعابد حتى طغيان الاتصال الجماهيري .

3- دور الإنترنت واستخدامه الواسع هو الذي ساهم في تأصيل نموذج فاعلية المواد السياسية أو ما يسمى حاليا بفاعلية النت Net.

فتوافر المعلومات يزيد من وعي الناس بالعمل السياسي ويدفعهم للمشاركة فيه\*\*

\*\*الانترنت بتنوع استخداماته يتفوق على وسائل الاتصال الأخرى في أنه جعل الاتصال السياسي ليس من الحكومات والنخبة والسلطة إلى الشعب، بل جعل من القاع الشعب إلى القمة السلطة

إن التفاعلية التي يتيحها الإنترنت للشباب تزيد من مشاركاته السياسية بما تعنيه من القدرة على الاختيار والنقد والتعليق.

فاعلية المعلومات عبر الإنترنت أبرزت وسيطا اتصاليا ربما يكون جديدا وهم المعروفون باسم الناشط السياسي، والناشط هنا يختلف علميا عن قائد الرأي التقليدي وان كان يمارس نفس أدواره، الناشط قد يظهر فجأة ولديه قدرة على التعبئة

عموما يشير النموذج إلى أن الفاعلية السياسية تبلغ قمتها عندما تتناغم معلومات المواطن مع معلومات السلطة السياسية.

**الفصل الثالث**

**إستراتيجية الاتصال**

**السياسي وإدارة**

**الأزمة الصحية**

**بالجزائر**

## الفصل الثالث: إستراتيجية الاتصال السياسي وإدارة الأزمة الصحية بالجزائر

يستعرض الفصل الثالث من الدراسة الديناميات المعقدة لإستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات الصحية، حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة عناصر أساسية. يتناول العنصر الأول "مدخل إلى مفهوم الأزمة"، والذي تطرقنا فيه إلى: تعريف الأزمة ومفاهيمها المشابهة، بالإضافة إلى استعراض التطور التاريخي لمفهوم الأزمة، أنواعها، خصائصها، ومراحلها. وذلك بهدف تقديم فهم شامل لماهية الأزمات وتأثيراتها. أما العنصر الثاني، فقد تطرقنا فيه إلى "مدخل إلى إدارة الأزمات"، من خلال عرض مفهوم إدارة الأزمات وتطوره التاريخي، مع التركيز على نماذج إدارة الأزمات ومراحلها، عوامل نجاحها ومعيقاتها، بالإضافة إلى مختلف الاستراتيجيات المتبعة في إدارتها. وذلك بغرض معرفة كيفية الاستجابة الفعالة للأزمات. أما بخصوص العنصر الثالث "الجزائر وإدارة الأزمة الصحية"، فقد عرضنا من خلاله: مفهوم الأزمة الصحية وخصائصها، مع تقديم مراحلها المختلفة. وأخيرا تناولنا استراتيجيات إدارة الأزمة الصحية في الجزائر، مما يوفر رؤى معمقة حول كيفية تطبيق استراتيجيات الاتصال السياسي في سياق الأزمات الصحية.

### 3-1-1- مدخل إلى مفهوم الأزمة

#### 3-1-1- التطور التاريخي لمفهوم الأزمة

الأزمة مصطلح قديم النشأة عرف عند القدماء من اليونانيين والإغريق وتطور شيئا فشيئا عبر العصور، وبالرجوع إلى الجذور التاريخية للمفهوم نلاحظ أن الأزمة كلمة قديمة ترجع أصولها التاريخية إلى الطب الإغريقي وتعني نقطة تحول، وتطلق للدلالة على حدوث تغيير جوهري ومفاجئ في جسم الإنسان

وانتقلت فيما بعد الكلمة إلى مختلف فروع العلم الإنساني وأصبحت تعني مجموعة الظروف والأحداث المفاجئة التي تنطوي على تهديد واضح للوضع الراهن المستقر بطبيعة الأشياء.

وشاع استخدام مصطلح الأزمة في القرن السادس عشر في المعاجم، وانتقل في القرن السابع عشر وتم اقتباسه للدلالة على ارتفاع درجة توتر العلاقات بين الدول والمجتمع المدني، وبحلول القرن التاسع عشر استخدم مصطلح الأزمة مرة أخرى للدلالة على ظهور مشاكل خطيرة أو لحظات تحول فاصلة في العلاقات السياسية أو الاقتصادية . (حماني، 2010/2011، صفحة 72)

وقد استعير هذا المصطلح مرة أخرى" في سنوات الثلاثين من القرن العشرين للتعبير عن وضعيات عرفها العالم منها الفساد والدمار الاقتصادي الذي ساد العالم وتسبب في صراعات سياسية دولية بلغت ذروتها في الحرب العالمية الثانية، أما في الخمسينيات من القرن نفسه أصبح المصطلح نفسه مستخدما من قبل علماء النفس لوصف حالة الفسح الاجتماعي والأخلاقي الذي أصاب المجتمعات الصناعية على وجه الخصوص بعد الحرب العالمية الثانية، وفي السبعينيات أطلقه الديموغرافيون على الانفجار السكاني، وفي الثمانينات استعاره علماء الاجتماع لوصف الصراعات الاجتماعية التي نشأت عن تنامي مجتمع الرأسمالية مما أدى إلى شعور بعض الطبقات الاجتماعية بالاغتراب داخل مجتمعاتها". (عمران، 2011، صفحة 44)

وحاليا مصطلح الأزمة يستعمل للتعبير عن أي نوع من الوضعيات الكثيرة الاضطراب، كأزمة الشرق الأوسط وأزمات في المؤسسات". (حربش، 2006/2007، صفحة 25).

والملاحظ من خلال عرضنا لتطور التاريخي لمفهوم الأزمة، هو التداول الواسع للمفهوم بين الحقول المعرفية ومختلف القطاعات الفاعلة في المجتمع، وبالتالي فالأزمة كمفهوم لا يقتصر على حالة أو حدث معين وليست بحكر على ميدان أو حقبة زمنية محددة، حيث عرفت المجتمعات عديد الأزمات ولا يزال المفهوم صالحا للتطبيق اليوم في وقتنا الحاضر وشاع استخدامه حاليا في قطاع الصحة بمختلف كياناته ومؤسساته للتعبير عن حالة لا توازن وللاستقرار في الوضعية الصحية التي فرضها تفشي فيروس كورونا.

### 3-1-2- الأزمة والمفاهيم المشابهة: (مكاوي، 2005، الصفحات 52-54)

يتداخل مصطلح الأزمة مع العديد من المفاهيم التي يصنفها البعض على أنها مشابهة ويرى البعض الأخرى أنها تتقاطع ومفهوم الأزمة في بعض النقاط لا أكثر، لدى ارتأينا في هذه الجزئية عرض مختلف هذه المفاهيم مع التركيز على الفروقات الموجودة بين هذه المفاهيم.

الجدول 02: يمثل مفهوم الأزمة والمصطلحات المشابهة لها

المفهوم	تعريفه	نقاط الاختلاف
الحادث <b>accident</b>	خلل يؤثر على النظام ككل. -شيء مفاجئ وغير متوقع.	-يختلفان من حيث المدة والأثر، فالأزمة تتسم بطول المدة وأثارها ممتدة. -الحادث ينقضي فور نهايته ومدته قصيرة.
المشكلة <b>Problem</b>	-حالة صعبة تتطلب حل. -عوائق وصعوبات تحول دون الوصول إلى الهدف.	-لا تحمل تهديد للمنظمة وحلها ممكن أن يستغرق وقت طويلا. -الأزمة تتطلب خطوات وإجراءات أقل.
الواقعة <b>Ancident</b>	-شيء حدث وانقضى أثره.	-الواقعة لا تشكل تهديدا على النظام. -الأزمة أثارها مدمرة وطويلة المدى وتبقى تبعاتها مستمرة.
القضية <b>Issue</b>	موضوع جدي يتسع للاختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة.	-يختلفان من حيث المدى الزمني، فالأزمة بالعادة تأتي في وقت غير متوقع. وتدفع المنظمة إلى الاستعجال في اتخاذ القرارات. بينما في حالة القضية يوجد الكثير من الوقت لتحليل المعلومات ووضع البرامج المناسبة للعلاج.
الصراع <b>Conflict</b>	-عدم توافق في المصالح والقيم والمعتقدات. -موقف تكون فيه الأطراف على وعي بإمكانية عدم التوافق	-الصراع قد لا يكون بالغ الحدة والتدمير كما هو الحال في الأزمة. -كما أن الصراع قد يكون معروفا في أبعاده واتجاهاته وأطرافه، في حين تكون

<p>هذه المعلومات شبه مجهولة في حالة الأزمات.</p>	<p>لموضعها. -تضارب بين قوتين أو أكثر نتيجة للتعارض في القيم أو الرأي.</p>	
<p>-اهتمام وسائل الإعلام بالكارثة يكون ايجابيا على عكس وسائل الإعلام. -تقع الكارثة بشكل مفاجيء ويستحيل التنبؤ بها، عكس الأزمة التي تأتي نتيجة تراكمات من المشاكل والأخطاء. -تنطوي الكارثة على دمار واسع وضحايا أبرياء لا تتوفر في الأزمة.</p>	<p>-حدث غير متوقع. -النجمة السيئة أو سوء الطالع</p>	<p><b>الكارثة</b> <b>Disaster</b></p>
<p>-يختلف النزاع عن الأزمة لكن يمكن أن يتطور النزاع ليصبح أزمة بين الدول.</p>	<p>-وضع تنافسي تكون فيه الأطراف واعية بتعارض المواقف.</p>	<p><b>النزاع</b></p>

المصدر: من إعداد الباحثة. (مكاوي، 2005، الصفحات 52-54)

### 3-1-3- أنواع الأزمات

تعدد التصنيفات التي تقدم للأزمات وتختلف وفقا للمعيار الذي يعتمد في التصنيف و طبقا لتوجهات الباحثين هو ما يفسر لنا تنوع في طبيعة الأزمات، ومن بين التصنيفات المعتمدة نذكر:

#### 3-1-3-1- التصنيف حسب أسباب الأزمات:

#### - الأزمات الطبيعية Natur Crisis

الاضطرابات في البيئة والطبيعة تؤدي إلى حدوث أزمة طبيعية ومثل هذه الأحداث بشكل عام تكون خارجة عن سيطرة البشر مثل الأعاصير والزلازل، والانهيارات الأرضية وأمواج تسونامي والفيضانات كلها كوارث طبيعية تؤدي إلى حدوث أزمات.

**- الأزمات التكنولوجية Tecnological Crisis . (بورزان، 2021، صفحة 15)**

تنشأ الأزمة التكنولوجية نتيجة فشل التكنولوجيا، وتؤدي المشاكل في النظم الشاملة وانهيار التجهيزات واختراق البرامج وما إلى ذلك إلى حدوث أزمات تكنولوجية.

**3-1-3-2- التصنيف حسب البعد الزمني للأزمة (معيار تكرار حدوث الأزمة):**

**- الأزمات المفاجئة Sudden Crisis**

تنشأ هذه المواقف فجأة وفي وقت قصير للغاية، لا يتلقى المديرون إشارات تحذير ويكون مثل هذا الموقف في معظم الحالات خارج عن سيطرة أي شخص.

**- أزمات دورية متكررة Frequent Crisis**

إن تكرار الأزمات يساعد على توقع حدوثها، ولكنه لا يتيح التنبؤ بمدى حجمها وشدتها واتساع مجالها بدقة، وتتمثل الأزمات المتكررة في الأزمات: الاقتصادية المرتبطة بالدورة الشرائية والناجمة عن الفساد.

**- أزمات غير دورية Infrequent Crisis**

هذه الأزمات عشوائية الحدوث، لا ترتبط في حدوثها بأسباب دورية متكررة مثل: الأزمات المرتبطة بالدورة الاقتصادية، ومن ثم لا يسهل توقعها، والأزمات غير الدورية تحدث نتيجة عوامل متعددة وإن كانت عادة تكون فجأة وبدون مقدمات كالأزمات الناجمة عن سوء الأحوال الجوية أو تغير الظروف المناخية. (قطيش، 2009، الصفحات 28-29)

**3-3-1-3- التصنيف حسب حدة الأزمة**

**- الأزمات السطحية Crisis Superficial**

وهي أزمات لا تشكل خطرا إذ أنها تحدث فجأة وتنقضي بسرعة وخاصة إذا عولجت أسبابها، وهي تنجم عن الشائعات الكاذبة .

**- الأزمات العميقة Deep Crisis**

وهي أخطر أنواع الأزمات فهي ذات طبيعة شديدة القسوة لارتباطها ببنية الكيان الذي حدثت به الأزمة، ومن تم فقد تدمره إن أهملت مواجهتها. (Gundel, , p. )

### 3-1-3-4- التصنيف حسب مدى تأثير الأزمة

#### - أزمات محدودة التأثير Limited impact crisis

وهي أزمات وليدة ظروف معينة، وتحدث عادة دون أن تترك بصمات أو معالم واضحة على الكيان الذي حدثت فيه الأزمة.

#### - أزمات جوهرية High impact crisis

يؤثر هذا النوع من الأزمات تأثيرا واضحا ومؤكدا في بنية الكيان الذي يحل به مما ينعكس على أدائه، ولذلك فإنه لا يمكن تجاهل هذا النوع من الأزمات أو إهمال مواجهتها إذ أن استمرارها قد يسفر عن نتائج صعبة وقد يولد أزمات أشد خطرا. (فرحي، 2017-2018، صفحة 202)

### 3-1-4- خصائص الأزمة:

تتسم الأزمة بخصائص وسمات عديدة تميزها عن باقي الظواهر المشابهة لها، وستتطرق لهذه الخصائص وذلك من خلال النقاط التالية:

-المفاجأة: "من أهم خصائص الأزمة أنها تقع فجأة ودون سابق إنذار، أو تحدث بشرعة بحيث لا يتسنى لإدارة المنظمة الوقت الكافي لتجنب وقوعها.

-فقدان السيطرة والتوازن: تعبر الأزمة نقطة تحول أساسية في أحداث متتابعة وسريعة، وتسبب الأزمة في بدايتها حالة من الهلع والتوتر مما يضعف من إمكانية رد الفعل السريع لمواجهتها.

-ضيق الوقت وعدم توفر حلول فورية: تتطلب الأزمة استجابة سريعة نظرا لتداعياتها الخطيرة على الموارد والممتلكات، وبالتالي لا يمتلك المدراء والمعنيون بالأمر الوقت الكافي للتفكير بالحلول والبدائل المناسبة للخروج من هذه الأزمة.

-التصعيد: تبدأ بعض الأزمات كبيرة ولا تلبث أن تكبر وتمتد على مستوى النظام بأكمله، بشكل متسارع ما لم يتم السيطرة عليها والتعامل معها في مراحلها الأولى.

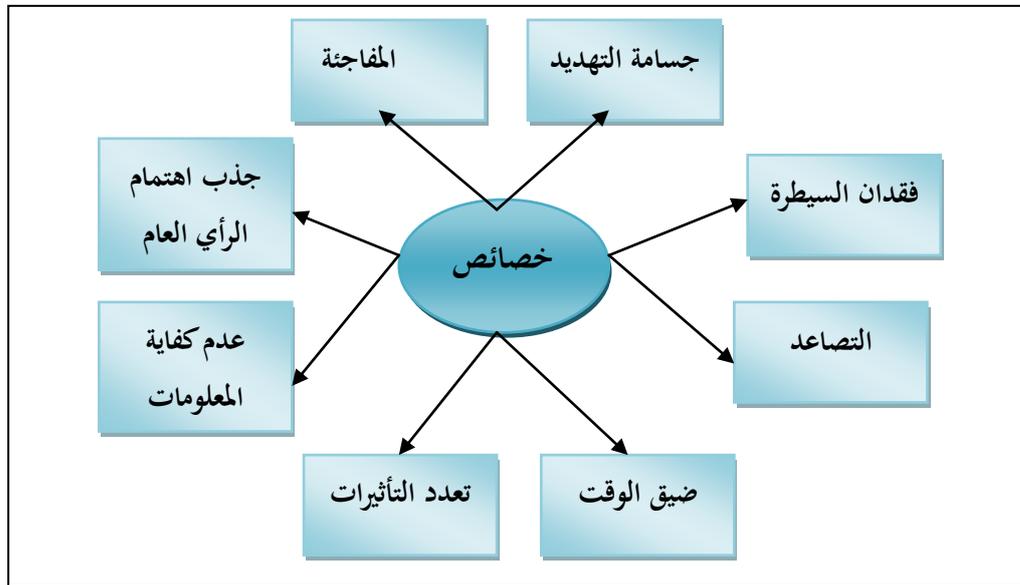
-تعدد التأثيرات وتشابك التداعيات: عندما تنفجر الأزمة تخلق بعد نتائجها أحداثا جديدة لها تداعياتها وتحتل الأسباب بالنتائج، مما يؤدي إلى المزيد من الضغط على الإدارة ويضيق رص الانفراج" (بورزان، 2021، صفحة 10).

- "جسامة التهديد الفعلي أو المتوقع: "بمعنى أن الأزمة تؤثر في النظام المؤسسي بشكل كامل والمقصود بالنظام ككل المصنع كله أو المنظمة كلها.

-عدم كفاية المعلومات: تتصف حالة الأزمة بغياب أو ندرة المعلومات المتصلة بالأسباب والنتائج المختلفة، وهو ما يؤدي إلى تعقيد عملية الخروج بحلول للأزمات.

-جذب اهتمام الرأي العام: تسلط الأزمة الأضواء على المنظمة المعنية وعلى نظامها وعلى ممارساتها ويمكن أن تساهم التغطية الإعلامية السلبية في هذه الحالة إلى تعميق الأزمة، بمعنى أنه من الممكن أن يكون للقرارات المتخذة من قبل المنظمات والطريقة التي يغطي بها الإعلام تلك القرارات تأثير سلبي على قرارات" (بورزان، 2021، صفحة 11).

شكل رقم (5) يوضح خصائص الأزمة



المصدر: إعداد الباحثة

### 3-1-5- مراحل الأزمة:

يذهب الباحثون في مجال الأزمات إلى أن الأزمة لا تنشأ من فراغ بل تتطور وتمر بعدة مراحل تمهد لها الطريق تعرف هذه الأخيرة بدورة حياة الأزمة، وقد تعددت المراحل التي تمر بها الأزمة بداية من مرحلة

الميلاد إلى الانحصار باختلاف الباحثين وتوجهاتهم، فنالك من يحددها بخمس مراحل، وهناك من يراها أربع، ويوجد اتجاه ثالث يصنفها ثلاثة مراحل

### 3-1-5-1- المراحل الخمس للأزمة: (الخضيري، 2003، الصفحات 72-75)

يتم تقسيم مراحل تطور الأزمة وفقا لنموذج المراحل الخمس أنظر للشكل رقم (2) إلى: الميلاد، التوسع والانتشار، النضج، الانحسار، الاختفاء.

**المرحلة الأولى: مرحلة الميلاد:** ويطلق عليها مرحلة التحذير أو الإنذار المبكر للأزمة، حيث تبدأ الأزمة في الظهور في شكل إحساس مبهم وتندر بخطر غير محدد المعالم بسبب غياب كثير من المعلومات حول أسبابها.

**المرحلة الثانية: مرحلة التوسع والانتشار:** تنمو في هذه المرحلة الأزمة وتتوسع

**المرحلة الثالثة: مرحلة نضج الأزمة:** وتحدث هذه المرحلة عندما يكون متخذ القرار على درجة كبيرة من الجهل والاستبداد برأيه وانغلاقه على ذاته أو ربما يكون ذلك نتيجة لسوء التخطيط، حيث تصل الأزمة إلى أقصى قوتها ويصعب السيطرة عليها.

**المرحلة الرابعة: مرحلة الانحصار والتقلص:** تصل الأزمة إلى هذه المرحلة بعدما تنفتت بعد تحقيقها هدف التصادم، الذي يؤدي جزءا هاما في قوة الدفع الدافعة لها، ومن ثم تبدأ في الانحسار والاختفاء التدريجي.

**المرحلة الخامسة: مرحلة اختفاء الأزمة (الانتهاء):** تصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها التي تنتمي لها، ثم تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها ويختفي الحديث عنها، الا باعتبارها حدثا تاريخيا قد بدأ وانتهى. (الخضيري، 2003، الصفحات 72-75)

الشكل (6): يوضح المراحل الخمسة للأزمة



المصدر: اعدد الباحثة

### 3-1-5-2- المراحل الأربع للأزمة

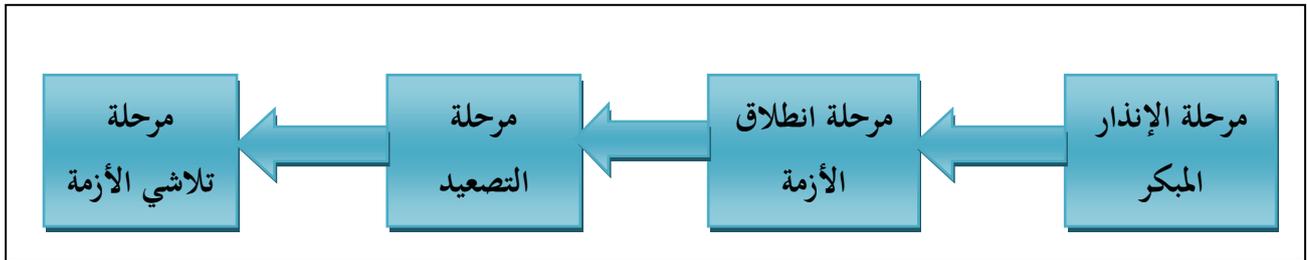
المرحلة الأولى: هي المرحلة التي ظهرت فيها بعض الإشارات والإنذار المبكر باحتمالية حدوث أزمة ما زالت في طور التكوين والنشأة، وغالبا ما يكون ذلك مصحوبا بإحساس مبهم بوجود قلق من شيء ما يلوح في الأفق وينذر بخطر غريب، غير محدد المعالم أو الأثر.

المرحلة الثانية: هي مرحلة انطلاق الأزمة ، وبعد ظهور انعكاساتها وأثارها التدميرية على المنظمة، والأضرار بأطرافها المختلفة، وخلالها لا تنمو الأزمة تدخل في الانتشار بمحفزات داخلية أو خارجية.

المرحلة الثالثة: هي مرحلة التصعيد، أو استمرار تداعيات الأزمة ونضجها، وهي أخطر مراحل الأزمة، ومتى ما وصلت الأزمة إلى هذه المرحلة فإن الاصطدام أو الانهيار هو النتيجة التي لا مفر منها.

المرحلة الرابعة: تفقد فيها الأزمة بشكل كامل قوة الدفع المولد لها أو لعناصرها، حيث تتلاشى مظاهرها وتنحصر أسبابها، وينتهي الاهتمام بها وتصبح مجرد ذكرى. (شعبان، 2005، صفحة 113)

شكل رقم (7) يوضح المراحل الأربع للأزمة



المصدر: إعداد الباحثة

### 3-1-5-3- المراحل الثلاثة للأزمة: (مكاوي، 2005، صفحة 75)

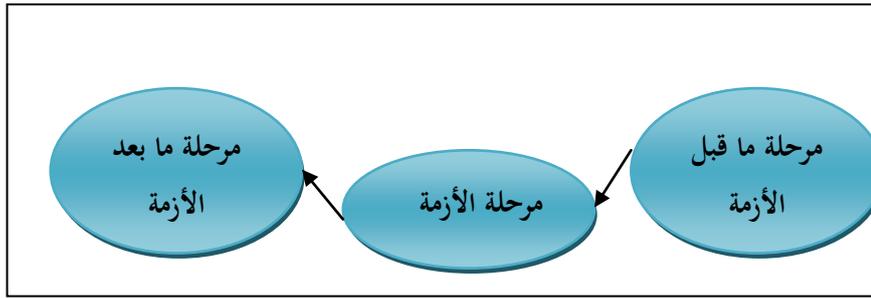
يتم تقسيم مراحل تطور الأزمة وفق نموذج المراحل الثلاث للأزمة Three Phases Model إلى: مرحلة ما قبل الأزمة، مرحلة الأزمة، مرحلة ما بعد الأزمة. ويعتبر هذا النموذج الأكثر شيوعا نظرا لم يتميز به من مرونة، ومعروف عن هذا النموذج انه لا ينسب لأي باحث.

مرحلة ما قبل الأزمة: تعرف بمرحلة الحضانة التي يظهر خلالها سلسلة من إشارات الإنذار المبكر التي تسبق حدوث الأزمة.

**مرحلة الأزمة:** تعرف بأنها المرحلة التي تسبق وقوع مجموعة من الأحداث في ظل حال عدم الاستقرار، أو في وقت حرج يشهد تغيير حاسم.

**مرحلة ما بعد الأزمة:** تعرف بأنها المرحلة التي تشهد عودة الأمن إلى المستوى الذي كان عليه وبدء آليات الاستمرار والتعلم.

الشكل رقم(8) من اعداد الباحثة يبين المراحل الثلاثة للأزمة



في حين تحدد الباحثة "دونا" المراحل الثلاثة للأزمة على النحو التالي:

**مرحلة التأثير:** في هذه المرحلة تواجه المنظمة الأزمة، فتبدأ بالتحرك لمواجهتها، الا أنه غالبا ما تفشل في مواجهة الأزمة لأن معلوماتها وخبراتها وعاداتها التي تملكها لا تسعفها في مواجهة الأزمة، مما يزيد من تعقيد الموقف، ومن ضعف القدرة على مواجهة الأزمة.

**مرحلة الارتداد أو التراجع:** وهي المرحلة الثانية التي تمر بها المنظمة في مواجهة الأزمة وهنا تعاني من زيادة التفكك أو عدم التنظيم، وتظهر علامات جسيمة على المسؤولين بالمنظمة وهذه العلامات: هي التعب والأرق .. الخ.

**مرحلة التفكك والتوافق:** ويتم في هذه المرحلة اكتشاف أساليب جديدة في مواجهة الأزمة أو وضع تعاريف ونظرة جديدة لموقف الأزمة، وابتكار حلول جديدة غير تقليدية لحل الأزمة. مع استمرار حالة التوتر وعدم التوازن والتفكك والتي تقل تدريجيا من أعلى إلى أسفل حتى النهاية. (صادق، 2007، الصفحات 90-91).

شكل رقم (9) يوضح المراحل الثلاثة للأزمة حسب الباحثة دونا.



المصدر: إعداد الباحثة.

من خلال عرضنا لنماذج مراحل تطور الأزمة والتي يطلق عليها بدورة حياة الأزمة، نلخص إلى أنه ورغم اختلاف التقسيمات التي أوردها الباحثين من حيث المراحل التي تمر بها الأزمة ومسمياتها غير أنها تتفق في مجملها على أن لدورة حياة الأزمة لها بداية من خلال ظهور أعراضها داخل المنظمة، ثم انفجارها ومن تم اختفائها.

وانطلاقاً من المراحل السالفة الذكر يمكن القول أن الوضعية الوبائية في الجزائر عرفت تطوراً وفق 3 مراحل تميزت الفترة الأولى بحالة مسيطر عليها وانخفاض عدد الوفيات والحالات المؤكدة، أما الفترتين الثانية والثالثة فقد اتسمت بزيادة عدد الإصابات والوفيات.

### 3-2- مدخل إلى إدارة الأزمات

#### 3-2-1- التطور التاريخي لمفهوم إدارة الأزمة

مع تطور الأزمات وكثرة ظهورها واقتحامها مختلف القطاعات، ازداد الاهتمام بها ودراستها في مختلف العلوم وذلك لإيجاد مختلف الحلول للتعامل معها، وتسييرها بأقل التكاليف والخسائر والاستفادة منها إيجابياً. (نزبهة، 2018، صفحة 127).

وتعود البدايات الأولى لظهور مصطلح إدارة الأزمات بالأصل إلى علم الإدارة العامة حيث نشأ المصطلح لأول مرة، وذلك للإشارة إلى دور الدولة في مواجهة الكوارث المفاجئة والظروف الطارئة مثل: الزلازل والفيضانات والأوبئة... الخ. وما لبث المصطلح أن نما بصفته علماً ولاسيما في مجال العلاقات الدولية للإشارة إلى أسلوب إدارة السياسة الخارجية في مواجهة المواقف الدولية المتوترة مثل أزمة الصواريخ الكوبية 1962. وسرعان ما ازدهر في إطار علم الإدارة بكونه أسلوباً جديداً، تبنته الأجهزة الحكومية والمنظمات العامة لإنجاز مهمات عاجلة، وضرورة أو لحل المواقف الطارئة. ومن خلال تحقيق تلك

المهمات، ظهرت إدارة المشروعات، أو فكرة غرفة العمليات الرامية إلى إدارة المشاكل الحادة والتي اصطلح عليها فيما بعد بإدارة الأزمات. (ناجي، 2012، صفحة 43). ولهذا أصبح موضوع إدارة الأزمات أسلوباً شائعاً وأمر واقعاً يفرض نفسه على صعيد الدولي في مجال السياسة الدولية، وذلك نتيجة لتشابك العلاقات بين الدول وتعدد صور الصراع وتداخل المشكلات الاقتصادية والايديولوجية. (جلولي، 2017/2016، صفحة 93).

وفي ضوء ما سبق عرضه من التطور التاريخي لنشأة مفهوم إدارة الأزمات يمكن القول أن علم إدارة الأزمات كممارسة موجودة منذ القدم باعتبارها أسلوب لحل المشاكل لكن كإطار نظري تعتبر حديثة المنشأ تبلور في مجالين اثنين لا غير وهما: مجال الإدارة العامة ومجال العلاقات الدولية.

### 3-2-2-2- مراحل إدارة الأزمة

لا تتفق الدراسات والبحوث في حقل إدارة الأزمات على عدد محدد من المراحل المرتبطة بالأزمة وإدارة الأزمة أو على تصنيف موحد وشامل لها، وهناك تقسيمات كثيرة لمراحل إدارة الأزمة ومن بين التقسيمات الواردة لمراحل إدارة الأزمة نذكر:

**3-2-2-1- التصنيف الأول:** هذا التصنيف يحدد مراحل إدارة الأزمة بخمس مراحل وهي: (صالح، 2010/2011، الصفحات 39-40)

### 3-2-2-1-1- مرحلة إدارة الأزمة قبل الأزمة Crisis Management Pre- Crisis

ترتكز إدارة الأزمة قبل وقوعها على أمرين أساسيين هما:

أ- تحليل النقاط الحرجة:

إن الكثير من المنظمات تخفق في التعاطي مع الأزمات بدرجة عالية من الفعالية، ويعود ذلك إلى أسباب كثيرة أهمها: أن أغلب هذه المؤسسات لا تنجح في تشخيص وتحديد احتمالية حصول الأزمات.

ب- نظم التحذير والإنذار المبكر:

إن الإدارة الفاعلة للأزمة تتطلب وجد نظم للتحذير والإنذار المبكر، وهذه النظم تزود المنظمة بمراجعة دورية للأداء الإداري والمالي وكذا التنظيمي على مستوى المنظمة وعلى مستوى الصناعة.

### 3-2-2-1-2- مرحلة إدارة الأزمة أثناء الأزمة Crisis Management On Crisis

تبدأ هذه المرحلة بوضع خطة الأزمة، وتكون بسن وتوجيه إرشادات تتعلق بالمستويات الإدارية المختلفة والعاملين بها، وتتعلق هذه الإرشادات بما يجب فعله والقيام به عند وقوع الأزمة لإبقائها تحت التحكم والرقابة، وبأقل قدر ممكن من الخسائر.

### 3-1-2-2-3- مرحلة إدارة الأزمة بعد الأزمة Crisis Management After Crisis

ان أنشطة ما بعد الأزمة تبدأ بتحليل الموقف الحالي للمنظمة (موقف ما بعد الأزمة)، وهناك اتجاهات جديدة للمنظمة ينبغي اعتمادها في ضوء آثار الأزمة على المنظمة، حيث تساعد التغذية العكسية بخصوص آثار الأزمة على الأداء المالي والإداري والتنظيمي في تحديد سياسات واستراتيجيات جديدة للمؤسسة، وربما قد تقود إلى تعديل رسالة المنظمة أو تغييرها .

وفي تقسم آخر أورد الأعرجي عاصم حسين في مؤلفه إدارة الأزمات بين الوقائية والعلاجية المراحل الخمس لإدارة الأزمة على النحو التالي:

- اكتشاف إشارات الإنذار: وتعني تشخيص المؤشرات والأعراض التي تنبئ بوقوع أزمة ما.

- الاستعداد والوقاية: وتعني التحضيرات المسبقة للتعامل مع الأزمة المتوقعة بقصد منع وقوعها أو إقلال أثارها.

- احتواء الأضرار: وتعني تنفيذ ما خطط له في مرحلة الاستعداد والوقاية والحيلولة دون تفاقم الأزمة وانتشارها.

- استعادة النشاط: وهي العمليات التي يقوم بها الجهاز الإداري لغرض استعادة توازنه ومقدرته على ممارسة أعماله الاعتيادية كما كان من قبل.

- التعلم: وهي المرحلة الأخيرة وتعني بلورة ووضع الضوابط لمنع تكرار الأزمة، وبناء خبرات من الدروس السابقة لضمان مستوى عالي من الجاهزية في المستقبل. (صالح، 2011/2010، الصفحات 41-42)

### 3-2-2-2-3- التصنيف الثاني:

أما الدكتور أحمد عز الدين فقد قسم مراحل إدارة الأزمات إلى ثلاث مراحل:

3-2-2-2-1- مرحلة ما قبل الأزمة: وهي المرحلة التي تندر بوقوع الأزمة، وهي غالبا ما تكون مرحلة تتبلور فيها مشكلة ما، وتتفاقم حتى تنتج الأزمة عنها.

3-2-2-2-2- مرحلة التعامل مع الأزمة: وهذه المرحلة هي المحور الرئيس لمفهوم إدارة الأزمة حيث يتولى فريق الأزمة استخدام الصلاحيات المخولة ويطبق الخطط الموضوعة.

3-2-2-2-3- مرحلة ما بعد الأزمة: وهي المرحلة التي يتم فيها احتواء الآثار الناتجة عند حدوث الأزمة وعلاج تلك الآثار يعتبر جزء هام من عملية إدارة الأزمة. (قطيش، 2009، صفحة 38).

### 3-2-3- نماذج إدارة الأزمة

هنالك مجموعة من النماذج التي تم وضعها من قبل الباحثين كاقترحات للتعاطي مع الأزمات وإدارتها بصفة عامة ومن أهم هذه النماذج نذكر:

#### 3-2-3-1- نموذج أيان ميتروف Mitroff: ويسمى كذلك بنموذج المراحل الخمس

وقسم ميتروف بحسب نمودجه مراحل إدارة الأزمة إلى خمس مراحل تتمثل في: اكتشاف إشارات الإنذار، البحث عن عوامل المخاطرة والعمل على التقليل من خطرهما، منع وقوع الضرر، الانتعاش، التعلم.

الشكل رقم (10): يوضح نموذج Mitroff لإدارة الأزمة. (الفقيه، 2012، صفحة 56)



#### 3-2-3-2- نموذج Tuner ويسمى كذلك بنموذج المراحل الست:

يتم تقسيم مراحل إدارة الأزمة وفقا لنموذج المراحل الست Six phases Model: الحالة العادية، الحضانة، المعجل، الأحداث العاجلة، الإنقاذ، إعادة التأهيل الثقافي الكامل. و يتسم هذا النموذج بكثرة مراحل بطريقته تجعله ينطبق على أزمات معينة ولكن ليس على كل الأزمات، كما أن اعتبار الحالة

العادية مرحلة من مراحل الأزمة هو محل خلاف على اعتبار أن الأزمة لها خصائصها المحددة التي لا تنطبق على المرحلة العادية.

-مرحلة التعرف على المعتقدات الأولية ( الحالة العادية): فمن الناحية النظرية يبدو منطقيا أن المعتقدات الأولية عن العالم والأخطار والمعايير الوقائية المرتبطة بها المنصوص عليها في القوانين والأعراف هي معتقدات مقبولة ثقافيا لدى الرأي العام، لدى لا بد من التعرف عليها أولا لمحاولة تغييرها .

-مرحلة الحصانة: وهي المرحلة التي تتراكم فيها مجموعة من الأحداث المتضاربة لا يلاحظها أحد، ويرجع ذلك لكون هذه الأحداث قد تكون غير معروفة أو مفهومة تماما، أو أنها لم ترسل بطرق ذات مغزى لجذب انتباه صناع القرار في تلك المنظمة. .

-مرحلة الأحداث العاجلة: وهي المرحلة التي تظهر فيها الأزمة جليا ولا يمكن تجاهلها.

-مرحلة العواقب: وهي المرحلة التي تصبح فيها العواقب المباشرة للفشل واضحة.

-مرحلة الإنقاذ والإصلاح: وفيها تقوم المنظمة بتحديد المكان الذي من المفترض أنه الأكثر تأثرا بعواقب الأزمة، فتبدأ المنظمة بتدشين وتفعيل خطتها به للخروج من هذا الوضع المتأزم.

-مرحلة إعادة التأهيل الثقافي الكامل: وذلك عن طريق إجراء تقييم خطة الخروج من الأزمة، وتحديد مدى فاعليتها، وفيها يتم أيضا تعديل المعتقدات والمعايير الوقائية لتناسب مع المفاهيم الجديدة المكتسبة حديثا. (البطريق، 2017، صفحة 55)

3-2-3- نموذج المراحل الأربع مراحل" ويسمى بنموذج ستيفن فانك Fank "وهو الأقدم في الظهور، وتنقسم المراحل الأربع للأزمة بحسب Fank إلى:

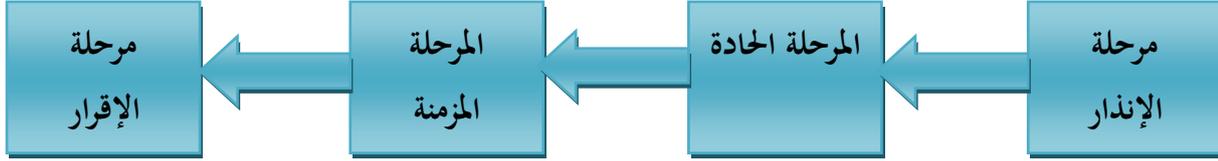
-مرحلة الإنذار **prodromal phase**: وهي مرحلة ما قبل الأزمة، حيث تفرز هذه المرحلة إشارات تنذر بأن هنالك أزمة وشيكة الحدوث.

-المرحلة الحادة أو المرحلة **actue phase**: وهي نقطة اللاعودة، وبها يقع الضرر الفعلي للأزمة.

-المرحلة المزمنة **chornic phase** : ويتم فيها التمهيد لاتخاذ قرارات حاسمة من شأنها أن تؤدي إلى حل الأزمة وانفراجها.

-مرحلة الإقرار **resolution stage**: وهي مرحلة حل الأزمة والخروج من مرحلة عنق الزجاجة والعودة إلى ممارسة العمليات الاعتيادية. (الطريق، 2017، صفحة 56) .

شكل رقم (11): يوضح المراحل الأربع حسب نموذج Fank



المصدر: من إعداد الباحثة

**3-2-4- عوامل نجاح ومعيقات إدارة الأزمات:** (الدليمي، 2012، الصفحات 118-119)

**3-2-4-1- عوامل نجاح إدارة الأزمة:**

يتطلب النجاح في عملية إدارة الأزمات عدة عوامل تتمثل في:

- إيجاد وتطوير نظام إداري مختص يمكن المنظمة من التعرف على المشكلات وتحليلها ووضع الحلول لها بالتنسيق مع الكفاءات المختصة.
- العمل على جعل التخطيط للأزمات جزءا هاما من التخطيط الاستراتيجي.
- ضرورة عقد البرامج التدريبية و ورش العمل للموظفين في مجال إدارة الأزمات.
- ضرورة التقييم والمراجعة الدورية لخطط إدارة الأزمات واختبارها تحت ظروف مشابهة لحالات الأزمات، وبالتالي يتعلم الأفراد العمل تحت الضغوط.
- التأكيد على أهمية وجود نظام فعال للإنذار المبكر.

**3-2-4-2- معيقات إدارة الأزمة**

يمكن تصنيف المعوقات التي تعرقل عملية إدارة الأزمة إلى ما يلي: (ناجي، 2012، صفحة 36)

- معوقات تنظيمية: تتمثل في عدم تحديد واضح للسلطة واختلاف الثقافة بين الأفراد، كضعف التدريس، وعدم تأييد الإدارة العليا لأساليب عملية في إدارة الأزمة.

- معوقات معلوماتية: تتعلق بصحة المعلومات من حيث تشخيص دقتها، ضمان مصدرها أو حجب جزء من المعلومات المطلوبة عن متخذ القرار.

- معوقات اتصالية: تتعلق بصعوبة نقل وتبادل المعلومات من داخل وخارج المؤسسة ومحدودية استخدام التقنيات الحديثة للتصدي للأزمة.

- معوقات بيئية: تتعلق بالبيئة المحيطة والتي تواجه الإدارة التي تحد من فاعليتها بمواجهة الأزمة، كالتلوث الناجم عن المنظمات الصناعية والمبيدات الحشرية، وضعف الوعي البيئي لدى المواطن.

- معوقات تكنولوجية: تتعلق بالعوامل الفنية والتقنية للمؤسسة والتي تعد عائقا لمواجهة الأزمة كتكلفة استخدام التقنيات الحديثة، كالانترنت وغيرها.

### 3-2-5- الأستراتيجيات التقليدية والحديثة لإدارة الأزمة

يعتمد في إدارة الأزمات على توفر مجموعة من الوسائل والاستراتيجيات الملازمة لمختلف مراحل الأزمة، ومن بين الاستراتيجيات المعتمدة التي يجرى استخدامها نذكر:

#### 3-2-5-1- الأستراتيجيات التقليدية لإدارة الأزمات: (ناجي، 2012، الصفحات 32-33)

وتتمثل في:

**3-2-5-1-1- إستراتيجية إنكار الأزمة:** وتمثل أبسط الطرق التقليدية إذ يعلن المسؤول بأنه لا توجد أزمة، وبأن الوضع القائم أفضل وأحسن الأوضاع وليس بالإمكان بأن يكون أفضل مما عليه الآن، ويطلق عليها طريقة التعتيم الإعلامي للأزمة وتستخدم هذه الطريقة في ظل وجود إدارة أوتوقراطية شديدة التسلط.

**3-2-5-1-2- إستراتيجية كبت الأزمة:** وفيها تقوم المؤسسة أو المنظمة بإغلاق منافذ العناصر الأساسية المكونة للأزمة، وهي إستراتيجية إلى أن المؤسسة المستخدمة لها متسلطة ومستبدة.

**3-2-5-1-3- إستراتيجية تكوين لجان لدراسة الأزمة:** تعتمد عليها المؤسسة عندما لا تتوفر على المعلومات الكافية عن القوى الفاعلة في الأزمة، ويكون الهدف الأساسي من تكوين اللجان لتحديد العناصر الأساسية بنشوتها والمحركين لها وإفقادها قوى دفعها.

**3-2-5-1-4- إستراتيجية بحس الأزمة:** هنا تقوم المؤسسة بالاعتراف بوقوع أزمة معينة مع التقليل من حدتها والادعاء بأنها تحت السيطرة وسيتم التعامل بالأسباب المناسبة. وتفيد هذه الطريقة فعلا في الأزمات البسيطة والمحدودة والجزئية، حيث تكون المؤسسة قادرة على علاج الأمر بعد التهوين من شأنه والتقليل من حجمه.

**3-2-5-1-5- إستراتيجية عزل قوى الأزمة:** وتشير إلى قيام المؤسسة بإبعاد قوى الأزمة عن الموقف الأزموي، وفي هذا الموقف يتم تحديد المحركين الرئيسيين وعزلهم جغرافيا، ماديا ونفسيا عن أحداث الأزمة نفسها، ويتم العزل بعدة طرق منها على سبيل المثال إرسال محركي الأزمة إلى مهام وظيفية وعلمية.

**3-2-5-1-6- إستراتيجية تنفيس الأزمة:** تشير إلى تهدئة الأزمة من خلال إيجاد فتحات جانبية في الأزمة للتنفيس من الضغط والتوتر والصراع الموجود داخل الأزمة، ومنعها من الانفجار وهذه الطريقة معروفة أيضا باسم "تنفيس البركان".

**3-2-5-1-7- إستراتيجية إخماد الأزمة:** وتشير إلى صدام عنيف وعلني وصريح مع قوى الأزمة. وبالتالي فهو عكس الأفكار تماما وحينما يتم الصدام العنيف يتم أساسا مع المحركين لهذه الأزمة وتصفيتهم، وتم تصفيتهم من خلال منع أي موارد مالية عنهم أو حوافز، وكذا منع الاتصال بينهم وبين مؤيديهم.

**3-2-5-2- الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات:** (قاسمي، 2019، صفحة 65)

يمكن حصرها إجمالاً في النقاط التالية:

**3-2-5-1- إستراتيجية تغيير 'تحويل' المسار:** تستخدم للتعامل مع الأزمات الشديدة التي يصعب احتوائها، وذلك من خلال خلق روح التحدي لدى الأفراد لتعويض الخسائر ولتحقيق أفضل النتائج.

**3-2-5-2- إستراتيجية تفتيت الأزمة:** تعتمد هذه الإستراتيجية على معرفة كافة التفاصيل والعوامل المسببة للأزمة من خلال تحديد الإطارات المتعارضة والمنافع المحتملة، ومن ثم تقسيم أثر الأزمة لأجزاء متعددة قابلة للحل، وتصلح هذه الإستراتيجية للأزمات الضخمة والخطيرة.

**3-2-5-2-3- إستراتيجية احتواء الأزمة:** وفق هذه الإستراتيجية يتم حصر الأزمة بنطاق محدود وتحميدها عند مرحلة يمكن استيعابها وافتقادها قوتها، وذلك من خلال التركيز على الاستماع إلى مطالب قوى الأزمة والتفاوض معهم من خلال قنوات تفاوض رسمية تمثلهم كالنقابات والأحزاب.

**3-2-5-2-4- إستراتيجية الاحتياطي الشعبي:** تلجأ إلى هذه الإستراتيجية المؤسسات الصناعية التي تحتاج إلى مواد خام لعمليات الإنتاج، وذلك يمكنها من مواجهة أزمة النقص بالمواد الخام.

**3-2-5-2-5- إستراتيجية المشاركة الديمقراطية:** هذه الإستراتيجية شديدة التأثير عندما تتفوق الأزمة بالعنف البشري، وعادة ما تستخدم في المجتمعات التي تتسم بالحرية الفردية كالسلوك السياسي والاجتماعي الحر، إذ يعلن عن مدى الأزمة وخطورتها وأسلوب مواجهتها، كما تحدد واجبات أبناء المجتمع ومسؤولياتهم تمهيدا للقضاء على الأزمة.

**3-2-5-2-6- إستراتيجية تدمير الأزمة ذاتيا:** وتسمى أيضا " إستراتيجية التفجير الداخلي للأزمة" أو "بالصدام المباشر" وتستخدم عندما ترى المؤسسة أن هنالك خطرا مدمرا لها ويهدد بقائها، هنا تلجأ إلى التفجير الداخلي لعناصر الأزمة ومحركيها، وذلك بإتباع الخطوات التالية:

- ضرب مؤيدي الأزمة بشدة والهجوم على فكر الأزمة.

- استهداف محركي الأزمة ذوي القوة من خلال إبعادهم وربما تصفيتهم.

- إيجاد قادة بدلاء للأزمة أكثر اعتدالا يمكنهم تحويل أتباع الأزمة من جهودهم السلبية لمسارات أخرى ايجابية.

**3-2-5-2-7- إستراتيجية الوفرة الوهمية:** وهي إحدى الطرق النفسية التي يلجأ لها متخذ القرار للتعامل مع الأزمات العنيفة السريعة، ومتلاحقة الأحداث والتي تندر بخطر مدمر للكيان الإداري مع وجود عامل نفسي مصاحب قد يعمل على إيجاد حالة من الفرع، ويحفز عوامل الأزمة ومن أمثلتها: الأزمات التنموية التي تتصل بإحدى السلع الضرورية مثل الخبز، الدقيق... الخ. (قاسمي، 2019، صفحة 65).

## 3-3- الجزائر وإدارة الأزمة الصحية

## 3-3-1- نشأة إدارة الأزمة الصحية

تعود البدايات الأولى لنشأة علم إدارة الأزمات إلى ميدان الإدارة مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين وأصبح علما متعدد التخصصات كعلم السياسة، الاقتصاد، والنفس والصحة العامة. ومن هنا بدأ يتطور مفهوم إدارة الأزمات الصحية خصوصا مع انتشار أزمة أنفلونزا الطيور في 2003 وهو ما دفع أمانة منظمة الصحة العالمية إلى إصدار تقرير في 23 نوفمبر 2004 بعنوان: الاستجابة لمقتضيات الجوانب الخاصة بالصحة في الأزمات، حددت فيه أسباب الأزمات الصحية ومراحل إدارتها.

## 3-3-2- خصائص الأزمة الصحية

للأزمة بصفة عامة مهما كان نوعها وشدتها مجموعة خصائص تميزها، ومن بين خصائص الأزمة الصحية نذكر :

أ- الانتشار: والمقصود منه أن الأزمات الصحية تتميز بالانتشار في فطاعات عديدة، قد يكون الإنسان في حد ذاته هو السبب في انتشارها كما حدث مع مرض السارس ومرض كورونا المستجد الذي ينتقل عن طريق الإنسان، وبالتالي نجد أن عملية الانتشار تكون واسعة بحكم التماس بين البشر أو بين البشر والحيوان .

ب- المفاجأة: وتلي عملية الانتشار مباشرة وتأتي في الدرجة الثانية من الأهمية، فالأمراض الوبائية تكون لها غالبا نسبة من احتمالية الوقوع إلا بعض الأمراض مثلما حدث مع فيروس كورونا.

ج- الغموض ونقص المعلومات: والمقصود بها عدم توفر معطيات علمية وطبية حول المرض المنتشر .

د- ضيق الوقت: ونشير هنا إلا أن ضيق الوقت في الأزمة الصحية يتمثل في عدم وجود مجال كبير للحد من عدد الضحايا والإصابة من جراء هذا الفيروس، وكيفية اتخاذ الإجراءات التي تكون خاضعة في الأساس لمعطيات علمية أو طبية. (جدو، 2022، صفحة 10).

### 3-3-3- مراحل إدارة الأزمة الصحية بالجزائر

يتفق الباحثون أن هنالك عدة مراحل تمر بها عملية إدارة الأزمات، غير أنهم يختلفون حول ماهية هذه المراحل وتعدادها، فنجد مثلا أن Coombs قسم مراحل إدارة الأزمة حسب المعيار الزمني إلى: مرحلة ما قبل الأزمة، ومرحلة الاستجابة للأزمة، ومرحلة ما بعد الأزمة، وحسب تصنيف Fink هنالك أربع مراحل وتتمثل: مرحلة الإنذار، مرحلة التأزم، المرحلة المزمّنة، وأخيرا مرحلة الحل، كما قدم Faulkner نموذج بهذا الصدد يتكون من: مرحلة الإنذار، مرحلة التأزم، الطوارئ، التوسط، الأمد الطويل، ومرحلة الحل، بينما قدم Pearson و Miroff نموذجا اعتمده العديد من الدراسات فيما بعد، ويتألف هذا النموذج من خمس مراحل وهي: مرحلة اكتشاف إشارات الإنذار، الاستعداد والوقاية، احتواء الأضرار أو الحد منها، مرحلة استعادة النشاط، مرحلة التعلم. (بودريالة و معمر، 2018، صفحة 457).

ونستعرض في هذه الجزئية مراحل إدارة الأزمة الصحية وفقا لنموذج الذي قدمته منظمة الصحة العالمية، والثاني وفقا لتقسيم كومبس.

### 3-3-3-1- مراحل إدارة الأزمة الصحية حسب نموذج منظمة الصحة العالمية: قسمت منظمة

الصحة العالمية مراحل إدارة الأزمات الصحية إلى ثلاث مراحل رئيسية وهي تشمل:

**3-3-3-1-1- مرحلة التأهب:** يضمن التأهب التخفيف من تأثير الأزمات على النظم الصحية المتضررة لتخفيف المعاناة، وانتشار الأوبئة وعدد الوفيات. الخ ويهدف بدوره إلى تأمين مرونة المرافق الصحية وقدرتها على استعادة نشاطها في ظل الظروف الصحية، وتوفير خدمات الاستشفاء ذات الأولوية والتدابير العلاجية للمتأثرين بنتائجها والقدرة على إجراء البحث والإنقاذ واتخاذ التدابير لرصد الأمراض ومكافحتها على وجه السرعة، ما يلزم على الجهة المتضررة توفير الجاهزية والاستعداد لمواجهة الأزمات التي يفترض أن تعطى لها الأولوية التامة في جميع البرامج الإنمائية، ويعتبر التخطيط الاستراتيجي الدقيق أساسيا في إسناد المسؤوليات وإدراك التحديات.

### 3-3-3-1-2- الاستجابة: ويقصد بها أن توجه الاستجابة السريعة نحو ضمان بقاء السكان

المتأثرين على قيد الحياة وصون عافيتهم، وتشمل العناصر الرئيسية للاستجابة توفير سبل الحصول المنصف على ضرورات الحياة من الأكل والشرب والدواء... الخ. وتوفير الإمكانيات لدعم نشر الفاعلين الصحيين والإعدادات، ومتابعة التقدم المحرز بصورة منتظمة .

**3-3-1-3-3- الانتعاش:** تعتبر الأزمات من وجهة نظر صحية، منتهية عندما يتم إصلاح النظم الصحية الأساسية وإعادة بنائها، وتوفير الاحتياجات الصحية الرئيسية لأشد السكان تأثراً وضعفاً، وتركز هذه الخطط على تزويد المحتاجين بأسباب العيش الأساسية، وإصلاح نظم الخدمات في مراكز الصحة الأولية ومستشفياتها، وتأهيل خدمات الرعاية الصحية وترصد الأمراض والصحة العمومية". (بوراس و بلخير، 2021، صفحة 37).

### 3-3-2- مراحل إدارة الأزمة الصحية حسب نموذج Timothy و Coombs :

**3-3-2-1- مرحلة ما قبل الأزمة:** تتضمن هذه المرحلة مرحلة عملية التخطيط، في حين تتضمن مرحلة الاستجابة للأزمة إلى عمليتين هما: مواجهة الأزمة والتنفيذ، وتتناول مرحلة ما بعد الأزمة عملية التقويم وأخيراً يراعي نظام إدارة الأزمات الصحية عملية التغذية الاسترجاعية بين عمليتي التقويم والتخطيط على النحو التالي:

-مرحلة التخطيط ويتمثل في العناصر التالية:

-تطبيق أنظمة الإنذار الصحي المبكر.

-التنسيق بين مركز إدارة الأزمات وكل الهيئات المكلفة بالصحة العامة، كوزارة الصحة والمؤسسات والهيئات الرسمية المركزية واللامركزية ذات العلاقة برسم استراتيجيات ذات خطط تهدف للتنبؤ بالأزمات الصحية، والاستجابة الفورية لأزمة الصحية فور وقوعها.

-تدريب العاملين بالهيئات المكلفة بالصحة العامة على مهارات وأساليب إدارة الأزمات.

-تدريب المتحدثين على مهارات الاتصال خلال الأزمات، استعداداً للتحدث مع وسائل الإعلام والجمهير خلال الأزمات، كتجنب عبارة لا تعليق وعدم الارتباك وتقديم المعلومات بوضوح، وتجنب العبارات التي يفسرها البعض على أنها خداع.

-متابعة مدى جاهزية المؤسسات الصحية للتعامل مع ضحايا الأزمات الصحية، من خلال تشكيل فريق أزمة على مستوى المستشفى وتدريب الطواقم الطبية". (coombs & timothy, 2014).

-دراسة تجارب وطنية ودولية سابقة في مجال إدارة الأزمات الصحية ومحاولة الاستفادة منها.

**3-3-2-2-3-3-2-3-3-3-3** -مرحلة مواجهة الأزمة الصحية: تتضمن هذه المرحلة عمليتين هامتين وهما: عملية مواجهة الأزمة الصحية، وعملية التنفيذ.

وتشمل النقاط التالية:

- جمع المعلومات من قبل الهيئات المكلفة بالصحة العامة على الصعيد الوطني والإقليمي والدولي.

-التنسيق مع المؤسسات السياسية والإدارية "المركزية واللامركزية" ذات العلاقة.

-تشكيل فريق لإدارة الأزمة الصحية، ووضع هيكل تنظيمي تحدد فيه أدوار الفريق وأعضائه تتولى مهمة البحث عن أسباب الأزمة.

-وضع خطة أو خارطة لاحتواء الأزمة الصحية والحد من انتشارها، تتضمن أساسا تأمين حياة

المواطنين. " (Efstathies, panos, papafragkak, Dafni, & gogosis, 2009, p. 45)

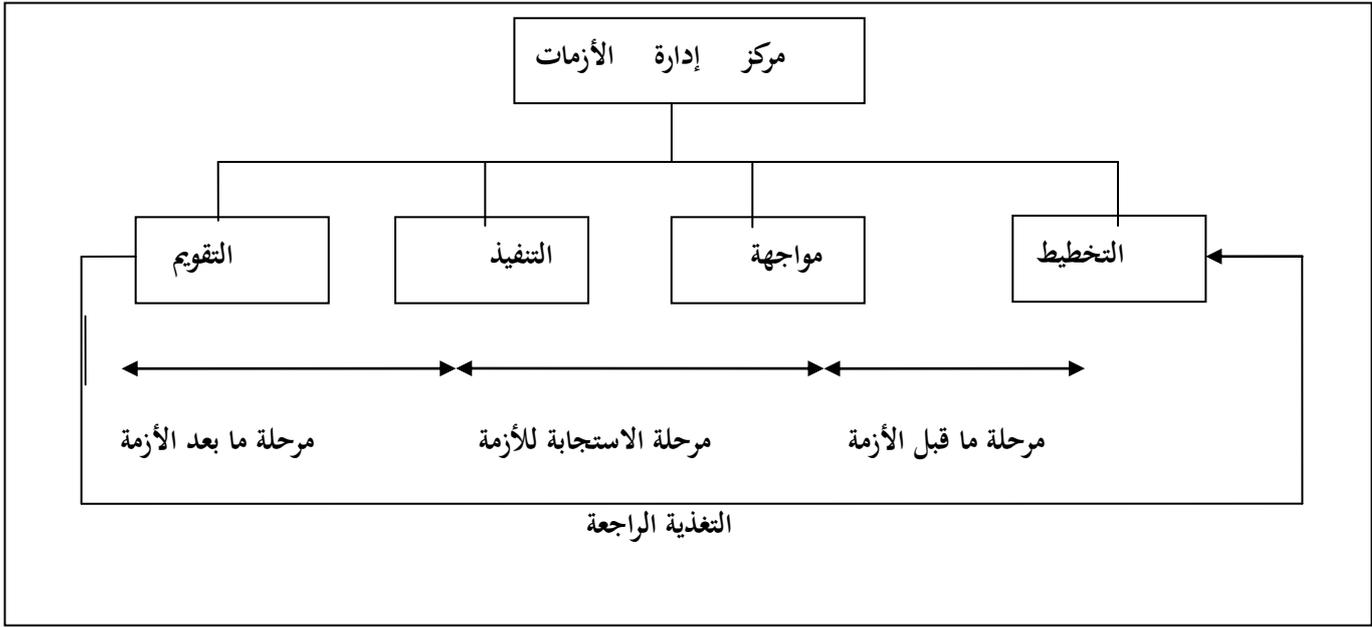
**3-3-2-3-3-3-3-3-3-3-3** -مرحلة التنفيذ: "أي القدرة على اتخاذ القرارات الناجحة بأسلوب علمي لاحتواء الأزمة ونتائجها، فعملية التشخيص والتحليل والتعرف على أسباب الأزمة ومكوناتها تساعد على اتخاذ القرارات الرشيدة، ويتضمن التوجيه السليم في إدارة الأزمات، شرح طبيعة المهمة، ووصف العمل بدقة، ونطاق التدخل وكذا الأساليب المتاحة، ويتم ذلك بالعادة من خلال عقد اجتماع مسبق مع أعضاء الفريق بمتخذ القرار". (فهواجي، 2015، صفحة 34)

**3-3-2-3-3-3-3-4-2-3-3-3-3** -مرحلة التقييم: تهدف هذه المرحلة إلى دراسة وتحليل جوانب القوة والضعف لخطط إدارة الأزمة الصحية، ومراقبة عملية التنفيذ، بهدف تصحيح الإختلالات التي تصاحب التنفيذ وإدخال التعديلات المناسبة، وبعد انتهاء الأزمة الصحية يتم إجراء تقييم شامل لأداء كل الهيئات والأطراف من مركز إدارة الأزمات والكوارث، بالإضافة إلى تحديد أسباب الأزمة الصحية بدقة، مما يساهم في تجنب وقوعها مستقبلا.

**3-3-2-3-3-3-3-5-2-3-3-3-3** -مرحلة التغذية العكسية: تركز على أهمية الاتصال في إدارة الأزمات (Crisis communication) الذي يعبر عن العملية التفاعلية التي يتم فيها تبادل المعلومات والرموز والاشارات بين مختلف الأطراف، وهو اتصال منظم مترابط مخطط شامل للأعمال والأهداف المسطرة لمواجهة الأزمات". (Efstathies, panos, papafragkak, Dafni, & gogosis, 2009, p. 48)

يتفق كومبس مع عديد الدراسات والنماذج التي قدمت بالشرح حول مراحل إدارة الأزمات وجعلت وحدتها بثلاثة مراحل أساسية غير أن الإضافة التي قدمها لنا نموذج كومبس هو التغذية الاسترجاعية أو رجع الصدى الذي اعتبره همزة وصل بين المراحل الثلاث للأزمة وأكد فيه على أهمية الاتصال بين الفاعلين في كل مرحلة من مراحل إدارة الأزمات.

الشكل رقم (12) نموذج كومبس لإدارة الأزمة الصحية.



المصدر: من إعداد الباحثة.

### 3-3-4- إستراتيجية إدارة الأزمة الصحية بالجزائر

3-3-4- استراتيجيات إدارة الأزمة الصحية بالجزائر. (حسن عماد مكاوي، 2005 الصفحة 80).

تحتاج الإدارة الناجحة للأزمات التخطيط الجيد والمحكم وهو ما يعني توظيف مجموعة من الاستراتيجيات التي يتم اعتمادها خلال المراحل المختلفة للأزمة، ومن بين الاستراتيجيات التي تلجأ إليها معظم المؤسسات حسب ما أورده حسن عماد مكاوي في كتابه الإعلام وإدارة الأزمات، نذكر:

#### 3-3-4-1- إستراتيجية الاعتذار: يحتاج الجمهور إلى اعتذار من المنظمة عما حدث أي عن

الأزمة، حتى لو كانت المؤسسة نفسها ضحية للأزمة، وتلجأ المنظمات لهذا النوع من الإستراتيجية

بالعادة لكشف تعاطف الجمهور مع شرح موقفها من الأزمة، وتلعب هذه الإستراتيجية دورا فعالا في تدارك الحدث من الناحية النفسية والانفعالية لدى الجمهور وأصحاب المصلحة.

**3-3-4-2- إستراتيجية الحل:** تلجأ المنظمة لهذه الإستراتيجية لأن الجمهور في وقت الأزمات يبحث عن الحلول للخروج من الأزمة بأقل خسائر ممكنة، وبالنسبة لمنظمة الصحة العالمية فقد اهتمت بإصدار التوصيات اللازمة للتعامل مع الجائحة والالتزام بالإجراءات الوقائية وذلك من أجل الخروج من دائرة الجائحة. ونفس الشيء ينطبق على وزارة الصحة الجزائرية حيث سعت طيلة فترة انتشار فيروس كورونا من خلال صفحتها الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى تزويد الجماهير بمختلف التدابير والإجراءات الوقائية المتخذة للحد من الأزمة من تباعد جسدي، تعريفه بطرق الوقاية كيفية غسل اليدين، لبس الكمامة... الخ، وحثه على أخذ اللقاح كحل للأزمة.

**3-3-4-3- إستراتيجية الإصلاح:** تقوم هذه الإستراتيجية على تقديم مجموعة من الإجراءات التي تتخذها المنظمة للسيطرة على الأزمة والتقليل من الأضرار الناجمة .

وتتجسد هذه الاستراتيجية في سلسلة اللقاءات الدورية التقييمية والخرجات الميدانية للوقوف على النقائص التي تعاني منها المستشفيات على وجه الخصوص ومحاولة تداركها للحد من انتشار الفيروس أكثر، كما تتجسد في سلسلة النشاطات المعتمدة من قبل وزارة الصحة الجزائرية للحد من انتشار فيروس كورونا من خلال تنظيم حملات تحسيسية شملت كل مناطق الوطن، حملات تلقيح، تنظيم أيام مفتوحة لفائدة الأطفال بالمدارس، بالمستشفيات... الخ.

**3-3-4-4- إستراتيجية التعويض:** تلجأ المنظمات ذات النشاط التجاري إلى إستراتيجية التعويض في حالة وجود خسائر مادية أو بشرية ناتجة عن هذه الأزمة، وفي أزمة كوفيد 19 قامت منظمة الصحة العالمية بتقديم المساعدات العلاجية والغذائية للدول الفقيرة ومنخفضة الدخل.

**الفصل الرابع**  
**الإطار التطبيقي**  
**للدراصة**

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تناولت الباحثة في هذا الفصل ما تم جمعه من مادة علمية بالتحليل والتفسير بعد القيام بتصميم أدوات جمع البيانات وإخضاعها للتحكيم للتأكد من صحتها وقابليتها للإجابة عن تساؤلات الدراسة وكذا التساؤل الرئيس الذي انطلقت منه، من خلال عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الخاصة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة على موقع "الفيس بوك". بالاعتماد على أداة تحليل المضمون المتاح عبر المواقع الإلكترونية، بغرض التعرف على ماهية إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة في إدارة أزمة كورونا 2020 من قبل الصفحة، وقد تم التطرق لمجمل الأسباب العلمية التي دفعت بالباحثة لاختيار هذه الصفحة في الفصول السابقة، كما تم عرض بطاقة تقنية خاصة بالصفحة عينة الدراسة التحليلية في الفصل المنهجي.

1-4- النتائج الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)

جدول رقم 03: يبين فئة نوع المواضيع المنشورة بالصفحة

النشاطات المعتمدة للحد من أزمة كوفيد								النشاطات المعتمدة في تغطية أزمة كوفيد												نوع المواضيع الصفحة
المجموع		تعليمات وإرشادات		حملات تحسيسية		حملات تلقيح		المجموع		تقديم التعازي البيانات		ندوات ومؤتمرات		لقاءات تقييمية دورية		مخرجات ميدانية		تقارير اليومية (حالات الإصابة، الاستشفاء، الوفيات)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	62	35.48 %	22	27.4 %	17	37.09 %	23	100	173	8.0 %	14	10.40 %	18	15.60	27	13.87 %	24	52.02 %	90	
																				وزارة الصحة الجزائر

تبرز معطيات الجدول نوع المواضيع المنشورة بالصفحة محل الدراسة، حيث يتضح لنا التنوع في تناول الموضوعات المتعلقة بالأزمة الصحية بالجزائر، وان كان هنالك تباين في نسب المواضيع المنشورة. والجدير بالذكر في هذا السياق هو أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك، وكما سبق وأشرنا إليه في الجدول رقم 10 الخاص بفئة البيانات العامة تم إنشاؤها على أساس أحداث صحية تمثلت في ظهور فيروس كورونا في الصين الذي توافق وشهر أكتوبر 2019 أي قبل شهرين من التاريخ الفعلي الذي تم الإعلان عنه وهو أواخر ديسمبر 2019 وهذا ما أقره تقرير نشر بموقع سكاي نيوز العربية. وبالعودة لشهر أكتوبر واختياره تحديدا لإطلاق الحساب بدوره ما كان اعتباطيا بل لتسميته من قبل منظمة الصحة العالمية بشهر التوعية، وهو ما يحيلنا على فكرة جوهرية هو أن إنشاء هذه الصفحة كان بهدف إعلام المواطنين بشكل استباقي من الجائحة وتداعياتها وهو ما يؤكد لنا الجدول الخاص بفئة الأهداف. وانطلاقا من المعطيات أعلاه نخلص إلى أن المواضيع المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية المنشورة بالصفحة محل الدراسة انقسمت إلى نوعين خص النوع الأول بالمواضيع المتعلقة بالنشاطات المعتمدة في تغطية أزمة كورونا حيث بلغ إجمالي المنشورات 173 جاءت على النحو التالي:

تقارير الحالات اليومية (إصابات، حالات الشفاء، الوفيات) بنسبة 52.02%، وكانت في شكل منشورات يومية منتظمة تنشر على مدار الأسبوع بالصفحة. ويعود السبب في تكثيف هكذا نوع من الموضوعات بهدف إعلام المتصفح وتزويده بالمعلومات الدقيقة باعتبارها صفحة رسمية وناطق رسمي محول له بتقديم الحقائق. تليها لقاءات تقييمية دورية بنسبة 15.60% والتي كانت مبرمجة كل نهاية أسبوع للحديث عن حصيلة الوباء والتذكير بضرورة التقيد بالإجراءات الوقائية، كما كانت فرصة لتشمين الجهود المبذولة من قبل الفواعل بالمجتمع. مقابل ما نسبته 13.87% شملت خرجات ميدانية للوزير الأول كانت في مجملها زيارات للمستشفيات على وجه الخصوص للوقوف على مدى التزام بالتعليمات وجاهزيتها وكذا معرفة النقائص والمشاكل التي تواجهها المؤسسة في ظل تفشي فيروس، في حين جاءت الندوات والمؤتمرات بنسبة 10.40%، والتي كانت في غالبيتها عبر تقنية التحاضر عن بعد بسبب إجراءات الحجر المنزلي والتباعد الجسدي خصت للحديث عن الاتفاقيات والشركات التي أبرمتها الوزارة مع الدول الشقيقة، انطلاق الأسبوع الوطني للتلقيح.. الخ. وأخيرا جاءت المواضيع الخاصة بتعازي الوفاة بنسبة 8.09%، ولربما كان الهدف من هكذا مضامين هو تحسيس وتحذير المواطنين بخطورة الوضعية الوبائية وكرسالة من الوزارة ومختلف الفاعلين مفادها أن نتيجة التهاون وعدم الاستجابة الفورية لنداءات

وتعليمات الوقاية التي نددت بها كل من وزارة الصحة، الأطقم الطبية، منظمة الصحة العالمية ستكون نهايتها تفاقم الجائحة وهلاك أرواح عديدة .

أما النوع الثاني فخصص للحديث عن النشاطات المبذولة من قبل مختلف الفواعل للحد من انتشار فيروس كورونا بالجزائر، حيث بلغ إجمالي المنشورات 62 موزعة على الشكل التالي :

حملات تلقيح بنسبة 37.09%، تليها في المرتبة الثانية معلومات وإرشادات صحية (أطلقتها منظمة الصحة العالمية تتمثل في نصائح للتعامل مع الفيروس واحتياطات خاصة بالمسافرين، توصيات التباعد الجسدي ودخول المساجد، كيفية غسل اليدين) بنسبة 35.84% مقابل حملات تحسيسية بنسبة 27.41%. وتأتي هذه مواضيع بهدف توعية وتحسيس الجمهور وبالتالي العمل على الحد من انتشار الأزمة.

وأخيرا و من خلال عرض وتحليل بيانات هذه الفئة نتوصل إلى أن:

- الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك تولى اهتماما كبيرا بموضوع الأزمة الصحية بالجزائر، يظهر بشكل واضح من خلال سعيها الدائم على مدار فترة التحليل إلى إعلام الجمهور بمختلف تطورات الوضعية الوبائية، وكذا تحسيسه وتوعيته من مضاعفات الفيروس عن طريق تعريفه بالأزمة. مع العمل على تبيان مختلف النشاطات المتخذة من قبل مختلف الفاعلين في إدارة الجائحة، وهو ما برز لنا من خلال تحليلنا لفئة المواضيع التي تم نشرها بالصفحة يحث تبين لنا حرص الوزارة على تقديم تغطية شاملة للأزمة اتسمت بالتنوع في طرح المواضيع.

## جدول رقم 04: يبين فئة أساليب الاتصال ( استراتيجيات الاتصال السياسي)

التكرار	الفئة	ك	%
إستراتيجية الإعلام	168	58.74%	
إستراتيجية الحوار	62	21.67%	
إستراتيجية الإقناع	56	19.58%	
المجموع	286	100	

(هذه الفئة يمكن أن تظهر أكثر من إستراتيجية واحدة بالمنشور)

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 الإستراتيجية، والتي تعتبر عامل مهم وخطوة أساسية في المراحل المختلفة للأزمة، وتختلف هذه الأساليب بطبيعة الحال من منظمة إلى أخرى، ويعتمد توظيف إحداها دون الأخرى على طبيعة الأزمة، ومدى ملائمتها وكذا فعاليتها.

حيث تبين معطيات الجدول أعلاه تنوع استراتيجيات الاتصال السياسي الموظفة في منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر الفايسبوك، حيث تصدرت إستراتيجية الإعلام بنسبة كبيرة بلغت 53.68%، الهدف منها تزويد المتصفح بمختلف مستجدات الأزمة في شكل تقارير يومية مكتوبة 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 سا، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل اليه الباحثين بن سهلة دنيا وشمس ضيات خلفلاوي حيث أكدت نتائج الدراسة التي قاما بها المعنونة " فعاليات العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا، دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك" إلى اعتماد الحساب على الإعلام كإستراتيجية رئيسية لإدارة الأزمة الصحية.

تليها في المرتبة الثانية إستراتيجية الحوار بـ 21.67% من خلال عقد سلسلة لقاءات تقييمية دورية حضورية وعن بعد عن طريق تنظيم ندوات ومؤتمرات من خلال التطبيقات الرقمية قوقل ميت، الزوم يترأسها وزير الصحة مع مجموعة من الفاعلين السياسيين، أطباء، المجتمع المدني وكذا وسائل

الإعلام للحدّث عن آخر المستجدات الوضعية الوبائية ونقل انشغالات المواطنين، إضافة إلى تنظيم خرجات ميدانية تفقدية للمستشفيات.

وأخيرا تمّ توظيف إستراتيجية الإقناع بدرجة متقاربة قدرت ب 19.58%، وجاءت على النحو الآتي:

-إرفاق بعض المضامين بصور لحالات المصابين خاصة من فئة كبار السن بالمستشفيات.

-استعمال بعض العبارات التحذيرية كقول وزير الصحة ابقوا في منازلكم، كورونا مسؤوليتكم.

-الاعتماد على رجال الدين (الأئمة) خاصة في المضامين التي تدعو إلى إلزامية التلقيح وتطبيق الحجر المنزلي. إن لتعدد أشكال الإقناع دور في ترسيخ الفكرة وإيصال الرسالة كما تعمل على التأثير على سلوكيات الجمهور من خلال حثه على الالتزام بالتدابير الوقائية والتوجه للكشف وأخذ اللقاح وهو واحد من الأهداف المسطرة من وراء المضامين المنشورة بالحساب التي كانت تسعى إلى التأثير وتوجيه الرأي العام.

من خلال عرض وتحليل بيانات فئة استراتيجيات تبين لنا أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية مزجت بين مجموعة من الأساليب الاتصالية وبدرجات متفاوتة لإدارة الأزمة الصحية، وتم التركيز عليها بشدة طيلة فترة التحليل.

جدول رقم 05: يبين أهداف المنشورات من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع		التعريف بالأزمة		التحذير		التحسيس		الإعلام		الأهداف الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	235	5.95%	14	7.65%	18	19.14%	45	67.23%	158	وزارة الصحة الجزائرية

يوضح الجدول أعلاه أهداف المنشورات المتعلقة بالأزمة الصحية التي تسعى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة على موقع الفيسبوك لتحقيقها من خلال نشرها وإذاعتها للجمهور ، حيث نلاحظ أن هنالك تنوع في أهداف الصفحة وهذا راجع إلى دورة حياة الأزمة التي قسمت وفق نماذج إدارة الأزمات إلى مراحل فهنالك من يجعل منها ثنائية، وآخر يصنفها على أنها ثلاثية... الخ. وهذا الاختلاف بدوره ينعكس على طريقة التعامل معها وعلى طبيعة الغايات المروج لها من قبل الجهات الوصية، طبقا لخصوصية الفترة التي تمر بها الجائحة.

وبعد الاطلاع معطيات الجدول تبين لنا أن الإعلام كان في مقدمة الأهداف بـ 158 تكرار ونسبة 67.23%، يليه التحسيس بـ 45 تكرار ونسبة 19.14%، ثم التحذير بـ 18 تكرار ونسبة 7.65%، وأخيرا نجد هدف التعريف بالأزمة بـ 14 تكرارا ما نسبته 5.95%.

ويعود تركيز الصفحة محل الدراسة على الإعلام كهدف أساسي والتركيز عليه بشدة في أغلب المضامين المنشورة المختارة خلال فترة التحليل، لعدد الاعتبارات منها: أن هذه الصفحات والمواقع أنشأت بالأساس لإعلام المتصفح أو الزائر بكل ما له علاقة بقطاع الصحة عموما من نشاطات، خدمات، معلومات وأحداث وكل ما يطرأ على المجال الصحي. وهو ما يؤكد لنا الجدول رقم (1) الخاصة بفتحة البيانات العامة للصفحة حيث أشرنا إلى أن تاريخ إنشائها ارتبط بمتغيرين أساسيين الأول شهر أكتوبر وهو شهر التوعية كما تطلق عليه وزارة الصحة، والثاني يتعلق باختيار سنة 2019 تحديدا التي ارتبطت بظهور فايروس كورونا لأول مرة بالصين، بالتالي يمكن القول بأن التركيز على هكذا هدف يمثل هذا الوقت كان موفق جدا. ومن جهة أخرى يعود الفضل في هذه النتيجة لطبيعة الصفحة في حد ذاتها إذ تعتبر هي المصدر الموثوق به والمخول له بنشر هكذا حقائق ومعلومات وبالتالي فهي تؤدي وظيفتها لا أكثر، كما أن حالة الغموض التي طالت الأزمة في بداياتها عن أسبابها وطرق انتقالها وما

خلفته من تساؤلات استدعى توفير معلومات دقيقة من خلال إعلام المواطنين بما يحدث بشكل دوري تجنبا لحالة الخوف. وشملت هذه المعلومات جل النشاطات التي أطلقتها وزارة الصحة في المرحلة الأولى من تفشي الوباء وكانت بمثابة خطة مسبقة لتجنب تفاقم الأزمة من خلال تخصيص منشوراتها بتقارير الحالات الجديدة يتم نشرها بصفة يومية. وبالعودة للدراسات السابقة نلاحظ توافق في النتائج حيث توصلت كل من الباحثين دنيا بن سهلة و شمس ضيات خلفلاوي في مقالهما المعنون بفعالية العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا إلى أن الإعلام تصدر فئة أهداف منشورات الصفحة عينة الدراسة التحليلية. كما وقد جاء التحسيس من فيروس كورونا كهدف آخر لا يقل وجوده أهمية عن سابقه، خاصة وأن الوضعية الوبائية بالجزائر لم تكن مستقرة بل عرفت انتشارا واسعا في غضون أشهر قليلة من الإعلان عن تسجيل أول حالة إصابة، بالتالي كان تحسيس الجمهور بخطورة الوضع الصحي أمرا لا مفر منه من خلال إطلاق الوزارة الوصية سلسلة حملات تحسيسية شملت مختلف الفئات و القطاعات صحية وتربوية... وغيرها كانت في شكل قوافل تجوب ولايات الوطن بما فيها مناطق الظل بقيادة أطباء استمرت في بعض الأحيان لأسابيع سعت إلى حث المواطنين (كبار، صغار، رجال، نساء) على الالتزام بالتدابير الوقائية من مبدأ الوقاية خير من العلاج، كما جاءت هذه الحملات في شكل لقاءات افتراضية ينشطها رجال الدين (أئمة).

ومن الأهداف كذلك التي تسعى الصفحة إلى تحقيقها من خلال منشوراتها، نذكر التحذير الذي ظهر لنا بنسبة ضعيفة مقارنة وسابقه، وجاء ليؤكد على ضرورة الالتزام بالتعليمات واقتصر حضوره على بعض الرسائل التحذيرية والشعارات التي وجهها كل من الوزير الأول "عبد العزيز جراد" ووزير الصحة من خلال المضامين المنشورة إلى المواطنين مشددين عليهم من خلالها بضرورة الالتزام بالتدابير الوقائية من لبس الكمامة، احترام التباعد الجسدي، مقاطعة التجمعات، تعقيم اليدين وأن الأزمة واستمرارها هي مسؤولية الكل لا الفرد، وأهم ما تضمنته هذه الخطابات من شعارات: " كورونا مسؤوليتكم" تفاقم الوضعية الوبائية مسؤولية الجميع" ابقوا في منازلكم".

مقابل ذلك سعت منشورات الصفحة محل الدراسة إلى التعريف بالأزمة من خلال مجموعة من صور تتضمن معلومات حول الفايروس ماهيته، طرق انتشاره، أعراضه، موطنه، أسبابه، بغية تثقيف الجمهور وإعلامه بحقيقة المرض خاصة وأن أعراضه تتشابك وأنفلونزا الموسمية. ومن ناحية أخرى تساهم هذه المعطيات في زيادة وعي وإدراك الفرد. وجاء هذا الهدف كحل أولي للحد من انتشار الوباء أكثر

خاصة وكما وسبق وأشرنا إلى أن تشابه الأعراض خلق نوع من اللامبالاة إن صح التعبير أوساط الأفراد بالتالي كان لابد من التعريف بالأزمة

ومن خلال ما سبق ذكر يبرز لنا وجود تبيان في أهداف منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك وهذا التنوع راجع إلى تباين في طبيعة المواضيع المتعلقة بالأزمة المنشورة بالصفحة.

### جدول رقم 06: يبين فئة الوظائف الاتصالية من خلال صفحة وزارة الصحة الجزائرية

المجموع		توجيه الرأي العام		توعية الجمهور		الرقابة على الحكومة		الإخبار		فئة الوظائف
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الصفحة
100	235	8%	19	17.44%	41	16.57%	39	57.23%	136	وزارة الصحة الجزائر

تشير بيانات الجدول الخاص بفئة الوظائف الاتصالية، إلى تصدر وظيفة الإخبار المرتبة الأولى بنسبة 57.23 %، يليها مباشرة توعية الجمهور بنسبة قدرت بـ 17.44%، في حين جاءت وظيفة الرقابة على الحكومة بالمرتبة الثالثة و بنسبة قدرت بـ 16.57%، وأخيرا توجيه الرأي العام بنسبة 8%.

والملاحظ من خلال المعطيات أعلاه وجود تباين في الوظائف، حيث سعت غالبية المضامين المنشورة بالصفحة عينة الدراسة بالدرجة الأولى إلى تقديم الأخبار المتعلقة بمستجدات الوضعية الوبائية في الجزائر من شكل تقارير يومية، أخبار متعلقة بخرجات والزيارات الميدانية لمدير الصحة ونوابه، تقديم معلومات حول اللقاح وتأتي هذه الوظيفة من باب حرص الوزارة على إزالة الغموض الذي يطال الجائحة وإبقائه على اطلاع دائم بمختلف المستجدات وبالتالي لن يبقى الجمهور فقيرا من المعلومة، كما تعد الصفحة هنا بمثابة مرجع موثوق به من قبل الأفراد ومصدر يستقي منه كل جديد بالتالي تخصيصها بمهكدا وظيفة كان موفق جدا، واستراتيجي. وبالعودة لطبيعة نشاط الصفحة نتأكد مرة أخرى أن تخصيص هكذا وظيفة بالدرجة الأولى كان موفقا جدا ومرتبط بهدف ونشاط الصفحة، كما يدل على

حرص الوزارة على البقاء و تواصل مع جمهورها حتى لا ينساق خلف الشائعات والحسابات المفبركة والمعلومات المغلوطة حول الأزمة. والتي قد تؤدي إلى إحداث تأثيرات غير مرغوبة تنعكس بالسلب على صحة الجمهور واستقرار المجتمع ككل .

في مقابل هذا كان لتوعية الجمهور نصيب هو الآخر ضمن الوظائف المسطرة من قبل القائمين على الصفحة، والتي تسعى المنشورات إلى تحقيقها وشملت مواضيع التوعية مجموعة من حملات التحسيس التي أطلقتها وزارة الصحة بالتعاون مع المراكز الاستشفائية (المستشفيات) من خلال إرسال بعثات طبية إلى مناطق الظل والمؤسسات التربوية، المستشفيات، الإدارات، وكذا نشر مجموعة صور تتضمن إرشادات صحية للتعامل مع لفيروس وطرق الوقاية منه. وتأتي التوعية هنا من باب حرص وزارة الصحة على سلامة المواطنين ومن جهة أخرى تساهم التوعية في الحد من تفاقم الوضعية الوبائية أكثر من خلال زيادة فهم ووعي الجمهور للطرف الصحي الذي تمر به البلاد، فعن طريق الشروحات التي يقدمها الجيش الأبيض من خلال حملات التحسيس، والصور والفيديوهات التي تبثها الصفحة تتضح الصورة في ذهن جمهور المتلقين وتصبح عملية الاقناع بالالتزام بالإجراءات الوقائية والتوجه لمراكز التلقيح جد ممكنة.

في حين جاءت الرقابة على الحكومة في المرتبة الثالثة وهي عملية مراقبة وتقييم تقوم بها وزارة الصحة بصفة دورية لمختلف المؤسسات والإدارات الفاعلة في المجتمع للوقوف على مدى التزامها بالإجراءات الوقائية والتدابير المنصوص بها. وبرزت هذه الوظيفة في المنشورات الخاصة بالزيارات الميدانية لكل من وزير الصحة والوزير الأول ونوابه إلى المستشفيات للوقوف على مدى جاهزيتها والمشاكل التي تعترضها، وكذا اللقاءات التقييمية الدورية التي كان يرأسها وزير الصحة حضوريا أو عبر تقنية الحوار عن بعد. يعود السبب في تخصيص هكذا وظيفة بهذه الفترة تحديدا لتبيان جهود الوزارة في مواجهة أزمة كوفيد 19، كما يدل على حرص الوزارة والجهات الوصية على متابعة مدى التزام مختلف الفاعلين بالمجتمع بتدابير والإجراءات التي تنص عليها السلطات، مما يخلق نوع من الثقة في المعلومات والتصريحات المقدمة حول الأزمة والتأييد من قبل الجمهور لقرارات الوزارة.

وأخيرا جاءت وظيفة توجيه الرأي العام، إلى ضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية من حجر منزلي وتباعد جسدي، أهمية أخذ اللقاح . وتعد هذه الوظيفة بمثابة حوصلة لم تم تناوله من وظائف فبالنهاية وان تعددت وتباينت وظائف الاتصالية للمضامين المنشورة بالصفحة فهي تصب في خانة واحدة وتسعى إلى توجيه الرأي العام بداية من إعلامه بمختلف التطورات والمستجدات والتحاو (الحوار) معه

حول الوضعية الوبائية وتداعياتها وصول إلى مرحلة الإقناع. والغاية من كل هذه الاستراتيجيات هو كما سبق وذكرنا توجيه الجمهور وحثه على السلوكيات الصحية الايجابية وأهمية الالتزام بالتدابير الوقائية للخروج من الأزمة بنجاح.

ومن خلال تحليلنا لوظائف الاتصال السياسي يتبين لنا أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، كانت حريصة جدا على الحفاظ على صحة الفرد ويتجلى ذلك بوضوح في تركيز مضامينها على تقديم مجموعة وظائف التي كان لها دور في فهم أعمق للأزمة.

جدول رقم 07: يبين الفاعلين في إدارة الأزمة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع	منظمة الصحة العالمية		المجتمع المدني		وسائل الإعلام		رجال الدين		أطباء		شخصيات سياسية		الفاعلين الصفحة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	235	8.51	20	12.76	30	8.8	19	10.63	25	19.14	45	40.85	96
		%		%		%		%		%		%	وزارة الصحة الجزائر

يوضح الجدول أعلاه فئة الفاعلين، ونقصد بالفاعلين "الأشخاص والجماعات التي ظهرت في المحتوى وقامت بدور ما في تنفيذ أعمال معينة، والفاعل هنا أي في هذه الدراسة هو تلك الجهة التي تحرك المضمون أو تؤثر في القضية محل التحليل". (ثمار، 2017، صفحة 143). وقد جاءت نسبة استخدام الفاعلين في منشورات الصفحة محل الدراسة التحليلية كالتالي: مثلت الشخصيات السياسية النسبة الأكبر من فئة الفاعلين في إدارة أزمة كوفيد 19 بالجزائر بنسبة 40.85%، في حين كانت نسبة الجيش الأبيض 19.14%، تليها في المركز الثالث المجتمع المدني بنسبة 12.76%، مقابل ما نسبته 10.63% من رجال الدين، وبنسب متقاربة جدا سجل كل من وسائل الإعلام حضورا قدر بـ 8.08% و 8.51% بالنسبة لمنظمة الصحة العالمية.

يتبين من خلال المعطيات السابقة أن أغلب المضامين المنشورة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والتي تناولت مواضيع خاصة بأزمة كورونا، أظهرت أن الشخصيات السياسية ممثلة في وزير الصحة والوزير الأول هم الفاعلين الأكثر بروزا خاصة في

المواضيع المتعلقة بالخرجات الميدانية والزيارات الدورية للمستشفيات، المؤتمرات والندوات، لقاءات تقييمية. ويأتي هذا التوظيف لعديد الاعتبارات منها: بصفتهم الناطق الرسمي والمصدر الرئيس المخول له بالحديث عن الجائحة ونشر كل ما يتعلق بها من مستجدات، كما تعد شخصيات صاحبة مركز و ذات مسؤولية وغالبا ما تكون مصدر ثقة عند الجمهور. كما أن إبراز صور أو ذكر وزير الصحة في المحتوى المنشور يساهم في خلق الثقة بين الحكومة والجمهور.

أما الشخصيات الفاعلة التي جاءت في المرتبة الثاني فتمثلت في رجال الدين وهم شخصيات قيادية لها مكانتها في المجتمع وقدرة على جذب انتباه الجمهور و التأثير على سلوكياتهم وقراراتهم يطلق عليهم بقيادة الرأي، وتم توظيفهم من خلال إطلاق سلسلة ومضات تحسيسية توعوية بين الحين والآخر في شكل حلقات يوصي من خلالها مشايخ وأئمة بضرورة الوقاية ويحثون الفرد على مدى أهمية الصحة والالتزام بتدابير الوقائية والتلقيح كحل للقضاء على الوباء. وتوظيف هذه الفئة لم يكن اعتباريا بل كان وظيفي واستراتيجي حيث يحظى رجال الدين كما بق وأشرنا بسلطة وتأثير كبيرين على المجتمع والفرد، ومن خلالها يمكن تحفيز وتوجيه الجمهور وحثه على الالتزام بالتدابير والإجراءات الوقائية، كما تساهم خطبهم ومحاضراتهم في توجيه سلوكيات الفرد وتعزيز السلوكيات الصحية.

في حين تم الاستعانة بفئة المجتمع المدني ، في إشارة منها لإشراك الفرد في صناعة المحتوى بهدف تقريب المواطن من المؤسسة، كما تأتي هذه الخطوة لتبيان أن الأزمة هي أزمة الكل والجميع معني بها، كما تدل على مدى وعي المواطن بخطورة الوضعية الوبائية وأن الوقاية مسؤولية الجميع دون استثناء.

كما كان لوسائل الإعلام وخاصة السمعية بصرية منها ممثلة في المحطة الجهوية للتلفزيون العمومي وكذا بعض القنوات الإلكترونية حضور هي الأخرى كشريك وفاعل في إدارة أزمة كوفيد 19 الصحية بالجزائر، من خلال تنظيم أيام مفتوحة للتعريف بالوباء وتغطياتها لمختلف النشاطات والحملات التحسيسية بمناطق الظل، حملات التلقيح ، خرجات الوزير ونوابه... الخ. ويكمن دورها في رصد وتوثيق الأحداث والتطورات خلال الأزمة مما يساهم في نقل الحقيقة.

إلى جانب الأطقم الطبية " الجيش الأبيض" التي كان لها تواجد مهم في مسيرة مجريات الأزمة منذ اللحظة الأولى من الاعلان عن أول حالة اصابة بالوباء في الجزائر، من خلال تقديم الإسعافات، الإجابة عن تساؤلات المصابين تنظيم أيام مفتوحة بالمدارس ومختلف الهياكل والإدارات بالمجتمع للتعريف بالأزمة وطريقة اللقاح، تنظيم خرجات ميدانية وحملات تلقيح بمناطق الظل.

وأخيرا جاءت منظمة الصحة العالمية كفاعل بارز في إدارة أزمة كوفيد 19 بنسبة 8.51% من خلال إطلاقها لسلسلة من الصور تضم تعليمات وإرشادات وقائية للتعامل مع الفيروس في الأماكن العامة وأثناء دخول المساجد، نصائح للمسافرين لتجنب الإصابات وعدوى المرض وإجمالا يمكن القول أن لمنظمة الصحة العالمية دور حيوي في إدارة أزمة كوفيد 19 يتمثل في توجيه الجمهور لتبني سلوكيات صحية سليمة وتوعيته من مخاطر الجائحة.

وفي الختام يمكن القول أن توظيف الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية للفاعلين لأجل إدارة الأزمة الصحية بنجاح يساعدها في:

- جعل المعلومات المقدمة أكثر مصداقية، لأن قوة المعلومة وصدقها يرتبط بالعادة بقوة المرسل ومكانته، ما ينعكس على المضمون ومدى تقبله والافتناع به.

-زيادة إمكانية إقناع الجمهور وتقبله للمحتوى المنشور.

-لفت انتباه المتصفح وإثارة اهتمامه بالمحتوى.

-توظيف الشخصيات المعروفة ذات التأثير والأهمية الاجتماعية وكذا السمعة الطيبة بين الناس كرجال الدين على سبيل المثال، يساهم في جذب انتباه العديد من المتابعين وإقناعهم بتبني سلوكيات وقرارات معينة كما ظهر لنا بالصفحة حيث كان توظيفهم خلال فترة إطلاق حملات التلقيح بغية التأثير في الأفراد وإقناعهم بضرورة التلقيح لم يتمتعون به من مصداقية وثقة عند الجمهور.

جدول 08: يبين اتجاه تعليقات الجمهور نحو المواضيع المنشورة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع		محايد		معارض		مؤيد		فئة اتجاه الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	405	34.67%	140	44.44%	180	20.49%	83	وزارة الصحة الجزائر

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه هنالك تباين في اتجاه تعليقات الجمهور نحو مواضيع الأزمة الصحية، حيث انقسمت بين من هو معارض وهو الغالب على تعليقات الصفحة بنسبة كبيرة بلغت 44.44%، في حين التزمت الفئة الثانية الحياد بنسبة ليست بالبعيدة عن سابقتها قدرت بـ 36.67%، أما القلة المتبقية جاءت مؤيدة بنسبة 20.49%.

تبين نتائج الدراسة التحليلية أن الاتجاه الغالب على تعليقات الجمهور هو الاتجاه المعارض، وبرز لنا بكثرة في المواضيع المتعلقة بجملة التلقيح، تصريحات وزير الصحة، تقارير الحالات اليومية. حيث حظيت هذه المواضيع بوتيرة تعليقات سلبية كبيرة معارضة تماما للمضمون والفكرة المطروحة، جاءت باللغتين العربية والفرنسية ومن أمثلتها: (بغيتوا تقتلوننا وتبقوا وحدكم، اللقاح غير مضمون من واجبكم كوزارة الصحة حماية المواطنين، مكان والو، هل أنتم متأكدون من أن الأرقام التي تقدمونها حول كورونا صحيحة؟ le vaccin contre le covid ne pas obligatoire du n'importe quoi ، بتلقيح تذهب إلى القبر)، كما و حملت رموز تعبيرية ساخرة وبرزت بكثرة خاصة في المراحل الأولى لتفشي الوباء بالجزائر ويمكن تفسير هذه النتيجة لعديد الاعتبارات منها: ربما لكون الأزمة لا تزال تحت المجهر أي في مرحلة الميلاد بعد بالتالي كان هنالك فجوة معلوماتية فيما يتعلق بمسبباتها وماهيتها ومدى خطورتها، وهل فعلا الفيروس موجود ويمكن تصنيفه على أنه قاتل وغيرها من الاستفهامات التي طالت الجائحة وبدورها انعكست على وعي وإدراك الفرد، تشابه الأعراض بينها وبين الأنفلونزا الموسمية، كما أن البروتوكولات العلاجية المقترحة لا تزال قيد التجربة وهو ما انعكس على عدم الاستجابة لجرعات التلقيح . انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة حول الأزمة التي انعكست بالسلب على مستوى ادراك الجمهور وتعامله مع الفيروس ، عدم رضا الجمهور عن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة وبخاصة وزارة

الصحة الجزائرية للتعامل مع الأزمة. وغيرها من المسببات التي رأت الباحثة أنها قد تكون سببا خلف هكذا رد فعل لأنه حتى وان اختلفت التعليقات وتعارضت التوجهات هذا لا ينفي حقيقة أنها تصب في خانة ردود الأفعال وتحمل رأي صاحبها.

في حين جاءت التعليقات ذات الاتجاه المحايد في الترتيب الثاني وبنسب مئوية متقاربة وسابقتها، وتمركزت معظمهما في المضامين الخاصة بخرجات الميدانية لوزير الصحة للمستشفيات واللقاءات التقييمية الدورية التي كان يتأسسها كل نهاية أسبوع لتقديم حوصلة أسبوعية عن الوباء وآخر المستجدات ، كذا حملات التحسيس، جاءت هذه التعليقات بالأساس في شكل انشغالات واستفسارات تخص المواطنين ( الرجاء الالتفات إلى طلبة الخاصة نظرا للنقص الذي تعاني منه المستشفيات من نقص الأطباء، الجرعة الثانية غير متوفرة في ولاية الشلف ونعاني من مشكل نقص الأوكسجين، السلام عليكم سيدي الوزير شكوى بالمستشفى بولاية تيارت هنالك حالة إصابة بالفايروس لم يتمكن من الدخول بحجة عدم وجود مكان، خريجي المدارس الشبة طبي يطالبون بالتوظيف المباشر. لازم التغيير الشامل في قطاع الصحة)، والملاحظ عن هذه التعليقات والتي صنفت على أنها ذات اتجاه محايد هو أنها لم تخرج عن نطاق الصحة والأزمة في حد ذاتها بل ارتبطت بشكل كبير بمشاكل ومخلفات الجائحة. ويمكن تفسير هذا الاتجاه من التعليقات على أساس تفادي الصراع والاصطدام بين الأشخاص التي يمكن أن تحدث نتيجة اختلاف الرأي، كما يمكن تفسيرها بعدم دراية والمام الشخص الكافي بالموضوع ونقص معارفه واطلاعه بالتالي يكتفي بموقف الحياد ولا ينحاز لطرف.

مقابل هذا اتسمت نسبة لا بأس بها من التعليقات بالتأييد وكانت ذات اتجاه مؤيد ثمن من خلالها الجمهور جهود الوزارة والأطعم الطبية ومختلف الفاعلين في إدارة أزمة كورونا بالجزائر تضمنت عبارات شكر ( بارك الله فيكم، تأكيد على الالتزام بإجراءات النظافة وارتداء الكمامة. شكرا جزيلًا، وعينا يحمينا، مشاء الله وجزاكم الله كل خير، تأكيد الالتزام بالحجر المنزلي "" أنا عندي شهر مخرجتش من دار""، وجاءت هذه التعليقات في مرحلة متقدمة من الأزمة بعد ارتفاع وتيرة الإصابات والوفيات، وكذا تعليق العديد من الأنشطة كغلق المدارس، الجامعات، المساجد، المحلات التجارية.. الخ. يمكن تفسير هذه النتيجة إلى إدراك و وعي الجمهور لخطورة الوضعية الوبائية.

ومن خلال تحليلنا لهذه الفئة نستنتج أنه هنالك تباين في مستوى ادراك ووعي الجمهور بالأزمة وهو ما انعكس بدوره على تعليقاتهم التي جاءت بأشكال مختلفة تصدرها الاتجاه المعارض الذي يعكس عدم رضا الجمهور عن الإجراءات والقرارات التي أوصت بها وزارة الصحة الجزائرية لتفادي انتشار الوباء

أكثر، في حين جاء الاتجاه المحايد بالمرتبة الثانية واستحوذ على نسبة لا بأس بها من تعليقات الجمهور في مقابل نسبة من الأقلية كان لهم اتجاه مؤيد وعبروا من خلاله عن إزامهم وتضامنهم مع الإجراءات الوقائية.

#### 4-2- النتائج الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

جدول رقم 09: يوضح فئة البيانات العامة للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية:

اسم الصفحة	تاريخ إنشائها	الرابط	علامة التوثيق	الشعار النصي slogan
وزارة الصحة الجزائر	1 أكتوبر 2019	<a href="https://www.facebook.com/Sante.DZA">https://www.facebook.com/Sante.DZA</a>		وزارة الصحة الجزائرية

يبين الجدول أعلاه البيانات العامة للصفحة عينة الدراسة التحليلية، بداية من تاريخ إنشائها وربطها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، علامة التوثيق، والشعار النصي الخاص بها وهي مؤشرات مهمة وتواجدها يجعل من الصفحة ذات مصداقية و محل ثقة من المتابعين.

وبالرجوع إلى تاريخ إنشاء الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، يتبين لنا ارتباط إنشاء هذه الصفحات بظروف صحية يعيشها العالم جراء الإعلان عن "تسجيل أول حالة إصابة بفيروس كورونا في مدينة وهان الصينية الذي صادف شهر أكتوبر 2019 أي قبل شهرين من الوقت الذي تم الإعلان عنه لاحقا وتم توثيقه على أساس أواخر شهر ديسمبر 2019" وبالتالي فإن اختيار هكذا وقت وشهر تحديدا من قبل وزارة الصحة الجزائرية لم يكن بمحض الصدفة بل كان مخطط له ويمكن اعتباره بمثابة إستراتيجية استباقية للتصدي للأزمة وإعلام الناس بوقت مبكر بما يحدث بالعالم وما هو قادم، خاصة وأن الصفحة تنشط في مجال الصحة وتهم بكل ماله علاقة بالقطاع، كما صادف إنشاء الصفحة شهر أكتوبر وبعيدا عن كورونا ووفقا لمنظمة الصحة العالمية يعرف بشهر التوعية، والتوعية بجد ذاتها هي هدف من أهداف المسطرة التي تسعى الصفحة محل الدراسة إلى ترسيخها في ذهن متابعيها، ومنه يمكن القول أن اختيار هكذا وقت كان موفق إلى حد كبير.

كما اتضح لنا وجود علامة التوثيق الزرقاء بالصفحة والتي تعتبر عنصرا مهما لأي حساب سواء كان شخصي أو مهني، إخباري للدلالة على أن الحساب رسمي حقيقي يعبر عن المؤسسة أو المسؤول عن الحساب، وخاصة في ظل انتشار الحسابات الوهمية والأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي، وهو ما من شأنه أن يخفض من مستوى الثقة في المضامين المنشورة، تأتي هذه الخاصية للتأكيد على شرعية الحساب كما تمنح هذه العلامة للموقع عديد الامتيازات منها:

-زيادة مرئية الصفحة.

-إثبات صحة الصفحة.

-عدم قابلية الصفحة للإغلاق (حماية الصفحة من القرصنة) .

-زيادة مردودية ثقة الجمهور في المعلومات المنشورة بالصفحة. (khal,2019)

-جذب المتابعين للصفحة

وقد كانت الصفحة عينة الدراسة حريصة على إثبات أحقيتها ومصداقيتها من خلال إبرازها لعلامة التوثيق الزرقاء التي سعت من خلالها إلى التأكيد على أنها رسمية معترف بها من قبل إدارة الفاييسبوك، وهذا من شأنه أن يخلق نوع من المصداقية المعلوماتية لدى الجمهور المتصفح للمضامين التي تعرضها ويتعرض لها. وبالرجوع إلى الشعار النصي الذي اختارته الصفحة والذي كان يحمل اسمها " وزارة الصحة الجزائرية" مؤكدة بذلك على النطاق الجغرافي الذي تنشط فيه والقضايا التي تغطيها والتي تخص الدولة الجزائرية على وجه الخصوص، كما يوحي هذا الشعار النصي بعدة دلالات مضمونه تتجلى في التأكيد على أهمية المؤسسة ، وكذا لترسيخ الاسم في ذهن المتصفح، كما يساعد في تعزيز الذاكرة البصرية للمؤسسة ويجعلها سهلة الذكر من قبل الجمهور وهو ما يفسر اعتماده بصيغتين مختلفتين ( اسم، شعار)، ويعتبر الشعار النصي كذلك مكملًا للهوية البصرية للصفحة كما يمكن استخدامه لتمييز العلامة التجارية أو الحساب عن غيره دون أن ننسى دوره في جذب انتباه المتصفح فكلما كان الشعار النصي بسيط سهل التذكر كلما كان جذاب أكثر وهو ما وظفته الصفحة محل الدراسة.

من خلال تحليلنا لفئة البيانات العامة للصفحة نلخص إلى أن توظيف هذه العناصر (اسم الصفحة، تاريخ إنشائها، شعارها النصي، رابطها على موقع الفاييسبوك)، هو اعتماد مدروس و وظيفي إلى حد ما، وإجمالاً يمكن حصر أهمية ودور هذه البيانات في النقاط التالية:

- تعزيز الهوية البصرية الرقمية للصفحة.

- كسب ثقة ومصداقية الجمهور بالصفحة

- جذب انتباه الزائر أو المتصفح لمتابعة الصفحة ومضامينه.

- التحقق من صحة الصفحة

- تؤدي البيانات العامة للصفحة ووظيفة إعلامية حيث تساعد من خلال تاريخ إنشائها وشعارها

في إعطاء صورة عامة عن المضمون الاتصالي أو الرسالة التي ترغب في توجيهها وتحدد طبيعة نشاطها.

جدول رقم 10: يبين فئة موقع اللافتة في صفحة وزارة الصحة الجزائر.

المجموع	أسفل رأس الصفحة		يسار رأس الصفحة		يمين رأس الصفحة		وسط رأس الصفحة		موقع اللافتة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	الصفحة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	وزارة الصحة الجزائر
	12	0	0	0	0	0	0	100%	

تعد اللافتة بمثابة تمثيل مرئي لهوية المؤسسة يعبر نشاطها، وترتبط بالعادة بالمضمون الذي تروج له المنظمة أو صاحب الحساب وهذا ما يجعلها تمتاز بالديناميكية أي الحركية حيث تتغير بتغير الظرف الذي يطرأ.

يشير الجدول رقم (2) إلى موقع اللافتة الخاصة بالصفحة عينة الدراسة التحليلية، حيث اتضح لنا من خلال المعطيات المسجلة ما يلي:

- اتخذت اللافتة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية موقع وسط رأس الصفحة بنسبة 100% مع غياب كلي لباقي المواقع.

تموضع اللافتة بوسط رأس الصفحة على مدار فترة التحليل، ويرتبط هذا التموضع بالخصوصية التقنية و التصميمية التي يتيحها موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، حيث تعتمد نمطا تقنيا لترتيب شكل الصفحات، تتخذ فيه اللافتة أو كما يطلق عليها صورة الغلاف موقع وسط رأس الصفحة في جل الصفحات الناشطة عبر هذا الفضاء، سواء كانت صفحات رسمية أو شخصية وكذا الصفحات

الإخبارية والمهنية. (كبحل، 2019-2020، صفحة 272). ومنه نخلص إلى أن تخصيص الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية موقع وسط رأس الصفحة للافتات الخاصة بها والتي كانت في حدود 12 صورة تزوجت بين صور طبيعية والمعدلة عن طريق الحاسوب، لم يكن اعتباطيا وإنما راجع إلى سياسة الفاييس بوك التي تخص الصفحات وهكذا موضع على عكس المواقع الإلكترونية التي تتخذ فيها اللافتة مواقع مختلفة ونخص بالذكر يمين رأس الصفحة ويخص المواقع التي تستعمل اللغة العربية في كتابتها، يسار رأس الصفحة في المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية، في حين يفضل البعض أسفل رأس الصفحة باعتبار أن هذا المكان يمثل صدر الموقع.

جدول رقم 11: المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث المساحة واللون.

تصميم اللافتة الصفحة		اللافتة عبارة عن صورة		اللافتة مفرغة على مساحة سوداء		اللافتة مفرغة على مساحة ملونة		استخدام اللون الأسود للكتابرة على اللافتة		استخدام ألوان إضافية للكتابة على اللافتة	
		صورة طبيعية	صورة معدلة								
وزارة الصحة		%	ك	%	ك	%	ك	%	%	%	%
الجزائر		16.66%	2	83.33%	10	0%	0	100%	12	16.66%	2

يشير الجدول رقم (3) إلى طريقة المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث لون المساحة المفرغة عليها وكذا الألوان المستخدمة في الكتابة عليها مع تبيان طبيعة الصورة المرفقة باللافتة، ويبرز لنا من خلال المعطيات أعلاه ما يلي: اعتماد الصفحة محل الدراسة على اللافتة بنوعيتها احتلت الصور المعدلة الصدارة حيث بلغت نسبتها 83.33% ما يعادل 10 صور من أصل 12 ، تليها الصورة الطبيعية بنسبة 16.66% ما يقابل 2 صور.

-اللافتة كانت عبارة عن صورة مفرغة على مساحة سوداء % 100.

-استخدام ألوان إضافية للكتابة على اللافتة هو الغالب على الصفحة بمعدل % 83.33، وتمثلت في كل من اللون الأحمر، الأخضر، الأبيض مع بروز اللون الأصفر بدرجات ضعيفة نوعا ما، تليها بالمرتبة الثانية استخدام اللون الأسود بنسبة 16.66%

إن اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية لوزارة الصحة الجزائرية على الصورة بدرجة كبيرة وتوظيفها بنوعها الطبيعية والمعدلة عن طريق التقنيات الرقمية باستخدام الحاسوب، لم يكن اعتباطيا وإنما تماشيا وطبيعة الأزمة الصحية والمضامين التي يتم نشرها، وما لاحظناه من خلال التحليل أن الصفحة محل الدراسة اعتمدت عشر (10) صورة معدلة وأدرجتها كلافتة خاصة بها، وجاءت الصورة الأولى عبارة عن لافتة مفرغة على مساحة سوداء كتب عليها بلون أسود بارز باستخدام تقنيات الحاسوب وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات وهو الاسم القديم للصفحة قبل أن يستبدل ويصبح وزارة الصحة الجزائرية، وعلى بعد مسافة صغيرة كتب أسفل الصفحة عبارة منظمة الصحة العالمية الجزائر مع صورة صغيرة ترمز لشعار المنظمة، وللإشارة أن هذه الصورة تم نشرها مع بداية تفشي أزمة كورونا بالجزائر تحديدا شهر مارس. أما الصورة المعدلة الثانية كانت عبارة عن رسم تمثيلي لشكل الفيروس مفرغة على مساحة سوداء وكتب عليها بلون أحمر فاتح فيروس، في حين جاءت الصورة الثالثة مفرغة على مساحة سوداء، تبرز لنا طبيب يرتدي مآزر أزرق وقفازات بيضاء وهي ألوان تعكس الهوية التصويرية لموقع الفايسبوك، وعلى كتفيه اليمنى يظهر علم الجزائر، يقابله في الجهة اليسرى مجموعة أطباء بالكمامة والبذلة البيضاء مع إشارة لصورة الفيروس في أعلى الصفحة من جهة اليمين تحديدا فوق رؤوس الأطباء إشارة لحجم المسؤولية التي يتحملها الجيش الأبيض، وقد كتب على الصورة باللون الأصفر الغامق "شكر وعرفان"، وجاءت عبارة "شكرا يا أبطال" باللون الأبيض. في حين كانت الصورة الرابعة عبارة عن تهنئة بمناسبة عيد الأضحى كتبت باللغتين العربية والأجنبية بلون أزرق غامق مفرغة على مساحة سوداء، وخصت الصورتين الخامسة والسادسة بطرق الوقاية من كوفيد كانت عبارة عن صورة متفرقة تحمل كل واحدة شرح لكيفية الوقاية بلون أزرق فاتح ومساحة سوداء، وجاءت أربع صور المعدلة المتبقية التي تم نشرها في أواخر ديسمبر 2020 بداية جانفي و فيفري 2021 وهي الفترة التي عرفت تصاعد رهيب لفيروس كورونا وإجراءات الحجر المنزلي، في شكل عبارة خطت باللونين الأحمر والأخضر "سلامتك في كمامتك"، حملة ذات منفعة عامة، يجب عليكم لبس الكمامة في الأماكن العامة.

أما الصورة الطبيعية التي تم اعتمادها من قبل الصفحة عينة الدراسة تمثلت في صورتين، الأولى يظهر فيها وزير الصحة السيد عبر الرحمان بن بوزيد الأولى بمكتبه مرتديا كمامة صفراء، للإشارة الصورة تم نشرها في شهر ماي وارتداه للكمامة كان رسالة للمواطنين لارتدائها وعلى يساره العلم الوطني ولوح خشبي كتب عليه بلون أسود غامق السيد عبد الرحمن بن بوزيد وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، وتظهر لنا الصورة الثانية السيد وزير الصحة رفقة نوابه مرتدين الكمامة وهي إشارة أخرى للتأكيد على ضرورة ارتدائها وجاءت الصورة مفرغة على مساحة سوداء كسابقتها. ومن خلال ما تم

عرضه من نتائج نخلص إلى أنو الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك عمدت إلى توظيف توليفة من الصور كلافنة تراوحت بين الطبيعية والمعدلة واتسمت هذه الأخيرة بعدم الثبات وهو ما لاحظناه من قراءتنا لمعطيات الجدول أعلاه، وهذا راجع لطبيعة الأزمة التي كانت غير مستقرة هي الأخرى وانطلاقا من تعريفنا للافنة كونها تمثيل مرئي يعبر عن الهوية التصويرية للصفحة او المؤسسة يحمل دلالات توحى بنشاطها وهو ما جسده الصفحة عينة الدراسة، أي أنها وظفت لافنات تتماشى والتطورات التي عرفتها الوضعية الوبائية بالجزائر، وتعكس الإجراءات والحالة التي تمر بها البلاد حقيقة وهو ما لاحظناه مع بداية فرض إجبارية ارتداء الكمامة تم اعتماد صورة لوزير الصحة يرتدي الكمامة كلافنة للحساب، وتبني هكذا لافنة بهذا فترة هو تبني موفق ويعكس واحد من استراتيجيات وزارة الصحة في إدارتها للأزمة الصحية، وبما أن اللافنة لا تقتصر على وجود الصورة وحسب بل تستدعي توظيف نصوص مكتوبة، لتأكيد وتثبيت الفكرة في ذهن المتصفح كما تعمل النصوص على تبسيط المعنى وتقريبه أكثره للجمهور المتابع. وبذلك تكون اللافنة أكثر إقناعا وهو لربما الهدف العام من توظيفها أن تستقطب جمهور وإقناعه بمختلف التدابير والقرارات التي توصي بها وزارة الصحة ومختلف الفاعلين في المجتمع، للحد من انتشار فيروس كورونا.

كما كان للألوان حضور هي الأخرى والتي أضفت بدورها نوعا من الحيوية على المنشورات، وحملت في مجملها ألوان السيادة الوطنية، ألوان الهوية البصرية لموقع الفايسبوك، الجيش الأبيض. وتعتبر بدورها عامل جذب قوي.

نستنتج من خلال ما سبق رضه من قراءات وتحليل أن توظيف اللافنة بالصفحات والمواقع الإخبارية يعكس إلى حد ما إستراتيجيتها الاتصالية وأهدافها، وهو ما جسده مجموع الصور التي اعتمدها وزارة الصحة الجزائرية كلافنة لصفحتها الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

## جدول رقم 12: يبين فئة الرمز

الصفحة	حسب الشكل والتكوين	حسب الفكرة والمدلول
وزارة الصحة الجزائر 	رمز نصي (word mark) مكتوب بالحاسوب	رمز ذو فكرة مرتبط بالنشاط والخدمة التي تقدمها الصفحة.

يمثل الجدول رقم (4) نوع الرمز (logo) الذي وظفته الصفحة محل الدراسة التحليلية والذي عادة ما يكون توظيفه وفق إستراتيجية خاصة تحددها المنظمة تعكس أهدافها ونشاطاتها، سياستها، كما يعد من العناصر البنائية الثابتة في تصميم وإخراج الصفحات، و عاملا فاعلا في بناء الهوية التصويرية للحسابات والمواقع الإلكترونية. وبالتالي فتوظيفه ضرورة حتمية لا مجال فيها للصدفة.

ومنه يمكن القول أن الرمز عبارة عن مجموعة من الخطوط المعبرة بشكل رمزي عن سياسة الصفحة أو الموقع يأتي دائما مصاحبا للالفة ويختلف موقعه من صفحة إلى أخرى طبقا لرؤيتها الخاصة.

(بيرق، 2015، صفحة 57).

وللإشارة يمكن أن يأتي في أشكال عديدة فقد يكون عبارة عن صورة، أو رسم مثلا، عنصر مرئي يعبر عن المؤسسة وسياستها كما ذكرنا سابقا

والملاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك اعتمدت نوعا واحدا من الرموز وهو الرمز النصي أو كما يطلق عليه في أدبيات التصميم الجرافيكي (Word Mark) والذي ينقسم بدوره إلى نوعين أساسيين: يعرف النوع الأول بالرمز النصي المكتوب بخط اليد (hand written) ومن أمثلته الشعر الشهير لشركة شركة كوكا كولا. في حين يعرف النوع الثاني بالرمز المكتوب عن طريق الحاسوب والتطبيقات الرقمية". (كيجل، 2019-2020، صفحة 278). وهو النمط الذي عمدت إلى استخدامه الصفحة محل الدراسة، وعادة ما يتم توظيف هذا النوع من الرموز في المؤسسات ذات الأسماء المميزة أو التي تريد ان ترسخ اسمها لدى الجمهور، والمثال الأبرز لهذا النوع هو لوجو الشعر الشهير لمؤسسة جوجل.

وبالعودة للرمز الذي تضمنته الصفحة يمكن القول أن استخدام المشرفين على الحساب لهذا النوع وتوظيفه كان موفق واستراتيجي إلى حد ما ولم يكن اعتباطيا، وإنما حاول من خلاله ترسيخ اسم

الصفحة في ذهن المتصفح. و إذا ما حاولنا دراسته من حيث الفكرة والمدلول كان هو الآخر اختيار صائب إلى حد ما معبر بشكل كبير عن سياسة وتوجه الصفحة، وكذا يحيل مباشرة المتصفح إلى طبيعة نشاط الصفحة. فاختيار عبارة "وزارة الصحة" يدل على أن مجال الصفحة هو قطاع الصحة، وإرفاق الشعار بعبارة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية يوحي بأن النطاق الجغرافي الذي تنشط به هو الدولة الجزائرية.

أما من حيث الجانب التصميمي للرمز الذي اعتمدته الصفحة المدروسة، فيمكن القول أنه كان ذا بعد مهني إلى حد ما، فقد وظفت عبارة "وزارة الصحة على مساحة بيضاء بخط مائل في حركة دائرية في حين جاءت عبارة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية داخل حيز دائري يضم مجموعة صور بحجم صغير كتب عليها باللون أصفر غامق وبخط مائل بحركة دائرية الرمز.

وانطلاقا مما سبق يتضح يمكن القول أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة بموقع الفايسبوك كانت حريصة على إبراز هويتها البصرية للجمهور من خلال اختيارها لرمز يعكس حقيقة نشاطها وإستراتيجيتها في التواصل مع جمهور المتابعين.

جدول رقم 13: يوضح تصميم الصفحة من حيث عناصر: (الجازبية، الصور، الصور المتحركة،

الروابط التشعبية، مخطط الموقع، شرائط الإبحار)

شرائط الإبحار	مخطط الموقع	الروابط التشعبية	الفيديو المباشر		الفيديو		الصور المتحركة	الصور		الجازبية	تصميم الصفحة الصفحة
			%	ك	%	ك		%	ك		
1	1	0	7.65%	18	23.40%	55	0	25.95%	61	1	وزارة الصحة الجزائرية

توضح معطيات الجدول أعلاه تصميم الصفحة عينة الدراسة، انطلاقا من بعض العناصر البنائية المكونة لها من غير اللافتة، الشعار، العنق وذلك من حيث توظيفها لمجموعة من الوسائط المتعددة والمتمثلة في كل من: الصور، الفيديو، الروابط التشعبية وغيرها من العناصر كما هو موضح في الجدول، التي يتم اعتمادها بشكل كبير بالمواقع الإلكترونية سواء كانت صفحات بمواقع التواصل الاجتماعي، مواقع المؤسسات أو الصحف عبر شبكة الانترنت. وتساهم هذه العناصر جميعها في زيادة

نسبة تفاعلية الجمهور مع مضامين الصفحة، كما يضيف هذا التوظيف جاذبية أكثر من حيث الجانب التصميمي، ويشير مفهوم الجاذبية في هذه الدراسة إلى معنيين اثنين يتعلق الأول بطريقة تقديم المحتوى وعرضه بالاعتماد على العناصر السالفة الذكر وفق قالب متكامل، والثاني يرتبط بالجانب التصميمي لموقع الفاييسبوك الذي يتسم بالبساطة واللون الموحد. وقد عبرنا عن الجاذبية بالرقم 1 للإشارة إلى وجود هذا المتغير الكيفي الذي يصعب قياسه كميًا.

وانطلاقًا من البيانات المسجلة بالجدول، يتبين لنا حضور معظم الوسائط التفاعلية بالصحة وهو مؤشر إيجابي يدل على توفر عنصر الجاذبية، ومن بين العناصر التي تم توظيفها نذكر: الصور بنسبة 25.95% ما يعادل 61 صورة من أصل 235 منشور، تراوحت بين صور شخصية لمختلف الفاعلين في إدارة أزمة كوفيد 19 بالجزائر نذكر على سبيل المثال وزير الصحة السيد عبد الرحمن بن بوزيد، الوزير الأول محمد جراد، صور أطباء، أئمة وغيرهم، وأخرى مرتبطة بالوضع الوبائي والأحداث المصاحبة لها وكانت بمثابة دعامة للمضامين المنشور، الفيديو ظهر لنا بتكرار قدر ب 55 مقطع تراوحت مدته بين (0.33 ثانية إلى 2.21 دقيقة) بنسبة 23.40%، وبدوره انقسم بين الفيديوهات الخاصة بالحملة التحسيسية، حملات التلقيح، وكانت عبارة عن مقاطع سمعية بصرية اعتمدت على حاسي السمع والبصر، كما وظفت أيضا الفيديو المباشر بنسبة 7.65% ومعدل تكرار بلغ 18 بث مباشر وهي خاصية يتيحها موقع الفاييسبوك عوما للمستخدمين والمشرفين على الصفحات لتوثيق الأحداث من مكان حدوثها مباشرة، وهذا التوظيف لا يكون عشوائيا وإنما بهدف جذب انتباه الفرد للمضمون والتأثير عليه من خلال تضمين المنشورات بمشاهد فيلميه تعتمد على أكثر من حاسة لتدعيم المعلومات وترسيخها. تضمنت مؤتمرات صحفية حول الإعلام والتحسيس بحملة التلقيح ضد كوفيد 19، ندوات تقييمية ومؤتمرات جاء هذا الاعتماد بعد الانتشار الرهيب للأزمة وما فرضه من قيود تمثلت في الحجر المنزلي وتعليق جميع الأنشطة، حيث كانت المنصات الرقمية بما تحمله من تطبيقات المنفذ الأمثل للتواصل مع المواطنين وإعلامهم بمستجدات الجائحة.

في مقابل هذه النتائج لا حظنا غياب كلي للروابط التشعبية (Link it) خلال فترة الدراسة التحليلية التي يشاع استخدامها بكثرة في المواقع الإلكترونية، وتوظيفها لا يكون اعتباطيا بل يحيل الضغط عليها إلى عديد الخدمات نذكر منها على سبيل المثال: توجيه المتصفح للاطلاع على تفاصيل أكثر حول الموضوع، أو لمصدر المعلومة، مقالات ومواضيع ذات صلة مباشرة بالمضمون المنشور.

وغيابها عن عينة البحث يمكن تفسيره بالرجوع إلى طبيعة المضامين التي تنشر عبر الصفحات الإخبارية التي تكون في شكل خبر الكتروني، تقرير الكتروني، بيان التي تمتاز بقصر حجم النص واقتصاره على الأسئلة الست المتعارف عليها من؟ ماذا؟ وأين؟ وكيف؟ ومتى؟ ولماذا؟ أي الإجابة عن الأهم وهو ما يريد معرفته القارئ أو جمهور الانترنت.

بالإضافة إلى هذه الملاحظات توصلنا من خلال ما تم جمعه من معلومات كمية خلال فترة التحليل للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، إلى توظيف عينة الدراسة لعنصرين أساسيين في عملية تصميم المواقع والصفحات إلى جانب ما تم التطرق له سابقا، وهما مخطط الموقع (خريطة الموقع) وهي خاصة مدجة تلقائيا في البنية التصميمية لموقع الفايسبوك، بحيث تجعل لكل الحسابات الناشطة عبره سواء كانت شخصية، إخبارية مخطط خاص بها يتضمن مكوناتها الأساسية والمتمثلة في: الصفحة الرئيسية، الصور، الفيديوهات، المنشورات، معلومات وبيانات خاصة بالصفحة ويضم عدد المشتركين، عدد المعجبين، تاريخ إنشاء الصفحة، مقرها. إضافة لهذه العناصر الثابتة كما سبق وأشارنا يمكن لمسيرى الموقع توظيف معلومات أخرى لمخطط الموقع الخاص بالحساب من قائمة الإعدادات على غرار روابط الإحالة على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل: twitter و youtoub. وقد كان لهذه الخاصية حضور فعلي بالصفحة التي احتوت على جميع العناصر السالفة الذكر دون استثناء. أما فيما يخص شريط الإبحار فهو ملازم لكل الصفحات والحسابات الناشطة عبر موقع الفايسبوك وذلك لتسهيل عملية التحرك داخل الموقع.

وكحوصلة عن كل ما سبق ذكره نتوصل إلى أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية كانت حريصة على جذب اهتمام المستخدمين للصفحة ومتابعة مضامينها، وكذا إعلامهم بمستجدات الأزمة من خلال توظيفها جملة من الوسائط المتعددة التي كان لها دور في ترسيخ المعلومة. كما كان للجانب التصميمي دور لا يقل أهمية في زيادة التفاعلية من خلال تضمينها لمخطط الصفحة وشرائط الإبحار التي كانت بمثابة دعامة معلوماتية.

جدول رقم 14: يبين أنواع الصور الموظفة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع		صور إخبارية		مرتبطة بالحدث		صور شخصية		نوع الصور	الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	وزارة الصحة الجزائرية	
100	235	69.36%	163	22.12%	52	8.51%	20		

تعتبر الصورة المرافقة للوقائع واحدة من الدعائم التي يشاع استخدامها في وسائل الإعلام التقليدية وكذا الإلكترونية نظرا لقيمتها الإخبارية في توثيق الأحداث ولقدرتها على دعم المضامين النصية والمواد التحريرية وإثرائها، وتبعا للمدخل البصري فان للصورة قدرة على تثبيت المعلومات في ذهن القارئ كونها تداعب الإدراك البصري وتستهدفه انطلاقا من قدرتها على التأثير والترسيخ، وفي هذا الصدد يقول محمود علم الدين: " أن المعلومات المعروضة بصريا من خلال الصور الفوتوغرافية، والرسوم التوضيحية غالبا ما تنقل فهما أكثر، عن تلك المنقولة تبريريا فقط".

يوضح الجدول أعلاه نوع الصور المستخدمة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفاييسبوك، أن الصورة الإخبارية هي الأكثر استخداما حيث جاءت في المرتبة الأولى بـ 54.46% فيما جاءت الصور المرتبطة بالموضوع في المرتبة الثانية بنسبة 69.36%، في حين تم توظيف الصور الشخصية بنسبة 14.89%. والملاحظ من خلال المعطيات أعلاه تنوع في الصورة الموظفة بالصفحة محل الدراسة إذ ظهرت كالتالي:

الصور الإخبارية: ونقصد بها الصور التي يتم التقاطها من الحدث في زمن حدوثه وتنقل الحقيقة كما هي وتم توظيفها في الصفحة بشكل كبير مقارنة وباقي الأنواع ويعود السبب في هذه النتيجة إلى طبيعة نشاط الحساب الذي يقوم على وظيفة الإخبار بالدرجة الأولى، حيث كانت الصفحة حريصة على تزويد الجماهير بمختلف النشاطات التي تقوم بها وزارة الصحة والجهود المبذولة لإدارة أزمة كورونا وكما يضيف هكذا نوع من الصور نوعا من المصادقية، على المضامين ويجعلها محل ثقة من قبل الجمهور وتم اعتمادها بالصفحة محل الدراسة في المواضيع المتعلقة، الندوات والملتقيات. الخرجات الميدانية اللقاءات التقييمية.... الخ.

الصور المرتبطة بالحدث: وهي صور تنقل موضوع الحدث لا أكثر تتسم بالثبات ارتبطت بالتقارير المكتوبة اليومية حول حالات الإصابة والاستشفاء والوفيات، كما برزت لنا مع المضامين الخاصة بالتعليمات والإرشادات التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية للتعامل مع الفيروس وطرق الوقاية منه، وكذا احتياطات الواجب العمل بها أثناء السفر ودخول المساجد، واعتمدت كدعامة بصرية لتدعيم المنشور .

في مقابل هذا سجلنا حضور للصور الشخصية. بنسب ضئيلة مقارنة وسابقتها وتمثلت في صور بعض الأطباء، مواطنين يتلقون اللقاح، وصور للوزير أثناء خرجاته الميدانية للمستشفيات، وتوظيفها رغم قلته إلا أنه مهم ووظيفي وإذا ما قرناه وطبيعة المضامين التي استعملت فيها هكذا نوع من الصور نجد على سبيل المثال حملات التلقيح أين صور لنا الوزير الأول يتلقى اللقاح، تعتبر بمثابة دعامة ملموسة وتأكيد على سلامة اللقاح وتوظيفها مكان اعتباريا وإنما تعتبر إستراتيجية إقناعيه لجذب الجمهور إلى مراكز التلقيح.

هذا التوظيف يؤكد لنا مرة أخرى أن للصورة حضور وأهمية في المضمون الإعلامي سواء التقليدي أو الإلكتروني، وتستخدم كدعامة بصرية بغرض جذب انتباه المتلقي للمضمون وإقناعه، وهو ما سعت اليه وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها عبر موقع الفايسبوك حيث كانت حريصة على ارفاق منشوراتها بمجموعة من الصور وهذا التوظيف كما سبق وأشرنا لم يكن عبثيا وانما هو استخدام استراتيجي حاولت من خلاله تقديم خدمة اخبارية حيث تضمنت الصور نشاطات وأخبار متعلقة بالوضع الوبائية كما تعتبر بمثابة استراتيجية إقناعيه هدفها التأثير على قرارات واتجاهات الأفراد وحثهم على تبني السلوكيات الصحية السليمة من ارتداء كمامة، أخذ اللقاح وغيرها.

## جدول رقم 15 : يبين فئة العنق

المجموع	بتشكل من مجموعة صور		بتشكل من مجموعة عناوين ثابتة		المجموع	ملازم لكل الصفحات		يقتصر على بعض الصفحات		حالة العنق	
	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك		
	100%	1	0	0	100%	1	100%	1	0	0	الصفحة
											وزارة الصحة الجزائر

يوضح الجدول رقم (7) فئة العنق بالصفحة محل الدراسة التحليلية، حيث تبين لنا من خلال قراءة المعطيات أعلاه أن العنق كان ملازما لكل الصفحات سواء الرئيسية أو الداخلية وذلك بنسبة 100%

والمقصود به ذلك الحيز أو الجزء الضيق الذي يفصل بين رأس وجسم الصفحة، ويوضع بالأساس بغية إبراز التبيان فيها، ويتضمن بالعادة الروابط الأفقية التي تدل في الغالب على معلومات خاصة بالحساب مثل: (اتصل بنا، الأرشيف، رسالة... وغيرها). (بيرق، 2015، صفحة 57)

و من الملاحظات التي سجلتها الباحثة أثناء مرحلة التحليل لفئة العنق هو تخصيصه بمجموعة من العناوين الثابتة وذلك بنسبة قدرت ب 100%، وللإشارة أن هذه النتيجة تعود بالدرجة الأولى إلى الخصائص التقنية والتصميمية التي يفرضها موقع الفايسبوك والتي يكون فيها العنق عادة ذو نمط موجود، وبالرجوع إلى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية نلاحظ أنه كان عبارة عن مستطيل يوازي الالفة التي تتوسط رأس الصفحة، قسم إلى مجموعة أيقونات ترمز كل منها إلى عنوان محدد تتمثل في كل من: أيقونة اتصل بنا (Nous contacter) مفرغة على أرضية زرقاء اللون كتبت باللون الأبيض يحيل النقر عليها مباشرة إلى موقع الصفحة على الانترنت، رسالة (Message) مفرغة على مساحة سوداء كتبت باللون الأبيض كذلك، وجاءت الأيقونة الثالثة في شكل ثلاث نقاط خطية (...). مفرغة على مساحة صغيرة باللون الأسود يحيل النقر عليها إلى مجموعة خدمات تتمثل في: (متابعة، مشاركة، دعوة أصدقاء، مشاركة الصفحة... الخ وغيرها من الخدمات التقنية التواصلية التي يتيحها الموقع للمستخدم وللإشارة فان

هذه الخدمات تختلف من صفحة لأخرى حسب مسير الحساب الذي يتحكم في الإعدادات ويمكن أن يدرج فئات ويخفي أخرى .

ومن خلال تحليلنا لفئة العنق نخلص إلى حرص الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاييسبوك على خدمة جمهورها والبقاء على تواصل معه والإجابة عن انشغالاته من خلال توفير عديد الخيارات التواصلية التي من شأنها أن تبقيه على اطلاع دائم بمجريات الأحداث، ومن جهة أخرى تساهم هذه الفئة في إعطاء صورة ايجابية عن الصفحة وبالتالي تجذب المستخدمين لها ولمتابعة محتوياتها.

وكما سبق وأشرنا في الفئات السابقة أن هذا التوظيف لا يأتي من فارغ بل يكون مبني على استراتيجيات محددة مسبقا تهدف في مجملها لإعلام المواطنين والتحاور معهم في مستجدات الوضعية الوبائية .

#### جدول رقم 16: يبين فئة الولوج

رقم هاتف		بريد الكتروني صالح		الولوج
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	الصفحة
/	✓	✓	/	وزارة الصحة الجزائر

تبين معطيات الجدول رقم (8) فئة الولوج الخاصة بالصفحة محل الدراسة التحليلية، و المقصود منها هو إمكانية الوصول إلى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفاييسبوك من قبل الجمهور والتأكد من صحة الحساب وإذا ما كان موجودا فعليا، عن طريق بعض الأيقونات التي يتيحها الحساب للمستخدم كالبريد الإلكتروني مثلا، رقم هاتف صالح. وغيرها من المؤشرات التي يساهم توظيفها خاصة في الصفحات ذات الطابع المهني، الإخباري في إضفاء نوع من المصداقية على الصفحة أو الموقع المراد دراسته ما يكسبه قاعدة جماهيرية عريضة، وبالتالي إمكانية الاشتراك فيها ومتابعة مضامينها.

وما لاحظته الباحثة من خلال تتبعها للصفحة و أثناء مرحلة التحليل، هو اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفاييسبوك على جل مؤشرات الولوج ما عادا البريد الإلكتروني الذي كان غائبا. غير أنها وفرت عديد الخيارات الأخرى حتى تمكن الجمهور من إمكانية التحقق من

صحة حسابها والوصول إليه عن طريق إدراج رقم الهاتف الخاص بها، رابط الصفحة على موقع الفاييسبوك كما هو موضح في الجدول رقم (1) الخاص بالبيانات العامة، إلى جانب روابط أخرى تحيل على عنوان الصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل: موقع تويتر ويوتيوب، عنوان موقع المؤسسة على الانترنت ونبذة تعريفية مختصرة تتضمن تاريخ إنشائها طبيعة نشاطها وأهدافها وكذا رقم ترخيصها.

من خلال تحليلنا لهذه الفئة والتي كما سبق وأشرنا إلى أهمية توظيفها خاصة في الحسابات الرسمية والإخبارية، والذي يكون مخطط له ومبني على إستراتيجية تحددها الهيئة المشرفة، الأمر نفسه ينطبق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية حيث أن هذا التوظيف لم يكن اعتباطيا بل هادف سعت من خلاله إلى جذب جمهور المستخدمين، وخلق جسر تواصل فيما بينهما. وخاصة في ظل تفشي أزمة كوفيد 19 بالجزائر أين انتشرت الحسابات المزيفة والأخبار الكاذبة وبالتالي بات الوصول إلى هيئة رسمية موثوق فيها مطلبا ملحا.

كما أن لتوظيف العناصر الاتصالية والذي أطلقنا عليها فئة الولوج نظرا لطبيعة الخدمات التي تقدمها مستخدم من غير أنها أدوات توكيد وتأكيد للهوية البصرية الرقمية للصفحة، وظيفة إعلامية

#### جدول 17: فئة الجرافيزم

الصفحة	الفئة	انسجام الصور مع النصوص	موقع مثالي للعين	تناسق الألوان	عدد الألوان
وزارة الصحة الجزائرية.	ك	%	✓	✓	4
		235			

تبين معطيات الجدول أعلاه فئة الجرافيزم الخاصة بالصفحة محل الدراسة التحليلية، والمقصود بها مجموعة الصور والألوان وكذا الأشكال المتداولة بالصفحة أو الموقع المدروس ، والتي تشكل لنا في النهاية وحدة مضمونه منسجمة خاصة وأن سمة الالتزام تعد واحدة من السمات الرئيسية الواجب الالتزام بها أثناء مراحل التصميم. (كيحل، 2019-2020، صفحة 295)

ويعرف موقع الفاييسبوك أنه من أكثر الشبكات الاجتماعية بساطة من حيث: البنية التصميمية، الجاذبية والقالب الموحد للحسابات المختلفة وحتى الشخصية منها، حيث تمتاز جميعها بنمط موحد وهو ما لاحظناه خلال الجداول (2.4.7) الخاصة بكل من فئة العنق واللافتة، الشعار، التي تؤكد لنا مرة

أخرى على ثبات البنية التصميمية للمواقع والصفحات، ويهدف بدوره هذا القالب الموحد لحسابات وللشكل الذي تتخذه المنشورات عبر موقع الفاييس بوك إلى تحقيق سمتين رئيسيتين هما:

1-الانسجام: فالتصميم المنسجم هو الذي يظهر لنا كلا واحدا وليس كتجميع لأجزاء مختلفة، بمعنى آخر تبدو مختلف الأجزاء على أنها تنتمي إلى بعضها البعض. (بيرق، 2015، صفحة 101)

2-التتابع: ونعني به إمكانية متابعة المستخدم للمضمون بصورة سلسلة وفقا للترتيب الصحيح، سواء كانت نصوص أو صور، أشكال، وهو ما يمكن للمستخدم من الربط بين عناصر المضمون وبقية العناصر المرفقة له من صور، فيديوهات، روابط. (بيرق، 2015، الصفحات 106-107)

كما يساهم النمط الموحد للصفحات والمضامين على حد سواء بما وفره من سمات، في إحداث تأثير إيجابي على الجانب السيكلوجي للفرد الذي يجد راحة بصرية أثناء عملية التصفح ، ليس هذا وحسب بل يسعى للحفاظ على دم انقطاع حاسة البصر أثناء الانتقال من صفحة لأخرى، وبالتالي يحصل الأفراد على المعلومات والأخبار التي يريدونها وفق نفس القالب، بلا تشويش أو تشتت وهو ما يشير إلى مفهوم موقع مثالي للعين الذي عبرنا عنه في هذه الدراسة برقم 1 للدلالة على وجوده الذي لا يمكن قياسه كميا، وبالتالي يمكن القول أن جل منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاييسبوك جاءت منسجمة إلى حد كبير، وذات قالب موحد غير متقطع، فالمضامين الخاصة بفيروس كورونا على وجه الخصوص التي يتم نشرها تكون مرتبة زمنيا بشكل متسلسل (متتابع).

أما فيما يخص نوع الصورة المرافقة للمنشورات ومدى انسجامها والنصوص فقد كانت مختارة بشكل جيد وموفقة جدا بنسب 100%، حيث حرص مسيري الصفحة على انتقاء صور تتماشى وطبيعة المضمون المنشور، ويرجع هذا التوظيف لتأكيد الفكرة في ذهن الملتقي واثبات صحة ما يقرأه ويشاهده حيث يضيف هكذا اعتماد مصداقية أكثر على سبيل المثال: رافقت منشورات الخرجات الميدانية لوزير الصحة ومثليه بصور حصرية لشخصهم، تضمن خبر وصول اللقاح صورة له وغيرها .

ومن ناحية عدد الألوان المختارة ومدى تناسقها فحقيقة يمكن القول أنها كانت موفقة إلى حد ما في خياراتها للألوان حيث كانت منسجمة مأخوذة أساسا من البنية التصميمية لموقع الفاييسبوك حيث غلب اللونين الأزرق والأبيض بكثرة.

وإجمالا يمكن القول أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفاييسبوك كانت منسجمة جدا من حيث تناسق الصور مع النصوص وهو ما لاحظنا خلال عملية التحليل، إضافة إلى

انسجامها من حيث عدد الألوان المختارة ونوعها فلم تكن بالكثيرة التي تشتت التركيز بل جاءت في حدود 4 ألوان تعكس في مجملها الهوية التصميمية للفيسبوك، تعطي راحة بصرية للمتابع للصفحة ومضامينها، كما أن طريق عرضها للمنشورات جاءت وفق تسلسل منطقي متتابع .

**جدول رقم 18: فئة الخدمات التقنية المتاحة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.**

التفاعلية	نظام التصويت	خدمة RSS	الاحالة على روابط شبكات التواصل الاجتماعي	فئة الخدمات الصفحة
✓	0	0	✓	وزارة الصحة الجزائرية.

تبين لنا معطيات الجدول أعلاه طبيعة الخدمات التقنية التي توفرها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية للمستخدمين، وهي خاصية ضرورية يتطلب توظيفها في المواقع الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الانترنت وتكمن أهمية هذه الخدمات في كونها تسهل عملية التصفح والإبحار عبر هذه الصفحات .

وقبل الحديث عن هذه الفئة التقنية نشير هنا إلى نقطة مهمة وهي أن وجود هذه الخدمات يختلف من حساب إلى آخر، كل حسب نشاطه، وإستراتيجية وكذا جمهوره المستهدف. كما ترتبط بخصوصية الموقع ذاته وطبيعة المضامين التي يقدمها فنجد مثلا مواقع الصحف الإلكترونية تنفرد بتقديم النشرة الإخبارية الإلكترونية. في مقابل ذلك نؤكد على أنه بالرغم من هذه الاختلافات إلا أنه هنالك خدمات عامة تتوفر في مجمل المواقع كخدمة الإحالة على روابط شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، استمارة الاتصال وغيرها .

وبالرجوع إلى البيانات أعلاه نجد أنه هناك تباين في طبيعة الخدمات التقنية بالصفحة محل الدراسة التحليلية، حيث تم توظيف البعض منها، كخدمة الإحالة على روابط شبكات اجتماعية والتي تضمنت رابط الإحالة على كل من موقعي تويتر وكذا اليوتيوب، إضافة إلى خدمة التفاعلية "interactivity" التي تعد إحدى مزايا الإعلام الإلكتروني على خلاف الإعلام الكلاسيكي، ومن أهم أشكالها الإعجاب، التعليق، المشاركة. ومن خلال تتبعنا لمنشورات الصفحة توصلنا إلى حضور العناصر التفاعلية السالفة الذكر بشكل كبير وتكمن أهمية توظيفها في، إتاحة الفرصة للقائمين على الحساب لمعرفة تقييم

المستخدمين ومدى رضاهم عن المضامين التي يتم نشرها، كما تعمل على زيادة مقروئية الصفحة وظهورها من خلال مشاركتها.

في مقابل ذلك لا حظنا غياب كلي لكل من خدمتي RSS وتأني كاختصار لكلمة Really simple syndication وهي عبارة عن خاصية تسمح بمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر بدون الحاجة إلى زيارة الموقع، ويمكن للفرد الاستفادة منها عن طريق الحصول على عنوان أو مختصر لنص الخبر من خلال وصلة أو نص لرابط الخبر الكامل على الموقع. (كيجل، 2019-2020، صفحة 303).

وغيابها عن الصفحة لا يعني إلغائها أو أنها غير مهمة بل تم تعويضها بخدمة الإشعارات Notification المتاحة في الصفحات النشطة عبر مواقع الانترنت، والتي تصل تلقائيا للمتابعين كلما تم نشر أو تحديث جديد بالصفحة يتضمن أخبار مكتوبة، صور، فيديوهات. فمن خلال النقر على الإشعار يتم إحالة المستخدم مباشرة على المنشور والاطلاع على كامل تفاصيله. وهي الخدمة البديلة التي وفرتها الصفحة محل الدراسة فبمجرد الاشتراك فيها عن طريق تسجيل المتابعة أو تسجيل الإعجاب تصلك مباشرة إشعارات فور كل عملية نشر. ويوعد السبب في توظيفها إلى إبقاء المواطنين على اطلاع وصلة بمجريات الأحداث بصورة أنية. فيما يخص نظام التصويت فقد كانت هذه الخدمة غائبة تماما عن الصفحة محل الدراسة بالرغم من أهميتها، فهي ليست مجرد خدمة تقنية هدفها معرفة آراء المتابعين وتقييمهم الشكلي لمحتوى الصفحات بل تعتبر واحدة من استراتيجيات الميزة للواب الاجتماعي، تهدف إلى تشجيع المستخدمين على المشاركة من خلال إبداء الرأي حول المضامين المعروضة عن طريق التصويت وإعادة إرسال المحتوى.

وهي الخدمة التي كانت غائبة تماما عن الصفحة طيلة فترة التحليل وحتى في الأيام العادية هي غير متوفرة رغم أهميتها وأن وجودها كان لا بد منه ويساعد مسيري الحساب على معرفة اهتمامات الأفراد ومدى رضاهم عن المعلومات التي ينشرونها خاصة ما تعلق منها بأزمة كوفيد 19 الصحية، وهل كانت تغطيتهم كافية أم لا، كما تسمح بمعرفة بمجال اهتمام الجمهور وما الذي يريده من معلومات حول الأزمة لتداركها وتقديم إجابات حولها.

وانطلاقا من تحليلنا لفئة الخدمات التقنية وقراءتنا الكيفية لهذه التقنيات ودورها في الفضاء الإلكتروني اليوم، بخاصة في الحسابات والصفحات الإخبارية الرسمية لم تؤديه من وظائف هامة تنعكس بالإيجاب على الصفحة حيث تسمح بزيادة ظهور الصفحة عبر محركات البحث، وتضمن انتشارها

بشكل واسع، كما تساهم في زيادة نسبة تفاعلية المتصفح مع المضامين التي تعرضها. والأهمية نفسها تنطبق على المستخدمين حيث تساهم هذه التقنيات في إشباعه معرفيا من خلال توفير عديد القنوات الاتصالية التي يستقي منها معلوماته وخاصة ما تعلق بالجائحة بشروحات وتفاصيل أكثر.

وبالعودة إلى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وبناء على الخدمات التقنية التي تتيحها، نلاحظ حضور مجمل العناصر بالحساب وهو توظيف استراتيجي إلى حد ما لم يكن عبثيا. وعليه، يمكن القول أن المسؤولين على الصفحة على دراية كافية بأهمية توظيفها الذي يساهم في زيادة انتشار الصفحة ومقروئية مضامينها ويعمل من جهة أخرى على جذب الجمهور لها واقناعهم بمتابعتها ومن تم الأخذ بمختلف التعليمات التي توصي بها.

#### جدول رقم 19: فئة أشكال التفاعلية بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع	المشاركة		التعليق		الإعجاب		الفئة الصفحة
	ك	%	ك	%	ك	%	
634	164	69.78%	235	100%	235	100%	وزارة الصحة الجزائرية

تبين معطيات الجدول أعلاه أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على الفايسبوك، وبعد الاطلاع على عينة الدراسة سجلنا الملاحظات التالية:

- بلغ إجمالي معدل تفاعلية المستخدمين 634 تكرار، ونفسر هذه النتيجة لاحتواء المضمون الواحد على أكثر من شكل تفاعلي، حيث يمكن للفرد بضغط زر واحدة ي أن يبدي إعجابه ويضيف تعليق ويشارك المادة في الوقت نفسه وهي الخاصية المميزة للوالب الاجتماعي.

- احتلت كل من فئة التفاعل عن طريق الإعجاب والتعليق المرتبة الأولى بمعدل تكرار قدر ب235 ونسبة 100%، ويرجع هذا التساوي والثبات في النتيجة كما سبق وأشرنا إلى الطبيعة التقنية والتصميمية لموقع الفايسبوك التي تتيح للفرد عديد الخدمات بكبسة زر واحدة، وهو ما يفسر لنا هذه الحصيلة التي جمعت لنا بين شكلين مختلفين يعكس كل منها فروقات فردية خاصة، تختلف من شخص إلى آخر. كما يعبر كل شكل منهم عن فكرة معينة. حيث يمتاز الإعجاب بالعفوية والبساطة كما أنه لا يحتاج إلى مستوى معرفي كبير من قبل الأفراد، وهو ما يفسر غلبت هذا النمط على الصفحة محل الدراسة وتخصيص هذا النوع كان كما سبق وأشرنا لسهولة وإشارة منه على اهتمامه بالمضمون، مقابل

ذلك حظيت المنشورات بنفس وتيرة الاهتمام من خلال التعليقات التي كانت ملازمة لكل المواضيع وان كانت في مجملها خارجة عن الموضوع وهذا راجع ، ربما لنقص الوعي الفردي ولكون التعليق يتطلب اطلاع ومعرفة بخلفيات الحادثة، وهو ما كان غائبا خاصة في المراحل الأولى لتفشي الجائحة أين كثرت الأقاويل حول الوباء ومسبباته، ماهيته وظلت غامضة لفترة زمنية معتبرة نوعا ما، بالتالي فغياب المعلومة هو ما انعكس على مستوى التعليقات.

في حين تفاعل المستخدمين مع المضامين الخاصة بأزمة كورونا من خلال المشاركة بنسبة 69.78% ما يعادل 164 منشور، وخصت المشاركة بالدرجة الأولى بالتقارير اليومية حول حالات الإصابة والاستشفاء والوفيات خاصة في الموجتين الأولى التي كانت في شهر جويلية والثانية للجائحة كانت بمطلع نوفمبر، أين عرف الأزمة الذروة بالجزائر وكنتيجة حتمية لتوتر الأوضاع وتفاقم الأحداث حيث أدى هذا الانتشار المتزايد في غضون أشهر قليلة إلى خلق عديد المشاكل على غرار أزمة نقص الأوكسجين، اكتظاظ المستشفيات غلق المدارس وتعليق مختلف الأنشطة التجارية. كان تفاعل الجمهور من خلال المشاركة بمثابة خط دفاعي إن صح التعبير أرادوا من خلاله تبليغ أكبر عدد ممكن بمستجدات الوباء وحثهم على ضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية خاصة في ظل تزايد وتيرة الإصابات وحالات الوفيات، كما أن مشاركة المنشور يساهم في الخروج به من الحيز الضيق إلى الواسع وبالتالي لا يبقى حبيس الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية وإنما يتخطاها إلى مناطق جغرافية عديدة وفئات مجتمعية مختلفة وهو ما من شأنه أن يضمن وصول الرسالة للجميع، وبهذا تكون المؤسسة حققت غايتين أولهما: زيادة مقروئية الصفحة وثانيها: استهداف جمهور عريض.

ومن خلال ما تم عرضه نستنتج أنه هنالك اختلاف في طرق تفاعل الجمهور مع المضامين الخاصة بالأزمة الصحية "كوفيد 19" المنشورة عبر الصفحة محل الدراسة التحليلية، وهذا التنوع راجع إلى تباين في المستويات الإدراكية للفرد ، ومدى قدرة المضمون على إحداث التأثير المرغوب فيه من قبل القائم بالاتصال كما تعكس هذه النتائج إستراتيجية المؤسسة في التواصل مع جمهورها.

جدول رقم 20: فئة الفنون الصحفية بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع	الكاريكاتير		المقال الصحفي الالكتروني		الحديث الصحفي الالكتروني		الخبر الصحفي الالكتروني		التقرير الصحفي الالكتروني		الفئة الصفحة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	235		0		12.76	30	31.06	73	56.17	132	وزارة الصحة الجزائرية

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفاييسبوك وظفت مجموعة من الأنواع الصحفية تراوحت بين (خبر، تقرير، حديث صحفي)، ويكمن التباين في استخدام القوالب من قبل الصفحة محل الدراسة التحليلية إلى طبيعة المضمون المراد تبليغه للجمهور.

وانطلاقاً من المعطيات أعلاه تبين لنا تصدر التقرير الصحفي الإلكتروني فئة القوالب التحريرية بنسبة 56.17% ما يعادل 132 منشور من أصل 235، ويمكن تفسير هذه النتيجة وهذا التخصيص الذي خصت به منشورات الصفحة إلى الدور الوظيفي الذي يؤديه هذا النوع في نقل المعلومات وسردها بشكل دقيق ومفصل، حيث يغلب على التقرير السرد المفصل للأحداث، وهو ما توصلنا إليه خلال فترة التحليل أين لاحظنا سعي القائمين على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية إلى تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والإحصائيات المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية بالجزائر بصفة دورية منتظمة مما توجب عليها توظيف هكذا قالب بالدرجة الأولى، ومن بين الاعتبارات كذلك التي كانت خلف هذا التوجه هو كما سبق وأشارنا طبيعة الرسالة ذاتها فالكم الهائل من المعطيات والأرقام التي تتضمنها منشورات الصفحة من معلومات حول الفيروس وطرق انتشاره، إحصائيات حول حالات الإصابات ومعدلات الوفيات والشفاء حملات التلقيح، حملات التحسيس تحتاج قدراً لا بأس به من المعلومات والتحليل وكلها خصائص ينفرد بها التقرير الصحفي بأنواعه الإلكتروني سمعي بصري، مكتوب وان اختلفت وسائله وحجمه.

كما يدخل هذا التوظيف ضمن سلسلة استراتيجيات الاتصال السياسي المعتمدة في إدارة أزمة كوفيد 19 والمتمثلة في إستراتيجية الإعلان والإقناع عن طريق الأرقام والكلمات فالإقناع كما هو معلوم

لا يقتصر بالضرورة على الصور فقط بل يتعداها إلى ما أبعد من ذلك، وبالتالي يمكن القول أن للتقرير هنا دور في التأثير على الجمهور وإقناعه بضرورة التقيد بالتدابير الوقائية وأخذ اللقاح. إضافة إلى ما سبق ذكره من أسباب يمكن اعتبار أن الأزمة في حد ذاتها وما صاحبها من شكوك وتهاون من قبل المواطنين حول حقيقة وجودها وخطورتها، طرق الوقاية منها... الخ هو ما فرض تقديم شروحات معمقة وتفصيل أكثر دقة حول الجائحة .

في حين احتل الخبر الإلكتروني المرتبة الثانية بنسبة 31.06% ما يعادل 73 تدوينه، وهي نسبة ليست بالبعيدة عن سابقتها بل لها درجة لا تقل أهمية عنها، ويفسر استخدام الصفحة للخبر كقالب تحريري لعديد الاعتبارات منها: طبيعة الصفحة فهي إخبارية بالدرجة الأولى وهذا ما يتطلب منها الاعتماد أكثر على الخبر الصحفي الإلكتروني كمادة إعلامية أساسية لتغطية مختلف القضايا والأحداث وخاصة أزمة كورونا بالجزائر، إضافة إلى ما يتميز به الخبر الصحفي الإلكتروني في نقله للأحداث ووصفها بلغة بسيطة وسهولة في التحرير وقصر جملة وابتعاده عن الحشو، حيث يركز على ذكر الأهم عن طريق الإجابة عن الأسئلة الستة التي بدورها تقدم تفصيلا مختصرا عن الواقعة، إلى جانب ميزة الآنية والجددة التي تتيح له نقل الوقائع ومسايرتها وهو ما يلاءم معالجة أزمة كوفيد 19 الصحية التي تتجدد أخبارها وأحداثها على الدوام كونها حدث مفاجئ و وضعيته غير مستقرة و في تغيير مستمر. عكس الأنواع الأخرى التي تتطلب بالعادة خبرة مهنية من جانب الصحفي وكم معرفي معلوماتي بفتيات الكتابة الصحفية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة نجاح عبد الله العنزي في مقالها المعنون "العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية، حيث خلصت الدراسة إلى اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة العراقية على الأخبار بالدرجة الأولى. وبالعودة إلى الصفحة عينة الدراسة التحليلية نجد أن توظيفها للخبر كان موفق جدا حيث حرصت على دورية تزويد المتصفح بشكل يومي بمجموعة أخبار قصيرة بشأن تطورات الوضعية الوبائية، وكذا مختلف الإجراءات التي أطلقتها وزارة الصحة الجزائرية من اتفاقيات تعاون وزيارات ميدانية... الخ .

بالمقابل سجلنا حضور منخفض نوعا ما مقارنة وسابقه بنسبة 12.76% للتحديث الصحفي الإلكتروني الذي جاء في شكل، لقاءات تقييمية للتحديث عن مستجدات الوضعية الوبائية بالجزائر وجهود الوزارة بهذا الشأن مع وسائل الإعلام (المكتوبة، السمعية البصرية، السمعية)، ويمكن تفسير هذه النتيجة المنخفضة للحجر المنزلي الذي فرض مع تزايد حالات الإصابة وانتشار الفيروس بشكل كبير، و فرض معه عديد الإجراءات منها منع التجمعات. وهذه الوضعية انعكست على اللقاءات التي كانت

مبرجة مع وسائل الإعلام، وتم توظيف الحديث الصحفي الإلكتروني كأحد القوالب الصحفية في هذه الدراسة من باب الأهمية والمصدقية التي تكتسبها وسائل الإعلام التقليدية عند الجمهور باعتبارها مصادر رسمية موثوق فيها، وبالتالي فإن ظهور وزير الصحة في لقاءات إذاعية أو تلفزيونية أو حتى نقل حديثه في الصحف سينعكس بالإيجاب على الجمهور، الذي يربط كل ما هو رسمي حقيقي بالوسيلة الإعلامية وأن كل ما تنقله وتبثه من أخبار ولقاءات هي ذات فائدة، وبالتالي سيعزز هذا القالب من عملية إقناع الجمهور بمختلف التدابير الوقائية والتوصيات التي تحث عليها الوزارة والأطعم الطبية، المجتمع المدني... الخ. كما يعطي ثقة في المؤسسة.

في حين لاحظنا انعدام كلي لكل من المقال والكاريكاتور. وهذا راجع كما سبق وأشرنا إلى أن المقال الصحفي يحتاج اطلاع ودراية من قبل الصحفي، كما أنه بالغالب يشاع استخدام المقال في مواقع الصحف الإلكترونية ويمتاز بطول حجمه وتشعبه، في حين يعرف على جمهور الصفحات أنه يميل إلى قراءة النصوص القصيرة. حيث "أن مقروئية المحتوى المنشور عبر شبكة الانترنت تقل بنسبة 25 بالمائة عن المادة المطبوعة، فالمستخدم اليوم لا يفضل قراءة مادة تحريرية طويلة، وهو ما أكدته عديد الدراسات (اللبان، 2014، صفحة 104) على الارتفاع القياسي لقراءة الموضوعات المقتضبة عبر الشبكة العنكبوتية، كما يمكن تفسير هذه النتيجة إلى غياب الأقلام والكتاب التي تستطيع تقديم تحليلات وتفسيرات حول فيروس كورونا.

ويفسر الغياب الكلي للكاريكاتور كقالب وفن من فنون التحرير الصحفي إلى طبيعته الهزلية الساخرة التي يمتاز بها، وهو ما لا يتماشى مع موضوع كوفيد 19، فالمشكلات الصحية لا تحتل الهزل والسخرية كونها مواضيع حساسة تتطلب قدرا كافي من الموضوعية في الطرح.

ومن خلال تحليلنا لمعطيات هذه الفئة يتضح لنا وفرة في القوالب التحريرية المصاحبة للمادة المنشورة وهذا راجع إلى طبيعة الرسالة التي يحملها المنشور حيث تستدعي بعد المضامين كم معلوماتي كبير مع توفر إحصائيات، في حين يستوجب البعض الآخر مجرد نقل حدث وبالتالي طريقة التناول هنا تختلف وهو ما يفسر بدوره هذا التنوع.

جدول رقم 21: يبين فئة اللغة المستخدمة في الصفحة

المجموع		مزيج بين لغتين		اللغة الأمازيغية		اللغة الإنجليزية		اللغة الفرنسية		اللغة العربية		فئة اللغة الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	وزارة الصحة الجزائر
100%	235	37.87%	89	1.70%	4	3.40%	8	6.38%	15	50.63%	119	

يبين الجدول رقم (9) طبيعة اللغة التي كتبت بها المنشورات الخاصة بأزمة كوفيد 19 الصحية في الصفحة محل الدراسة ، ومن خلال قراءتنا للبيانات أعلاه يتضح لنا وجود تنوع لغوي في المضامين المنشورة جاء على النحو التالي:

-اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على اللغة العربية بالدرجة الأولى بنسبة 50.63% من أصل 235، تدوينه وخصت هذه الفئة بتقارير الحالات اليومية للإصابات والاستشفاء والوفيات المكتوبة وبعض التقارير المصورة، كما تم اعتمادها في توضيح بعض الإجراءات الوقائية للتعامل مع الفايروس، كذا توضيح التدابير الواجب القيام بها أثناء السفر، تعليمات دخول المساجد، البيانات الصحفية والتعازي وكانت في غالبيتها في شكل صور، ومن أوجه الاستخدام كذلك تركيز أغلب الفيديوهات الخاصة بالزيارة الميدانية الدورية لمختلف القطاعات خاصة الصحية منها (المستشفيات) التي ترأسها وزير الصحة السيد عبد الرحمن بن بوزيد رفقة نوابه كالوزير الأول محمد جراد، إضافة إلى بعض الحملات التحسيسية والتوعية التي نشطها إلى جانب الأطقم الطبية رجال الدين ، الأخبار المتعلقة بالأمّة. ويمكن تفسير هذا الاعتماد الذي يحيل إلى عديد الفرضيات منها ما هو قانوني مرتبط بخصوصية المجتمع الجزائري في حد ذاته الذي يقدر اللغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية الأولى ورقم واحد في الجزائر، وما هو شعبي عاطفي يربط اللغة العربية بالشعر والأدب، الثقافة وبالتالي فإن استخدامها سيكون له تأثير على وجدان المستخدم وتصبح عملية الإقناع هنا ممكنة جدا، وخاصة أن الهدف من خلال منشورات الصفحة عينة الدراسة التحليلية بهذا ظرف يكون فيه للتوعية والتحسين من خاطر فيروس كورونا، وإعلامه بتطورات الوضعية الوبائية، وكذا حثه على أخذ اللقاح كحل للخروج من الأزمة أمرا في غاية الأهمية. و يتوقف بلوغ الأهداف السالفة الذكر على مدى استيعاب الجمهور للرسالة وفهمها بالشكل الصحيح، ويكون ذلك من خلال

وضعها في قالب بسيط واضح، بلغة مفهومة تغطي كل شرائح المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والفكرية، الثقافية. خاصة وأن الجائحة مست الكل دون استثناء ومنه يصبح الحصول على المعلومة مطلباً لكل.

وبما أن المجتمع الجزائري عموماً ثنائي اللغة يستخدم اللغة العربية والفرنسية، عربية و إنجليزية، لغة عربية فصحي و العامية وهو ما سجلناه من خلال عملية التحليل حيث احتلت اللغة المختلطة أو كما تعرف بالمزيج بين لغتين المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 37.87% ما يعادل 89 تدوينه من أصل 235. واقتصر توظيفها الذي لاحظناه بداية من عنوان الصفحة الذي كتب باللغتين العربية و الفرنسية، بعض البيانات الصحفية المكتوبة و المصورة الخاصة بالتدابير الوقائية التي حملت شعارات متعددة منها " ابقوا في منازلكم"، التلقيح هو أفضل و قاية و جاء هذه المنشورات باللغتين العربية و الفرنسية، فيديوهات تخص مختلف الخدمات التواصلية التي أطلقتها الجهات الوصية كتطبيق السكايب الذي أطلقه المركز الاستشفائي حسين داي للتواصل مع المصابين و تشخيص الحالات عن بعد، و تم اللجوء إلى هذا النوع في حين غلب على عينة من الفيديوهات مزيج لغوي بين العربية العامية و الفرنسية و نخص بالذكر هنا على سبيل المثال انطلاق الحملة الوطنية للتلقيح ضد كوفيد 19، و جاء هذا الاعتماد بغية استقطاب جمهور واسع و لإقناع أكبر عدد ممكن من المواطنين. في مقابل ذلك سجلنا حضور لا يقل أهمية عن سابقه و ان كان ضئيل جداً لكل من اللغتين الفرنسية بنسبة 6.38% ما يعادل 15 منشور تمثل في تصريحات جمعت وزير الصحة بالإذاعة الوطنية الأولى الناطقة باللغة الفرنسية، كما تم توظيفها في بعض التقارير اليومية التي تتضمن معطيات حول مستجدات الأزمة بالولايات، إلى جانب بعض الحملات التحسيسية الموجهة بدرجة الأولى إلى جمهور الأطفال، و بعض المؤتمرات الصحفية التي ترأسها وزير الصحة و كان حضور اللغة الفرنسية فيها مختصراً جداً و يمكن تفسير هذا الاستخدام الضعيف نسبياً لتراجع اللغة الفرنسية في أوساط الجزائريين و احتلالها المركز الثالث بعدما كانت هي بالمركز الثاني، كذلك أن المستهدف الأول و انطلاقاً من اسم الصفحة هو الجمهور الجزائري الذي كما سبق و أشرنا إلى أنه يقدس لغته الأم، و يأتي توظيف اللغة الفرنسية هنا من باب الانفتاح الثقافي و كي تستقطب الصفحة جمهور خارجي من جنسيات مختلفة على غرار الجالية الجزائرية بالخارج. كما كان للغة الإنجليزية هي الأخرى حضور محدود جداً قدر بـ 3.40% ما يعادل 8 تدوينات و اقتصر على فيديوهات تخص تقارير أسبوعية حول حصيلة الوباء، و بالعودة لتواجد اللغة في الجزائر نلاحظ اقتصارها على المجال التعليمي فقط، و لذلك فإنه طبيعي جداً أن لا تستخدم في منشورات الصفحة و تكفي باللغة الفرنسية

كلغة أجنبية سواء للتواصل مع شركائهم بالخارج أو لتسمية بعض الأمراض والمصطلحات الطبية، باعتبار أن الجزائر أغلب قضاياها مرتبطة بطريقة أو بأخرى بفرنسا.

أما بالنسبة للغة الأمازيغية التي كان لها حضور ضعيف ويقترب نوعا ما من اللغة الانجليزية كما سبق وأشرنا له، حيث جاءت المنشورات باللغة الأمازيغية في شكل محاولة مقتضبة جدا لعرض بعض تقارير الحالات اليومية للإصابة والوفيات بنسبة % 1.70، وعليه تشير إلا أن استعمال اللغة الأمازيغية بالصفحة يكاد يكون شبه منعدم وهذا يعتبر أمر معقول ومنطقي إلى حد ما ولذلك لأن هذه اللغة لا تزال حديثة عهد كلغة رسمية بالجزائر وتعميمها وتدريسها لا يزال قيد البحث، بالتالي تخصيصها كلغة للتواصل أو لكتابة المنشورات سيجعل من عملية الإدراك والفهم محدودة جدا، وهو ما لا يتماشى وإستراتيجية الوزارة الوصية التي كانت تسعى لاستقطاب وإعلام أكبر قدر ممكن من الجمهور، وهو ما يفض عليها الالتزام بلغة متعارف عليها عند جميع الفئات والأعراف.

من خلال عرضنا وتحليلنا لفئة اللغة نستنتج أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عمدت إلى التنوع اللغوي في عرض استراتيجيات اتصالها السياسي المعتمدة في إدارتها للأزمة الصحية بالجزائر 2020، وهذا المزيج في حد ذاته يعتبر إستراتيجية تضمن من خلالها الصفحة انتشارها ومضامينها على نطاق واسع.

جدول رقم 22: يبين فئة أساليب عرض المحتويات بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

المجموع		نص + فيديو		نص + صورة		فيديو		صورة		نص		الفئة الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	235	19.57%	46	41.27%	97	11.48%	27	25.95%	61	1.70%	4	وزارة الصحة الجزائرية

تبين معطيات الجدول أعلاه أسلوب عرض المنشورات (شكل المنشورات) بالصفحة محل الدراسة، حيث لاحظناه من خلال البيانات المسجلة وجود تنوع في أساليب نشر المضامين المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية، وجاء هذا التباين على النحو التالي:

- تصدر فئة المنشورات المكتوبة المرفقة بصورة المرتبة الأولى الصفحة حيث قدرت نسبتها بـ 41.27% ما يعادل 97 منشور، يليها المنشور في شكل صورة بنسبة 25.95%، مقابل ذلك وظفت الصفحة نص + فيديو بنسبة 19.57%، أما الفيديو فكان حضوره بنسبة 11.48%، وأخيرا كان للمحتوى المكتوب (نص) حيز ضيق قدر بـ 1.70%.

من خلال ما تم عرضه من نسب وتكرارات يتضح لنا وفرة في الوسائط المتعددة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك، وان هذه الازدواجية في التوظيف لم تكن عبثية بل هادفة إلى تحقيق غايات كامنة، فعرض الصفحة محل الدراسة لمضامينها في شكل (نص + صورة) بدرجة كبيرة وتلجأ المؤسسات ومسيري الصفحات لهذا النمط بالعادة لعدد الاعتبارات منها:

- أن هذا النوع من المناشير قد يساهم بشكل كبير في زيادة عدد المتابعين والمتفاعلين في الصفحة فلزائر أو المتصفح لا تستهويه النصوص الطويلة بقدر ما تجذبه العناصر البارزة فيه كصور، ألوان شعارات... الخ. وهذا ما ركز عليه القائمون على الحساب بإرفاق منشوراتهم المكتوبة بصور مدعمة تتماشى وطبيعة الموضوع فعلى سبيل المثال نجد الأخبار الخاصة بزيارات الميدانية لوزير الصحة مرفقة بمجموعة صور تحمل مقتطفات من الزيارة، التقارير اليومية لحالات الإصابة والاستشفاء والوفيات تحمل صورة ثابتة تذكر بها المواطنين بالزامية غسل اليدين والتباعد الجسدي.

- كما أن توظيف الصورة في وسائل الإعلام عموما، ومواقع الشبكات الاجتماعية أضحى من أجديات التسويق الإعلامي، فلا يكاد يخلو منشور من صورة وذلك ينبع من الدور الفعال الذي يؤديه

هذا الثنائي في تمرير رسالة أو الترويج لفكرة ما وكذا لإقناع المتلقي بتبني توجه معين، وهو ما لاحظناه من خلال تحليلنا خاصة مع بداية حملات التلقيح أين تم التركيز بشدة على إدراج صور شخصية مع نص الخبر على سبيل المثال انطلاق الحملة الوطنية للتلقيح يظهر لنا الوزير الأول عبد العزيز جراد وهو يتلقى أول جرعات اللقاح. وهذا التوظيف كان بهدف إقناع المواطنين بأخذ العلاج. فالتأثير الذي لا يمكن إحدائه عن طريق الحرف المكتوب تقوم به الصورة .

وبالتالي يمكن القول أن لازدواجية النشر(نص + صورة) دور فعال في ترسيخ المعلومات كما تعمل على إقناع الجمهور بمختلف التعليمات والإجراءات المنصوص عليها من قبل الوزارة الوصية. وهذا النوع يضمن وصول الفكرة وفهمها من قبل الجميع باختلاف مستوياتهم التعليمية، فمن لا يجيد الأبجدية لا يظل فقيرا من المعلومة بل سيحصل عليها من خلال الصورة التي ستقوم بوظيفتها الإخبارية .

في مقابل هذا جاءت المنشورات في شكل صورة بوتيرة لا تقل أهمية عن سابقتها وحظيت بدرجة كبيرة نوعا من التوظيف، وخصت لتوضيح كيفية التباعد الجسدي، طريقة غسل اليدين، احتياطات الواجب العمل بها أثناء السفر، صور تشرح الفايروس وأعراضه، بيانات صحفية، تغطيات مصورة لكل من وزير الصحة والوزير الأول لخرجهم الميدانية للمستشفيات، صور اللقاح، مقتطفات من عملية التلقيح. ويأتي هذا الاعتماد من مبدأ أن الصورة أبلغ من 1000 كلمة، فهي بذلك تكسر حاجز اللغات عكس الدعائم الاتصالية الأخرى التي تحتاج خبرات كمهارة القراءة مثلا، فالصورة تخاطب الكل دون استثناء متعلما كان أو أميا، كبيرا وصغيرا. بالتالي تعتبر وسيلة فعالة لنقل الواقع والتعبير عنه فضلا على أنها واحدة من أقدم وسائل الاتصال التي عرفتها البشرية. وبالرجوع إلى طبيعة المواضيع التي خصتها الصفحة بالصور فقد كانت موفقة جدا في اختيارها وأدت وظيفتها بشكل جيد حيث أن المستخدم تصله الفكرة بمجرد الاطلاع على المضمون المنشور. ومنه يمكن القول أنه بالرغم من تقدم التقنية تبقى الصورة وسيطا مهما له أدوار مهمة في إحداث التأثير والإقناع.

ومن الأساليب التي اعتمدت كذلك في النشر نجد ثنائية النص + الفيديو التي وظفت بشكل متقارب وبقية الأصناف المذكورة، وقد تعزز استخدام هذا النوع من المناشير خاصة في موقع الفايسبوك بما في ذلك الصفحات الشخصية والإخبارية المتاحة عبره، ويتم توظيف هذا الشكل من المنشورات بالعادة بهدف توضيح المعنى أكثر بحيث يكون الفيديو هنا كدعامة مكمل لنص المكتوب، فغالبا ما يرفق الفيديو بفقرة قصيرة تذكر جزئيات فقط للموضوع أو بعرض تقديم موجز قد يقتصر على ذكر عنوان الحدث الذي يتناوله الفيديو. وهو ما لاحظناه في الصفحة محل الدراسة حيث اقتصر توظيفها

لهذا النوع من المحتويات بدرجة كبيرة على: بعض ندوات وملتقيات، تقارير حالا الإصابة والوفيات، وبعض الحملات التحسيسية، تصريحات لوسائل الإعلام. كما يمكن إرجاع هذا الاعتماد إلى رغبة القارئ بالاتصال بلفت انتباه متصفح الصفحة للاطلاع على محتوى الفيديو، بالإضافة لما سبق ذلك نشير إلى أن هذا التزاوج في الاستخدام يساهم في إيصال المعلومة للجمهور بطريقة ممتعة تجمع بين حاسي السمع والبصر.

كما كان للفيديو حضور لا بأس به كشكل من أشكال المضامين المنشورة وكانت معظمها عبارة عن بث مباشر لزيارات الميدانية لوزير الصحة، واللقاءات التقييمية، في حين تناولت بقية المقاطع ومضات تحسيسية، تقارير.

ومن خلال التحليل توصلنا إلى أنه هنالك تنوع ووفرة في أسلوب عرض المحتويات بالصفحة محل الدراسة وهذا التباين بطبيعة الحال لم يكن اعتباريا له أهمية في تدعيم المادة التحريرية المنشورة وترسيخها، كما يساهم هكذا توظيف على استقطاب جمهور واسع من المتابعين، ومن الناحية الإخراجية تساهم الصور والفيديوهات وغيرها من الوسائط المعتمدة على إعطاء شكل جذاب يبعث على الراحة ويجذب المستخدم للمحتوى.

**نتائج الدراسة  
التحليلية**

### 1- نتائج الدراسة التحليلية

#### 1-1- النتائج العامة:

##### 1-1-1- النتائج الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟):

###### - نتائج فئة مواضيع:

من خلال تحليلنا للمواضيع المتعلقة بأزمة كورونا 2020 التي تم نشرها بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، يتبين لنا أن وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع الفايسبوك حرصت على تقديم تغطية شاملة للأزمة تميزت بالتنوع في المواضيع، وشملت كل من نشاطات الخاصة بتغطية أزمة كوفيد 19 وتمثلت في مواضيع الخاصة بتقارير الحالات اليومية حول عدد الإصابات، الوفيات، الاستشفاء بنسبة 38.29%، في حين جاءت باقي المواضيع بنسبة متفاوتة وشملت كل من اللقاءات التقييمية لوزير الصحة السيد عبد الرحمن بن بوزيد للحديث عن حصيلة الوباء وآخر مستجدات، لخرجات الميدانية للمستشفيات على وجه الخصوص للوقوف على مدى جاهزيتها والنقائص التي تتخللها. كما ركزت مضامين الصفحة على المواضيع الخاصة بالنشاطات والجهود المبذولة للحد من انتشار فيروس كورونا وشملت حملات تحسيس، حملات تلقيح.

###### - فئة الأساليب الاتصالية ( الإستراتيجية):

-توصلت الدراسة إلى أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية اعتمدت في إدارتها لأزمة كوفيد 19 الصحية على مجموعة من استراتيجيات الاتصال السياسي ووظفتها بنسب متفاوتة جاءت في مقدمتها الإستراتيجية الإعلامية بنسبة 58.74%، فقد كانت الصفحة محل الدراسة حريصة على إعلام الجمهور مختلف مستجدات الأزمة، مما يساهم في نشر الوعي حول فيروس كورونا وطرق الوقاية وكذا تعزيز السلوكيات الصحية، كما تساهم هكذا إستراتيجية في نشر المعلومات الصحيحة ومحاربة الشائعات، تليها إستراتيجية الحوار وبنسبة متقاربة جدا جاءت إستراتيجية الإقناع ..

###### - فئة الأهداف:

سعت المضامين الخاصة بفيروس كورونا المنشورة بالصفحة محل الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف بدء بالإعلام الذي تصدر قائمة الأهداف بنسبة كبيرة جدا قدرت بـ 67.23% حيث حرصت المضامين المنشورة على إعلام الجماهير بمختلف مستجدات الوضعية الوبائية، في حين جاءت

باقي الأهداف بنسب متفاوتة تراوحت ما بين أهداف تحسيسية للحد من انتشار الأزمة، وأخرى تحذيرية بنسبة ضئيلة نوعا ما للفت انتباه الجمهور إلى مدى خطورة الوباء، في حين سعت عينة من المضامين إلى التعريف بالأزمة خاصة وأنه كان هنالك نوع من التداخل بين أعراض الأنفلونزا الموسمية وكوفيد 19 وبالتالي كان لابد من وضع حد فاصل بينهما من خلال تعريف الجمهور بماهية الفيروس.

### - فئة وظائف الاتصال السياسي:

توصلت الدراسة إلى وجود تباين في وظائف الاتصال السياسي للمضامين المتعلقة بالأزمة الصحية حيث اعتمدت الصفحة بدرجة كبيرة على وظيفة الإخبار، وجاءت في مقدمة وظائفها بنسبة 57.23% وهذا راجع إلى طبيعة نشاط الصفحة فهي إخبارية بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى حاجة الجمهور لتلقي المعلومات ومختلف البيانات حول الأزمة فرض على الصفحة الصبغة الإخبارية.

تليها كل من: وظيفتي توعية الجمهور و الرقابة على الحكومة لتقييم فعالية وكفاءة الإجراءات التي تتخذها الحكومة والجهات الوصية لمواجهة أزمة كورونا وضمان تنفيذها، في حين برزت وظيفة توجيه الرأي العام من خلال توجيه الجمهور نحو السلوكيات الصحيحة. وهذا التباين في الوظائف يعكس لنا حقيقة الدور الوظيفي الذي تؤديه وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك .

### - فئة القوى الفاعلة:

بينت الدراسة التحليلية بروز العديد من القوى الفاعلة في إدارة أزمة كوفيد 19 بالجزائر، حيث كان حضور الشخصيات السياسية بارزا في مضامين الصفحة بنسبة 40.85% بغرض تبيان نشاطاتهم ودورهم في مختلف مراحل الأزمة من خلال مبادراتهم، ثم جمهور الأطباء (الجيش الأبيض) ، في حين جاءت نسب القوى الفاعلة الأخرى بنسب متقاربة جدا شملت جهود ومبادرات كل من رجال الدين، منظمة الصحة العالمية، وسائل الإعلام، وهذا التباين في القوى الفاعلة يفسر لنا انتشار نطاق الأزمة واستقطابها لمختلف الشخصيات .

### - فئة اتجاه تعليق الجمهور:

كشفت الدراسة أن هنالك تباين في اتجاه تعليقات الجمهور نحو مواضيع الأزمة، غلب عليه الاتجاه المعارض للإجراءات والتدابير الوقائية التي تبنتها وزارة الصحة الجزائرية للحد من انتشار فيروس كورونا بنسبة %44.44 يليه الاتجاه المحايد في حين تذييل الاتجاه المؤيد الترتيب بنسبة %34.67

### 1-1-2- من حيث الشكل:

### - فئة البيانات العامة للصفحة:

يرتبط إنشاء الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، بظروف صحية تعود إلى تاريخ ظهور أول حالة لفيروس كورونا في الصين وبداية انتشاره بالعالم، كخطوة استباقية لتوعية الجمهور واعلامه بأخر المستجدات الوضعية الصحية بالعالم .

### - فئة المعالجة الجرافيكية للالفة:

من الناحية التصميمية اتسمت الصفحة محل الدراسة بالثبات حيث اتخذت فيها الالفة موقع وسط رأس الصفحة، ويرتبط هذا التموضع بالخصوصية التقنية والتصميمية التي يتيحها موقع الفيسبوك حيث تتخذ معظم لافتات الصفحات إخبارية كانت أو شخصية هذا الموضوع لا غير .

### - فئة نوع الالفة:

تستخدم الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الصورة المعدلة رقميا عن طريق تقنيات الحاسوب، ويتم اعتمادها كالالفة للحساب، تم تفرغها على مساحة سوداء بنسبة كبيرة مع استخدام الألوان للكتابة عليها.

### - فئة الرمز: LOGO:

تستخدم الصفحة الرمز logo وجاء في شكل رمز نصي مكتوب بالحاسوب Word Mark وكان من حيث الفكرة والمدلول مرتبطين بشكل مباشر بطبيعة النشاطات والتغطيات التي تقوم بها الصفحة، مما يساعد في اعطاء صورة ايجابية عن المؤسسة .

### - فئة الولوج:

يتيح الصفحة لمستخدميها عدة عناصر للولوج والمتمثلة في رقم الهاتف، رابط الصفحة على موقع الفيسبوك، تويتر، يوتيوب مع غياب كلي للبريد الإلكتروني. وهي فئة ضرورية وتوظيفها يضيف نوع من الشفافية والثقة بين الجمهور ووزارة الصحة حيث تسمح للأفراد بتحقيق من صحة الحساب كما تساهم في الوصول إلى معلومات أكثر من مصادر متنوعة.

### - فئة عناصر الجاذبية:

تتسم الصفحة من الناحية التصميمية بالجاذبية من حيث توظيف كل من الصور، الفيديو، الفيديو المباشر، شرائط الإبحار ومخطط الموقع، تساهم هذه العناصر جميعها في زيادة نسبة تفاعلية الجمهور مع المضامين .

### - فئة أنواع الصور:

توصلت الدراسة إلى أن الصفحة محل الدراسة تولي أهمية كبيرة للصورة بأنواعها ( إخبارية، مرتبطة بالحدث شخصية) لم لها من تأثير ايجابي على المتلقي ودورها في شرح بعض جوانب الحدث ، وتدعيم المادة التحريرية حيث كانت ملازمة لكل المضامين المنشورة وان اختلفت نسب توظيفها ونوعها، حيث غلبت الصور الإخبارية التي تعبر عن الحدث زمن حدوثه بنسبة 54.46، باعتبار أن نشاط الصفحة اخباري بالدرجة الأولى كما أن الوظيفة الاخبارية هي الغالبة على نشاطات الصفحة وتوظيف الصور الاخبارية يضيف نوع من المصداقية ويعزز من ثقة في الاجراءات والتدابير التي تنص عليها وزارة الصحة ومختلف الفاعلين في إدارة الأزمة، تليها الصور المرتبطة بالحدث وهي صور تنقل الموضوع لا أكثر والصور الشخصية.

### - فئة العنق:

تبين من خلال الدراسة أن وجود العنق الذي يفصل بين رأس الصفحة وباقي محتوياتها ضروري إلى حد بالصفحة، لم يحتويه من خدمات متعددة تسهل على المتصفح الوصول الى المعلومات والتواصل مع مسيري الصفحة، و اتسمت حالة العنق بالثبات وذلك بالنسبة للصفحة المدروسة أين كان فيها ملازم لكل الصفحات ويتشكل من مجموعة عناوين ثابتة.

### - فئة القرافيزم:

فيما يخص القرافيزم بينت نتائج الدراسة التحليلية أن مضامين الصفحة جاءت منسجمة إلى حد كبير من حيث تناسق الصور مع النصوص المنشورة وكذا عدد الألوان المختارة إذا كانت قليلة تعبر في غالبيتها عن البنية التصميمية لموقع الفاييسبوك حيث تم التركيز بشدة على اللونين الأزرق والأبيض بدرجة كبيرة إضافة إلى اللون الأحمر والأخضر. وذات قالب موحد غير متقطع مرتبة زمنيا بشكل متسلسل .

### - فئة الخدمات التقنية

يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أن الصفحة تتيح لمستخدميها بعض الخدمات التقنية كروابط الإحالة على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، خدمة التفاعلية. في مقابل ذلك في حين لاحظنا غياب كلي لخدمة نظام التصويت ( الاستفتاء ) وخدمة RSS وهي خاصية تسمح بمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر دون الحاجة إلى زيارة الموقع أو الصفحة ويمكن للفرد الاستفادة منها عن طريق الحصول على عنوان أو مختصر لنص الخبر من خلال وصلة أو نص لرابط الخبر الكامل على الموقع وغيابها عن الصفحة لا يلغي أهميتها وانعدامها كلياً بل تم تعويضها بخاصية الإشعارات .

### - فئة التفاعلية:

حرصت الصفحة على توفير بيئة تفاعلية تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع المضامين المنشورة وبأشكال عديدة، تصدرها كل من الإعجاب والتعليق بنسبة قدرت بـ 100%، ويمكن تفسير هذا التساوي والنتيجة إلى الخاصية التقنية التي يتيحها موقع الفاييسبوك للمستخدم بحيث يمكنه من خلال كبست زر واحدة من القيام بعدد الخدمات.

### - فئة الفنون الصحفية:

كشفت نتائج الدراسة أن الأنواع الخبرية المتمثلة في التقرير الصحفي الإلكتروني هو النمط المهيمن على محتوى الصفحة، حيث تم توظيفه بنسبة كبيرة جدا قدرت بـ 56.17% وذلك راجع إلى طبيعة الأزمة الصحية التي تقتضي الرصد الدقيق بالشرح والتفصيل لمستجدات الوضعية الوبائية. في حين جاء فن الخبر الصحفي الإلكتروني. لم يمتاز به من أنية وموضوعية في نقل الأحداث خاصة وأن الوضع الصحي بالجزائر يحتاج إلى حقائق ومعلومات بصفة أنية حصرية. يليه الحديث الصحفي بنسبة 12.76%

كما سجلنا غياب كلي للأنواع الاستقصائية الأخرى ( ريبورتاج، تحقيق، القصة الخبرية) وغياب كلي لأنواع الرأي (المقال)، في حين جاءت نسبة توظيف الأنواع التعبيرية ( الكاريكاتير) منعدمة.

### - فئة اللغة:

بينت نتائج الدراسة وجود تنوع لغوي بمضامين الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية حيث عمدت إلى توظيف أكثر من لغة في عملية النشر: وهي اللغة العربية التي جاءت في مقدمة اللغات بنسبة قدرت بـ 50.63% باعتبارها اللغة الأم بالجزائر، تليها لغة مختلطة في المرتبة الثانية لأن الشعب الجزائري ثنائي اللغة يميل إلى الازدواجية اللغوية في حديثه وجاءت باقي اللغات بنسبة متقاربة تمثل في اللغة الفرنسية، للغة الانجليزية، واقتصر توظيفهما على بعض المصطلحات الخاصة بالفيروس وقلة قليلة من تقارير حالات الإصابة والوفيات والاستشفاء يمكن أن يكون لهذا الاعتماد دور في استقطاب جمهور واسع متعدد الجنسيات. مقابل 1.70% وهي نتيجة تكاد تكون منعدمة للغة الأمازيغية .

### - فئة أسلوب نشر المحتويات:

أوضحت نتائج الدراسة بخصوص أسلوب عرض منشورات الصفحة أن ثنائية نص +صورة هي الأكثر استخداما بنسبة 42.27% يليها الصورة بنسبة 25.95%، في حين جاءت المنشورات في شكل نص + فيديو، والفيديو، النص بنسبة متفاوتة. حيث تساهم هذه العناصر في جذب ولفت انتباه المستخدم للمضمون كما تضيف المزيد من الشرح والتحليل للمادة المعروضة ومنه نستنتج أن توظيف الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية لأساليب نشر المحتويات ( الوسائط المتعددة)تسم بالتنوع حيث استخدمت أساليب وأشكال متنوعة بما يخدم الموضوع.

## 1-2- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

### - أوجه الاتفاق

يعد الرجوع إلى مناقشة حوصلة النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية في ضوء نتائج الدراسات السابقة مرحلة ضرورية وخطوة أساسية يفرضها البحث العلمي وذلك بغية تحقيق عنصري التنسيق والتكامل بين الدراسات والأبحاث العلمية التي تناولت متغيرات الدراسة نفسها، وتعود الفائدة من هذه المقارنة إن صح التعبير على جمهور الباحثين مستقبلا حيث تمكنهم هذه الخطوة من تكوين رؤية واضحة حول الموضوع المدروس، والإلمام بكل جزئياته بشكل أكثر دقة . (كيجل، 2019-2020، صفحة 354)

وفي هذا السياق فقد كانت نتائج الدراسة الحالية متفق بشكل كبير مع العديد من النتائج التي بلغتها بعض الدراسات السابقة في حين تباينت مع نتائج دراسات أخرى وذلك من خلال:

أكدت الدراسة الحالية على عديد النتائج التي توصلت إليها الدراسة السابقة التي أجراها الباحثين بن سهلة دنيا وشمس ضيات خلفلاوي الموسومة ب: فعاليات العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة كورونا-دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك. وتتفق الدراسة الحالية ودراستنا في:

-اعتماد اللغة العربية بدرجة الأولى في مضامين الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية وذلك لكونها اللغة الأم ورقم واحد بالجزائر إضافة إلى أنها اللغة السائدة والمفهومة عند الجميع.

-توصلت الدراستين إلى اعتماد الصفحة على المزج بين النص والصورة كأسلوب لنشر المحتويات.

-كما اتفقت الدراستين إلى أن إستراتيجية الإعلام (الإستراتيجية الإعلامية) هي أكثر أنواع استراتيجيات الاتصال السياسي المعتمدة بالصفحة.

-كما أكدت لنا نتائج الدراستين على أن الشخصيات السياسية ممثلة في وزير الصحة هم أكثر الشخصيات بروزا في المحتوى الإعلامي.

-تباينت نتائج الدراسة الحالية مع بعض النتائج الجزئية التي بلغتها د. ساره فايز عبد الله المسيح طوس الموسومة ب: استراتيجيات الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة كوفيد 19 دراسة تحليلية على المؤتمر الصحفي. حيث أكدت الدراسة على اعتماد المنظمة على إستراتيجية بناء الصورة الذهنية بالدرجة الأولى تليها إستراتيجية الإعلام، في حين توصلنا من خلال دراستنا الحالية إلى اعتماد وزارة الصحة على الإستراتيجية الإعلامية. ويعزي ذلك إلى اختلاف مجتمع البحث حيث اعتمد الباحث على المؤتمرات الصحفية التابعة لمنظمة الصحة العالمية في حين اعتمدت الباحثة على تحليل المنشورات والمضامين التي تنشرها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك، إضافة إلى الاختلاف الزمني والمكاني فالحدود المكانية لدراسة بدولة العراق في حين كانت دراستنا بالجزائر، ومن جهة أخرى تتفق الدراستين في: اعتمادها على التقرير الصحفي الإلكتروني في تناولهما للمضامين وتغطيتهما للمؤتمرات الصحفية المتعلقة بأزمة كوفيد 19 الصحية .

-اتفقت الدراستين من حيث المواضيع حيث اتسمت بالتنوع والشمول وحرصت على تقديم تغطية شاملة لأزمة كوفيد 19.

-تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة نزمين علي عجوة الموسومة ب: إستراتيجية اتصال المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا-دراسة تحليلية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية. حيث أكدت بعض النتائج الجزئية التي توصلت إليها الباحثة على اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية على مجموعة من استراتيجيات اتصال المخاطر وتوظيفها في المراحل الثلاث للأزمة، وتأتي الإستراتيجية الإعلامية في الصدارة، وهو ما توصلت إليه الباحثة من خلال هذه الدراسة حيث تبين وجود وفرة في استراتيجيات الاتصال السياسي المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية في إدارتها لأزمة كوفيد 19 غير أن الثابت فيها هو تصدر الإستراتيجية الإعلامية قائمة الاستراتيجيات. هذا وتتفق الدراستين في توظيف كل من ثنائية النص والصورة في عملية نشر المضامين.

-اتفقت نتائج الدراسة الحالية وبعض نتائج الدراسات السابقة الأجنبية وخاصة دراسة Ahmed/Sherin على أن إستراتيجية الاتصال الحكومي المتبعة من قبل المنظمات الحكومية التابعة لوزارة الصحة بدولة الإمارات في إدارتها لأزمة كورونا وظفت مجموعة استراتيجيات بالتركيز على الإستراتيجية الإعلامية من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا الحالية.

-اتفقت نتائج الدراسة مع بعض النتائج التي توصل إليها كل من الباحثين يوسف بومشعل وسعد بن في دراستيهما حيث توصل الباحثين من خلال دراستهما وتحليلهما لفئة الوظائف السياسية إلى أن الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام عينة التحليل تمثلت في وظيفة الإخبار وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق ، وتقرب هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسة الحالية فمن خلال تحليلنا لفئة وظائف الاتصال السياسي(أي الوظائف السياسية لمضامين الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية تبين أن الوظيفة الأساسية للمحتوى المنشور كانت إخبارية بالدرجة الأولى ، فرغم من اختلاف مجتمع البحث والمفهوم الإجرائي الخاص بالاتصال السياسي الذي انطلقت منه الدراسات إلا أنها اشترك فبعض التساؤلات الفرعية كتساؤل الخاص بفئة وظائف الاتصال السياسي، ومن خلال نتائج توصلنا إلا أن وظائف الاتصال تبقى ثابتة وان اختلفت مجتمعات البحث.

### - أوجه الاختلاف

واختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عديد النقاط نوجزها في ما يلي:

-اختلفت الدراسة مع اغلب الدراسات السابقة العربية في نوع استراتيجيات الموظفين في ادارة الأزمة الصحية حيث ركزت معظمها على استراتيجية اتصال المخاطر الصحية في مقابل هذا اهتمت الدراسة الحالية بالبحث عن استراتيجية الاتصال السياسي.

- ركزت أغلب الدراسات السابقة على متغير إدارة أزمة كورونا (كوفيد 19) وتناولته بالتحليل من خلال المؤتمرات الصحفية، الحسابات الرسمية للمنظمات الحكومية بمواقع التواصل الاجتماعي (أنستغرام) في حين اهتمت الدراسة الحالية بموقع لم يلقى اهتماما كافيا من خلال ما تم عرضه من دراسات ألا وهو موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وبالأخص الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية .

-إغفال أغلب الدراسات السابقة وخاصة التي تناولت موضوع استراتيجيات الاتصال وإدارة أزمة كورونا من خلال الصفحات الرسمية للجانب التصميمي للموقع رغم أهميته ودوره في إحداث الإقناع، وهو ما حاولت الباحثة التركيز عليه في هذه الدراسة من خلال اعتماد شبكة تحليل خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي وتكييف فئاتها و موضوع الدراسة مما يعطي عمق في التحليل كما أنو دراسة الإستراتيجية في حد ذاته يتطلب الإلمام بالجانب الشكلي.

- اختلفت نتائج دراستنا مع الدراسات السابقة في شقها المفاهيمي حيث تناولت كل الدراسات الجزائرية متغير الاتصال السياسي وهو المتغير نفسه الذي تبحث فيه الدراسة الحالية غير أن الفرق يكمن في معناه فجاء مفهوم الاتصال السياسي في كل من دراسة سعد بن سعود بن بد العزيز آل سعود الموسومة ب: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام والمجتمع السعودي. ودراسة يوسف بو مشعل المعنونة ب: دور الاتصال السياسي في التنشئة السياسية للشباب الجزائري .يومية الخبر والتلفزيون الجزائري أنموذجا ، دراسة تحليلية ميدانية. بأنه النشاط الذي تمارسه وسائل الإعلام الحكومية، في حين تناولته دراستنا بمعنى النشاط أو الاتصال الذي تقوم به الصفحة الرسمية لوزارة الصحة من خلال صفحتها الناشطة عبر موقع الفايسبوك.

-اختلفت نتائج دراستنا والدراسات الأجنبية من حيث الاستراتيجيات المستخدمة في إدارة أزمة كوفيد 19 حيث توصلت دراسة Yussuff /Adrian إلى أن استراتيجيات الاتصال التي استعان بها المكتب الإقليمي التابع لمنظمة الصحة لإدارة أزمة كوفيد 19 تشمل: إستراتيجية بناء القدرات والتدريب، إستراتيجية التنسيق الداخلي بين المؤسسات، إستراتيجية المشاركة المجتمعية للأفراد المؤثرون في المجتمع، إستراتيجية معالجة المفاهيم الخاطئة وإدارة المعلومات المضللة. في حين اعتمدت وزارة الصحة الجزائرية في إدارة أزمة كورونا على كل من إستراتيجية الإعلام، الحوار، الإقناع.

### 1-3-3- نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية

#### 1-3-1- النتائج في ضوء المقاربة الوظيفية

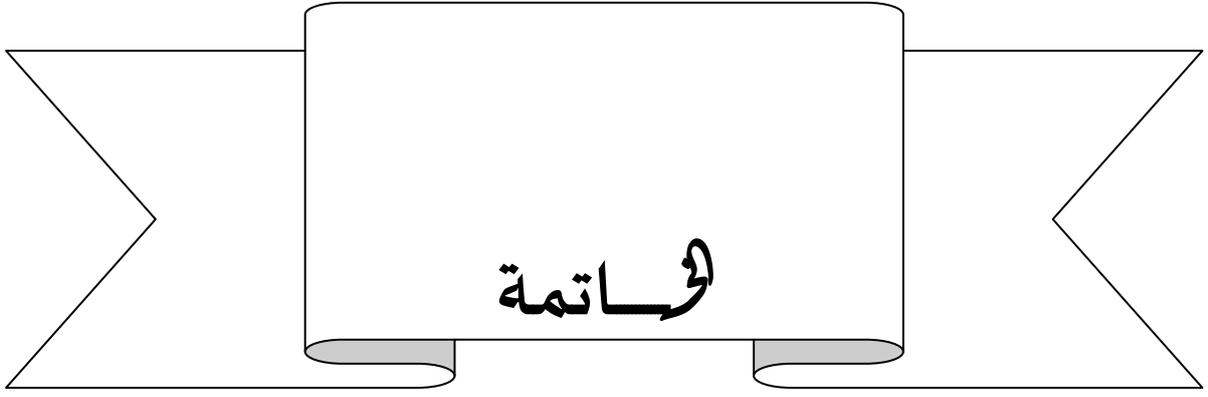
اعتمدت هذه الدراسة على النظرية البنائية الوظيفية كمنظور للدراسة، ومن خلال النتائج المتوصل إليها بعد التحليل يتبين لنا أن الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.

الفايسبوك كانت وظيفية بدرجة كبيرة، حيث سعت إلى الحفاظ على أمن واستقرار المجتمع الجزائري بصفة خاصة من خلال حرصها على تقديم مجموعة من الوظائف تمثلت بالأساس في كل من وظيفة الإخبار عن طريق نقل أخبار الأزمة وآخر مستجداتها إلى الجمهور، وحرصها على تعريفه بالأزمة وتوعيته وتحسيسه بمخاطر الجائحة. كما كان لإستراتيجية الاتصال السياسي والمتمثلة بالأساس في الإستراتيجية الإعلامية الحوار، الإقناع المعتمدة من قبل الصفحة الرسمية الناشطة عبر موقع الفايسبوك دور في توجيهي فعال في إدارة الأزمة والخروج منها .

#### 1-3-2- النتائج في ضوء المقاربة النسقية (تحليل النظم)

أولت المقاربة أهمية كبيرة للبيئة واعتبرتها عاملا مهما في التحليل، ومنه يمكن اعتبار البيئة النسق الأوسع والأكبر الذي يتسم بالتعقيد والتأثير على المؤسسة ( وزارة الصحة الجزائرية) من حيث نشاطاتها الداخلية والخارجية، إذ تعتبر البيئة منبع الحصول على المدخلات وتتمثل في مطالب الجمهور برفع الحجر المنزلي، فتح الحدود، توفير اللقاح... الخ، ومكان نشر المخرجات وتتمثل في رد فعل وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك على مطالب الجمهور، والاتصال السياسي هو الآلية التي تسمح بجلب معلومات عن جمهور المؤسسة وعن البيئة.

ومن خلال هذ المقاربة يمكن القول أن البيئة تفرض ضغوط على النظام ( وزارة الصحة الجزائرية) والاتصال السياسي هو الالية التي تضمن استمرارية المؤسسة من خلال الاستجابة لمطالب التي تتلقاها من البيئة، وهو ما يؤكد لنا فرضية أن النظام السياسي هو نظام تكيفي.



### خاتمة:

سعت الدراسة الموسومة ب: إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020. إلى التعرف على شكل ومضمون إستراتيجية الاتصال السياسي المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية الناشطة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في إدارتها لأزمة كورونا وذلك من خلال تحليل عينة من المضامين المتعلقة بأزمة كوفيد 19 المنشورة بالصفحة محل الدراسة، في الفترة الزمنية الممتدة من 1 مارس 2020 إلى 22 فيفري 2021 وهي الفترة التي شهد فيها المجتمع الجزائري ككل بمؤسساته وقطاعاته المختلفة خلاا وظيفيا مس جميع الأنظمة نتيجة لتفشي فيروس كورونا بمنحنى غير مستقر في عدد حالات الإصابات والوفيات، إذ عرفت الوضعية الوبائية بالجزائر في هذه الفترة حالة من اللااستقرار، إضافة إلى بروز عديد الأزمات الفرعية كتنقص الأوكسجين، نذره اللقاح، غلق الحدود وتعليق جميع النشاطات... الخ.

وهو ما أدى إلى ظهور إدارة الأزمات كأسلوب علمي يخفف من وتيرة الأزمة الصحية ويقلل من نشاطها ويجنب المجتمع والأفراد أثارها المدمرة، عن طريق توفير قنوات اتصال يستقي منها الفرد المعلومات الصحيحة والإجراءات الصحية السليمة، وهو ما سعت إليه وزارة الصحة الجزائرية من خلال إنشاء صفحة رسمية خاصة بها عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك تزامنا وبداية ظهور فيروس كورونا بالصين كخطة استباقية للتصدي للفيروس، بهدف توعية الجمهور من مخاطر الفيروس وطرق الوقاية منه وامتداده بالمعلومات الصحيحة والأخبار الحصرية، والذي يكون فيه الاتصال السياسي همزة وصل بين وزارة الصحة الجزائرية وجمهورها في إدارة أزمة كوفيد19، ويعتبر عنصر دعم مهم ومكمل لإدارة الأزمة.

وما يمكن أن يقال في نهاية هذه الدراسة أن لاستراتيجيات الاتصال السياسي دورا أساسيا وفعالا في إدارة الأزمات الصحية، فمعرفة كيفية تعامل وزارة الصحة الجزائرية مع الجمهور أثناء الأزمات يساهم في تعزيز عنصر الثقة، كما يعمل على تقليل أثار الأزمة ومن احتمالية تكرار حدوثها مستقبلا، وهو ما سعت إليه وزارة الصحة الجزائرية الخروج من الأزمة بأقل أضرار ممكنة وادارتها بشكل استراتيجي يضمن الحفاظ على أمن واستقرار الفرد والمجتمع من خلال خلق بيئة تواصلية تفاعلية بين المؤسسة وجمهورها عن طريق الاتصال السياسي الذي كان له دور وظيفي في مواجهة الأزمة الصحية .

### أفاق وتوصيات الدراسة:

في ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الموسومة بـ: " إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر، دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020. فإننا نقترح مجموعة من التوصيات التي يمكنها أن تكون بداية لدراسات مستقبلية وهي كالتالي:

- ضرورة الاهتمام بجميع المشاكل والأزمات الصحية التي تمس المجتمع الجزائري، ومعالجتها إعلاميا في إطار التوعية والتحسيس بأهميتها والتحذير من مخاطرها.

- ضرورة الاستعانة بالمختصين الاجتماعيين، النفسانيين ومختلف القوى الفاعلة داخل المجتمع كل في مجاله وتخصصه، وإشراكهم في معالجة موضع الأزمة الصحية للوقوف على أبعادها المختلفة ومعالجتها والوصول إلى حلول تعالج المشكل بعمق.

- تناولت الدراسة الحالية إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمة الصحية من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك، ويمكن أن تفتح آفاق أخرى لدراسة الاتصال السياسي في مضامين أخرى..

- كما توصي الباحثة بدراسة استراتيجيات الاتصال السياسي في مجالات أوسع، تشمل كل مواقع التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن الدراسة الحالية اكتفت بموقع اجتماعي واحد وهو موقع الفيسبوك من خلال تحليل مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

- توصي الباحثة مسيري الصفحات والمواقع الاخبارية بصفة خاصة بضرورة الاعتماد على مخصصين في الإعلام الألي والبرمجيات وكذا التصميم الجرافيكي، لأن للجانب التصميمي وإخراجي للمضامين يسهم في استقطاب واقناع جماهير أوسع.

قائمة المصادر  
والمراجع

المعاجم:

1. أحمد بدوي. (1982). معجم العلوم الاجتماعية. د ط. بيروت: مكتبة لبنان.
2. مُجَّد حمدان. (2007). معجم مصطلحات التربية والتعليم. (الطبعة الأولى) ، الأردن: دار كنوز المعرفة.
3. مُجَّد منير حجاب. (2004). المعجم الإعلامي (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
4. مي العبد الله. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات. بيروت: دار النهضة العربية.

الكتب:

5. أحمد بدر. (1981). أصول البحث العلمي ومناهجه (الطبعة الخامسة). وكالة المطبوعات
6. أحمد بن مرسل. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (دون طبعة). الجزائر، ديوان المطبوعات.
7. أحمد بن مرسل. (2005). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (الطبعة 2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
8. أحمد محسن الخضير. (2003). إدارة الأزمات منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على المستوى الاقتصادي القومي والوحدة القومية ( طبعة 1). مصر.
9. أية رياض العبد القادر بورزان. (2021). إدارة الأزمات (دون طبعة). سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
10. البشير مُجَّد بن سعود. (1429). مقدمة في الاتصال السياسي. (الطبعة الثانية). الرياض: مكتبة فهد الوطنية للنشر والتوزيع
11. البطريق غادة. (2018). العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات. (الطبعة الأولى). الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
12. التائب مسعود حسين (2018). البحث العلمي، قواعده، إجراءاته، مناهجه (طبعة الأولى). مصر: المكتب العربي للمعارف.

13. الدليمي عبد الرزاق. (2016). نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع
14. الذنبيات مُجَّد محمود، عمار بوحوش. (1999). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
15. الزعبي علي فلاح. (2009). إدارة التسويق منظور تطبيقي واستراتيجي (ط1). الأردن: دار اليازوري.
16. المشاقبة بسام عبد الرحمن. (2011). الإعلام البرلماني والسياسي (دون طبعة). عمان: دار أسامة للنشر.
17. الهيثي هيثم. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات (الطبعة الأولى). الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
18. باهي مُجَّد حسين، وآخرون. (بلا تاريخ). المرجع في البحث العلمي نظري-تطبيقي (دون طبعة). القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
19. بسيوني إبراهيم حمادة. (1993). دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي (دون طبعة). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
20. بن حبتور عبد العزيز صالح. (2007). الإدارة الإستراتيجية: إدارة جديدة في عالم متغير (دون طبعة). عمان: دار المسيرة.
21. بن مرسلي أحمد. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الطبعة 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
22. بيرق حسين موسى. (2015). فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الالكترونية (الطبعة 1). عمان: دار غيداء.
23. تمار يوسف. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (دون طبعة). الجزائر: الجزائر دار طاكسيج للدراسات والنشر والتوزيع.
24. تمار يوسف. (2017). مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية الاتصالية (د. ط). ديوان المطبوعات الجامعية.

25. جابر علاوي. (2015). الاتصال السياسي (الطبعة الأولى). الأردن: دار مجد للنشر والتوزيع.
26. حامد خالد. (2012). مدخل إلى علم الاجتماع (الطبعة الثانية). الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
27. حسن عبد الحميد رشوان. (2003). أصول البحث العلمي (دون طبعة). مصر: مؤسسة شباب الجامعة للنشر.
28. حسن عماد مكاوي. (2005). الإعلام ومعالجة الأزمات. (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
29. حسن عماد مكاوي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الطبعة الأولى. مصر. الدار المصرية اللبنانية.
30. حمدي شعبان. (2005). الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث. (دون طبعة). القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
31. رضا عكاشة. (2017). تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية الطبعة الأولى. مصر، القاهرة. جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
32. زايد الطيب مولود. (2001). التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع. عمان: المؤسسة العربية الدولية للنشر والتوزيع.
33. سعد آل سعود. (2010). الاتصال والإعلام السياسي. (الطبعة الأولى). الرياض: دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع.
34. سمير محمد حسين (1976). بحوث الإعلام أسس ومبادئ (دون طبعة). القاهرة: عالم الكتب
35. شيماء ذو الفقار. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (الطبعة الأولى). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
36. صادق عادل. (2007). الصحافة وإدارة الأزمة مدخل نظري تطبيقي (دون طبعة). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
37. طعيمة رشدي (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه، أسسه، استخداماته. (دون طبعة). القاهرة: دار الفكر العربي.

38. عاطف عدلي العبد. (1993). الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام. الطبعة الأولى القاهرة: دار الفكر العربي.
39. عبد الرزاق مُجَّد الدليمي. (2012). الإعلام وإدارة الأزمات (طبعة الأولى). الأردن، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
40. عبد الله مُجَّد الفقيه. (2012). إدارة الأزمات (الإصدار الطبعة الأولى). صنعاء: دار الكتاب الجامعي
41. عبد الله مُجَّد عبد الرحمن. (2006). الإعلام المبادئ والأسس النظرية والمنهجية. دون طبعة، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
42. عبده عزيزه. (2004). الإعلام السياسي والرأي العام. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع
43. عبود كَشْكُول محسن. (2015). أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية (الإصدار ط1). العراق: دار الكتاب الجامعي.
44. عصام سليمان. (1989). مدخل إلى علم السياسة (الإصدار الطبعة الثانية). بيروت: دار النضال للطباعة والنشر.
45. فاروق السيد عثمان. (2004). التفاوض وإدارة الأزمات. (دون طبعة). القاهرة، دار الأمين
46. فضيل دليو. (2014). مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية (الإصدار د.ط). الجزائر دار هومة للنشر والتوزيع.
47. فهمي مُجَّد عبد القادر. (2006). مدخل إلى الإستراتيجية (الإصدار ط1). عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
48. قطيش نواف. (2009). إدارة الأزمات (طبعة الأولى). الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع
49. كمال الدين عباس. (2004). الاتصال السياسي (الإصدار الطبعة الأولى). لبنان، بيروت: المكتب الإسلامي للنشر
50. مجاني باديس، مرابط فريدة. (2019). نظريات الاتصال (الطبعة الأولى). الجزائر، قسنطينة: ألفا للتوثيق.

51. مُحمَّد أحمد الطيب هيكل. (2002). مهارات إدارة الأزمات والكوارث والمواقف الصعبة. (دون طبعة). القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
52. مُحمَّد الصيرفي. (2002). إدارة الأزمات. (ط 1). الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
53. مُحمَّد الصيرفي. (2008). الإدارة الإستراتيجية (الإصدار ط1). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
54. مُحمَّد الفاتح حمدي، سطوطاح سميرة. (2019). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث (الإصدار طبعة الأولى). دار حامد للنشر والتوزيع.
55. مُحمَّد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار الطبعة الثانية). القاهرة: عالم الكتب.
56. مُحمَّد عبد الحميد. (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت. (طبعة الأولى). القاهرة، القاهرة: عالم الكتب.
57. مُحمَّد عبد الحميد. (2010). البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية (الإصدار طبعة 3). القاهرة: عالم الكتب.
58. مُحمَّد فهمي عبد القادر. (2006). مدخل إلى الإستراتيجية (الإصدار ط1). عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع
59. مصطفى خلف عبد الجواد. (2008). نظرية علم الاجتماع المعاصر (الإصدار دون طبعة). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
60. موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. (دون طبعة). الجزائر: دار القصة.
61. مي عبد الله. (2010). نظريات الاتصال (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: دار النهضة العربية.
62. ناصر مُحمَّد جودة. (1998). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة (الإصدار دون طبعة). عمان: دار مجدلاوي.

63. يونس زيايطة. (2015). مدخل إلى الاتصال الاجتماعي للمؤسسة (الإصدار د. ط). عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

### الأطروحات:

64. أمال أمال. (2010-2011). إستراتيجية الاتصال في المؤسسات السياحية الجزائرية عبر المواقع الإلكترونية دراسة تحليلية وصفية مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3.

65. أودية ناصر. (2019). الإستراتيجية الاتصالية الانتخابية للأحزاب السياسية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال. 200. الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الاتصال جامعة الجزائر 3.

66. بومشعل يوسف. (2018/2019). دور الاتصال السياسي في التنشئة السياسية للشباب الجزائري. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة. قسنطينة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري جامعة قسنطينة 3.

67. بومزبر ليندة. (جوان, 2023). الخطاب الإعلامي نحو القضايا الاجتماعية دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري جامعة قسنطينة 3، كلية الإعلام والاتصال والسمعي بصري، الجزائر

68. بوهلة شهيرة. (2011-2012). إستراتيجية الاتصال ودورها في الأداء التنافسي للمؤسسة- دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر(موبيليس) مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال استراتيجي. كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3، الجزائر

69. تقيّة فرحي. (2017-2018). الصحافة والأزمات تعامل الصحافة المكتوبة الجزائرية مع الأزمات الأمنية أزماتا تيقن تورين وغرداية أنموذج. دراسة تحليلية مقارنة للصحف اليومية أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. 202. الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

70. جعفر بن صالح. (2012-2013). الاتصال السياسي في الجزائر المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الشعب والخبر نموذجاً. أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. وهران، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية.
71. حماني إسماعيل. (2010/2011). التخطيط الاستراتيجي للاتصال ومواجهة الأزمات في المؤسسة. تجربة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز " سونلغاز " كنموذج. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي. الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام. جامعة الجزائر 3.
72. راجحي سليمة. (2008). الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي. دراسة وصفية مقارنة لدورة حزب جبهة التحرير الوطني وحزب العمال، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3.
73. - سعد بن سعود بن مُجَّد بن عبد العزيز آل سعود. (2002). الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي رسالة دكتوراه في الإعلام. السعودية، كلية الدعوة والإعلام.
74. صالح، سهام. (2010/2011). سيناريو اتصالي لإدارة أزمة ما بعد البترول في الجزائر- رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: جامعة دالي إبراهيم الجزائر 3
75. عمران نسرين مُجَّد. (2011). دور الصحافة السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث. دراسة تحليلية لصحف عكاظ والرياض والوطن، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير. في الإعلام والصحافة. كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.الأردن.
76. عيشوش فيدة. (2008-2009). أزمة حوادث المرور والإستراتيجية الاتصالية للمديرية العامة للأمن الوطني. دراسة وصفية استطلاعية. رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 3.

77. فهد علي الناجي. (2012). أثر استراتيجيات الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي دراسة ميدانية على الشركات الصناعية الدوائية البشرية في مدينة عمان الكبرى رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأزمات. كلية إدارة الأعمال: جامعة الشرق الأوسط.
78. كيحل فتيحة. (2019-2020). أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك. قسنطينة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري: جامعة قسنطينة3.
79. مختار جلوي (2016/2017). الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية دراسة تحليلية مقرنة بين جريدتي الخبر والشروق حول أزمة غرداية. رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: جامعة باتنة1.
80. مرزقلال ابراهيم. (2009-2010). إستراتيجية التسويق الإلكتروني للكتاب في الجزائر دراسة تقييمية للمواقع الالكترونية للناشرين مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات. قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
81. مسامح وهيبة. (/20202021). المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية-دراسة تحليلية لبرنامج قمر 2 على قناة MBC1 رسالة دكتوراه ل.م.د في علوم الاعلام والاتصال تخصص اشهار وعلاقات عامة.. سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
82. يامين بودهان. (2002). الاتصال السياسي في الجزائر من خلال نظام اتصال الرسائل المفتوحة دراسة وصفية تحليلية ونسقية للجرائد ك الشعب، الخبر، le Matin رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.

#### المقالات:

83. أمال إسماعيل محمد زيدان. (2020). تقييم النخبة المصرية لإستراتيجية الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا-تقييم مرحلي- مجلة البحوث الإعلامية، 4(54).
84. اللبان شريف درويش. (31 جوان، 2014). الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد رؤى إستراتيجية. مركز إمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2(7).

85. بعون أحمد. (ديسمبر 2016). وسائل الإعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي. مجلة العلوم الاجتماعية، (13)2.
86. بكار أمينة. (2018). الاتصال السياسي وأحداث الربيع العربي بين قيود المفهوم ومتطلبات الممارسة. مجلة المفكر، (13)1.
87. بن سهلة دنيا، شمس ضيات خلفلاوي. (2022). فعالية العلاقات العامة الالكترونية في إدارة أزمة كورونا-دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك. مجلة طنبه للدراسات العلمية الأكاديمية، (2)5.
88. بن طبة محمد البشير. (2015). تحليل المحتوى في بحوث الاتصال. مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، (13)14.
89. بوخزة نبيلة. (2014). الاتصال السياسي نماذج الاتصال السياسي. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (6)15.
90. بودريالة حدة سارة، وقرية معمر. (5 جانفي 2018). منهجية التعامل مع الأزمات من تشخيص الداء إلى وصف الدواء. مجلة دفاتر اقتصادية، (1)9، 457.
91. توفيق بوراس، وأسيا بلخير. (10 جويلية، 2021). إدارة الأزمات الصحية في الجزائر أزمتي كوليرا وكورونا. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، (3)10، 37.
92. ساره فايز عبد المسيح طوس. (ديسمبر 2021). إستراتيجية الاتصال لمنظمة الصحة العالمية لإدارة أزمة covid19 دراسة تحليلية للمؤتمر الصحفي. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (22)2.
93. عبد العالي عبد القادر. (2007-2008). محاضرات النظم السياسية المقارنة). جامعة مولاي الطاهر. سعيدة.
94. عطاء الله أمينة. (2019). الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديد. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، (4)8.
95. علي عجوة نزمين. (يوليو 2020). استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية. مجلة الدراسات

- الإعلامية، 4 (54) -بداني أمينة نزيهة. (2018). الإعلام وإدارة الأزمات. مجلة التدوين(العدد10)، 127.
96. فؤاد جدو. (10 10, 2022). الأمن الصحي وإدارة الأزمات الصحية. مجلة الحقوق والحريات، 10(2)، 7.
97. قاسمي أمال. (2019، ماي). الاتصال ودوره في إدارة الأزمات. قراءة نظرية في النماذج الاتصالية والإدارية. المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد17(28)، 65
98. فهواجي إيمان . (31 ديسمبر، 2015). دور القيادة الإدارية في إدارة الأزمات. مجلة دفاتر اقتصادية، 5(1).
99. مساهل مُجَّد ، العربي بوعمامة. (ديسمبر 2018). الاتصال السياسي في ظل الميديا الجديدة في تجدد المفاهيم والوظائف مقارنة معرفية. مجلة التراث.
100. معمري مروة. (أفريل 2019). وسائل وتقنيات الاتصال السياسي واستخداماتها في إدارة الأزمات السياسية. المجلة الجزائرية للاتصال، 17(25)، 5.
101. معياش ادير. (ماي، 2014). وسال الإعلام وعملية الاتصال السياسي. محلة الدراسات الإفريقية، (1)، 8.
102. مي مجيب. (2021). إعادة قراءة ايستون: قدرة نظرية النظم على التجدد. مجلة كلية لاقتصاد والعلوم السياسية، 22(1)، 128.
103. نضال الحوامدة. (2003). إدارة الأزمة من منظور دراسة الحالة: المنظمة التعاونية الأردنية، دراسة وصفية تحليلية. مجلة جامعة دمشق، 19(1).
104. نحلة نجاح عبد الله العنزلي. (2020). العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد 19، عبر صفحة وزارة الصحة في الفايسبوك للمدة من 2020/3/21 إلى 2020/4/21. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 2(28)
105. هيمي نور الدين. (2017). الخارطة النظرية للبحث في الاتصال السياسي. مجلة البحوث والدراسات الاتصالية، العدد14.

المحاضرات:

106. محمود منى. (2002). دور الاتصال في صناعة القرار السياسي الأمريكي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 16.

107. مقيدش إيمان هاجر. (2020). دور استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات المؤسسية. مقارنة تحليلية وصفية. مجلة الدراسات الإعلامية، 13، 123.

108. هوق كازناف، تعريب: فايزة يخلف. (1995). الاتصال السياسي نماذج الاتصال السياسي. المجلة الجزائرية للاتصال. (5)1211.

المراجع باللغة الأجنبية:

109. Ahmed, F, & Sherin, A. (2020). Government communication strategies during corona virus pandemi-united arab Emirates lessons. journal of health management, 22(4), 16-52.
110. Alain , D., Xavier, L., & Vanessa, W. (2009). stratégie (éd. 2 édition). (p. education, Éd.) france.
111. coombs, & timothy. (2014, 9). institute for public relation. Consulté le 7 2, 2022, sur <https://instituteforpr.org/crisis-management-communications/>.
112. Efstathies, panos, papafragkak, Dafni, & gogosis, k. (2009). Crisis management in the health sector.qualities and characteristics of health crisi mamangement. international journal of caring sciences, 2(2), 45.
113. Gundel, s. (2005). Towardsnew typology of crisis. journal of contingencies, 13(3), 112.
114. Mucceheille, A. (2006). les science de l information et de la communication. paris: hachette supérieur.
115. Newman . Bruce Richard, .. (2004). Political Marketing theory.Research and Application.Handbook of political communication. london, london.

117. Rudwall, J. L. (2010). Crisis Management media S.Perception of crises in organization. 2. Departement of Busnies Administration and Social Sciences.: lulea university of technology.
118. Ruth, & wodak. (2021). crisi communication and crisis management during covid 19. globe discourse, 11(3), 329-353.
119. yusuff, & adebayo adebisi. (2021). Risk communication and community engagement strategies for covid 19 in 13 african countries. health promotion perspective, 11(2), 138-143.
120. A.clair, C. M. (1998, january). Reframing Crisis Management. Academy of Management Review, 23(1), 59.
121. Betteke, v. (2004). The communication grid: an introduction of a model of four communication stratégies. public relation review, 30, 123-143.
122. grégory, p. (1994). Marketing et publicite. (daloz, Éd.) france.
123. philip, k. (1999). Marketing management (éd. 7). paris: pearson education.

المواقع الالكترونية:

124. فيصل براء متين المرعشي. (17، 11، 2017). الموسوعة السياسية. تاريخ الاسترداد 22

ماي 2021، من <https://n9.cl/iao4li>

125. السيد، رحاب. وائل. (2021، أغسطس 5). نظرية النظم لدافيد استون وحاله تطبيقاً"

الواقع الافريقي". تم الاطلاع في 5 ماي 2023، المركز العربي الديمقراطي للدراسات

الإستراتيجية، الاقتصادية السياسية:

<https://democraticac.de/?p=76543>

126. khal, p. (2019, 12 24). avoir la certification facebook pour page pro 2020. Consulté le 9 4, 2024,:

<https://swello.com/fr/blog/certification-facebook>

127. أول دراسة لحالة كورونا ظهرت في الصين في أكتوبر 2019 نشرت في 25 يونيو 2021  
تم الاطلاع بتاريخ 20 مارس 2023

<https://www.skynewsarabia.com/world/1447005>

128. تحليل النظام السياسي عند دافيد ايستون محمد نويري نشرت في الحوار المتمدن 12 /11/2009  
تم الاطلاع بتاريخ 15 فيفري 2023

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=19145>

العلماء

الملحق 01:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

كلية أصول الدين

قسم الدعوة والإعلام والاتصال.

استمارة تحليل المضمون لموضوع:

إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر  
دراسة تحليلية للأزمة الصحية 2020

إشراف أ/ د:

إلياس طلحة

إعداد الباحثة:

الزاهي دنيا

السنة الجامعية: 2025/2024

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

نظرا لم تتمتعون به من علم وخبرة وسمعة أكاديمية مشرفة، فإنني أرجو التفضل بإبداء رأيكم السديد ومقترحاتكم بشأن محاور وموضوعات أداة تحليل المضمون من حيث مدى ارتباط العبارات بالمحور الرئيسي، ومناسبتها لموضوع الدراسة، وصحة صياغتها لغويا، أو وجود ملاحظات أو إضافات ترونها، مع جزيل الشكر وعظيم الامتنان.

بداية أهديكم تحياتي ويطيب لي أن أضع بين أيديكم استمارة تحليل المضمون التي تم تصميمها للتعرف على: إستراتيجية الاتصال السياسي في إدارة الأزمات بالجزائر، دراسة تحليلية لأزمة الصحية 2020.

في محاولة للإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة وهو: ما هي إستراتيجية الاتصال السياسي المعتمدة في إدارة الأزمة الصحية بالجزائر من حيث الشكل والمضمون؟

لا تقيس (الرأي) لماذا	تقيس	العبارات
		عبارات المضمون
		<b>فئة الموضوعات</b>
		➤ مواضيع خاصة بالنشاطات التي تناولت الأزمة: وتضم التقارير اليومية حول حالات الإصابة والاستشفاء
		➤ بيانات صحية (تعازي)
		➤ مؤتمرات وندوات
		➤ لقاءات تقييمية دورية
		➤ خرجات ميدانية
		➤ مواضيع خاصة بالنشاطات المعتمدة للحد من الأزمة: وتضم حملات تحسيسية، حملات تلقيح، تعليمات وإرشادات.
		➤ <b>فئة أساليب الاتصال (الإستراتيجية):</b>
		➤ إستراتيجية الإعلام
		➤ إستراتيجية الإقناع
		➤ إستراتيجية الحوار
		➤ <b>فئة الأهداف:</b>
		➤ الإعلام
		➤ التحسيس
		➤ التحذير
		➤ التعريف بالأزمة
		<b>فئة وظائف الاتصال السياسي</b>
		➤ وظيفة الإخبار

		➤ الرقابة على الحكومة
		➤ التوجيه الرأي العام
		➤ توعية الجمهور
		<b>فئة الفاعلين</b>
		➤ شخصيات سياسية
		➤ أطباء
		➤ رجال الدين
		➤ المجتمع المدني
		➤ وسائل الإعلام
		➤ منظمة الصحة العالمية
		<b>فئة اتجاه تعليق</b>
		➤ مؤيد
		➤ معارض
		➤ محايد
		<b>فئات الشكل</b>
		فئة تصميم واخراج الصفحة: فئة البيانات العامة للصفحة:
		➤ اسم الصفحة
		➤ رابط الصفحة
		➤ الشعار النصي
		➤ علامات التوثيق
		➤ فئة موقع اللافتة في الصفحة
		➤ فئة المعالجة الجرافيكية للافتة.

		➤ فئة الرمز
		➤ فئة العنق: ➤ ملازم لكل الصفحات ➤ يقتصر على بعض الصفحات ➤ يتكون من مجموعة عناوين ثابتة
		➤ فئة الجرافيزم : ➤ انسجام النصوص مع الصور ➤ موقع مثالي للعين ➤ تناسق الألوان ➤ عدد الألوان
		➤ فئة تصميم الصفحة من حيث عناصرك الجاذبية، الصور، الروابط التشعبية، الصور المتحركة، الفيديو، مخطط الموقع ، شرائط الإبحار).
		➤ فئة الصور
		➤ صور شخصية
		➤ صور مرتبطة بالحدث
		➤ صور إخبارية
		فئة الخدمات التقنية
		➤ روابط تجميل إلى مواقع التواصل الاجتماعي
		➤ نظام التصويت
		➤ خدمة RSS
		➤ التفاعلية
		فئة أشكال التفاعلية

		➤ تعليق
		➤ إعجاب
		➤ مشاركة
		فئة الفنون الصحفية
		➤ التقرير الصحفي الإلكتروني
		➤ الخبر الصحفي الإلكتروني
		➤ المقال الصحفي الإلكتروني
		فئة اللغة
		➤ لغة عربية
		➤ لغة فرنسية
		➤ لغة أمازيغية
		➤ لغة مختلطة (مزيج بين لغتين)
		فئة أساليب النشر
		➤ نص
		➤ صورة
		➤ فيديو
		➤ نص + صورة
		➤ نص + فيديو

الملحق 02: التعاريف الإجرائية

فئات ماذا قيل: "المضمون"

1- فئة المواضيع: نقصد بها المنشورات الخاصة بالأزمة الصحية (كورونا) 2020 التي تم نشرها بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية وتضم هذه الفئة الفئات التالية:

-مواضيع الخاصة بالنشاطات المعتمدة في تغطية الأزمة: وتشمل: تقارير اليومية حول حالات الإصابة ، الشفاء، الوفيات، خرجات ميدانية، لقاءات تقييمية دورية، ندوات ومؤتمرات، بيانات صحية(تعازي)

-مواضيع الخاصة بالنشاطات المعتمدة للحد من الأزمة وتضم: حملات تحسيسية، حملات تلقيح، تعليمات وإرشادات.

2- فئة أساليب الاتصال: نقصد بها مجموع الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدها وزارة الصحة الجزائرية من خلال صفحتها على موقع الفيسبوك وتمثل في:

- إستراتيجية الإعلام: يشمل النشاطات اليومية التي تنشرها وزارة الصحة عبر صفحتها على موقع الفيسبوك زيارات ميدانية، تقارير يومية... الخ.
- إستراتيجية الحوار: تتلخص إستراتيجية الحوار في اللقاءات الدورية من قبل وزير الصحة لمختلف المؤسسات.
- إستراتيجية الإقناع: تقوم هذه الإستراتيجية على استخدام الانفوجرافيك والصور والخرائط البيانية، الفيديو وغيرها من المواد التفاعلية البصرية التي تغني عن الكلمات الكثيرة، وهو ما اعتمده وزارة الصحة الجزائرية في منشوراتها لتبسيط المعلومة وإقناع الجمهور المستهدف بتعليمات الوزارة وكذا أخذ اللقاح.

3- فئة الأهداف: نقصد بها الغاية التي تسعى وزارة الصحة إلى تحقيقها من خلال ما تبثه من منشورات خاصة بالأزمة الصحية عبر صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك وتمثل في:

➤ الإعلام:

- نقصد بها جميع المواد المنشورة في الصفحة عينة الدراسة التحليلية والتي تقوم بالدرجة الأولى على تبليغ وإعلام الجمهور بمستجدات الأزمة وتمثل في تقارير اليومية حول حالات الإصابة والاستشفاء والوفيات، إعلانات الحجر المنزلي.

- التحسيس: هي جميع الوسائل التي تتخذ للحد من انتشار فيروس كورونا وتمثل في حملات التحسيس بمدى إلزامية احترام الإجراءات الوقائية ، حملات التقليل .
- التحذير: نقصد بها مجموع التنبيهات التي تقوم وزارة الصحة الجزائرية بتوجيهها إلى متابعيها عبر صفحتها الرسمية على موقع الفيس بوك.
- التعريف بالأزمة: نقصد بها مجموع المعلومات والحقائق المتعلقة بأزمة كوفيد 19 التي تقوم وزارة الصحة الجزائرية بتزويدها للجمهور عبر صفحتها الرسمية. وتمثل عموما في معلومات تتعلق بالوباء من التعريف به وكيفية الوقاية منه.

4-فئة وظائف الاتصال السياسي: يتحدد مفهوم الوظائف هنا في مجموع السلوكيات التي تسعى وزارة الصحة الجزائرية الى غرسها في الجمهور المتلقي من خلال صفحتها على موقع الفيسبوك وتمثل في:

- وظيفة الإخبار: وتشمل كافة المواضيع المتعلقة بالأزمة الصحية المنشورة بالصفحة من تقارير يومية حول حالات إصابة والاستشفاء، الوفيات، نشاطات.
- الرقابة على الحكومة: وتمثل في سلسلة اللقاءات الدورية والتقييمية التي نظمتها وزارة الصحة لفائدة المؤسسات التربوية والمستشفيات وكافة القطاعات للوقوف على مدى الالتزام بتعليمات الوقائية ومعرفة مختلف المشاكل التي تواجهها المؤسسات.
- توجيه الرأي العام: من خلال توظيف الشخصيات المؤثرة من ممثلين وفنانين والخبراء كالأئمة في منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة من أجل ضمان ترسيخ المعلومات الوقائية وجذب الجمهور.
- توعية الجمهور: من خلال سلسلة الحملات التحسيسية وحملات التلقيح التي شهدتها مختلف القطاعات وكذا مناطق الظل وذلك من خلال تقديم جملة من الإرشادات والنصائح حول الفيروس وكيفية التعامل معه.

5-فئة الفاعلين: وتهتم هذه الفئة بالتركيز على أهم القوى الفاعلة والشخصيات الأساسية التي تظهر في المحتوى الذي تنشره وتذيعه وزارة الصحة الجزائرية عبر صفحتها بموقع الفيس بوك وتضم: المجتمع المدني، أطباء، شخصيات سياسية، رجال الدين، وسائل الإعلام، منظمة الصحة العالمية

6-فئة اتجاه تعليقات الجمهور بالصفحة:

اتجاه مؤيد، معارض، محايد.

### فئات (كيف قيل) الشكل:

ويقصد بها تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي لمضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية محل الدراسة الناشطة عبر موقع الفاييس بوك، ولأجل التحديد السليم لهذه الفئات تم الاعتماد على شبكات تحليل الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية بعد تكييفها مع تساؤلات الدراسة وأهدافها، ومنه تم ضبط فئات الشكل الخاصة بدراسة على النحو التالي:

➤ فئة تصميم واخراج الصفحة: وتتمثل في كل ما يتعلق بشكل الصفحة عينة الدراسة من حيث التصميم والإخراج الذي يتضمن: ، اللغة المستخدمة وكذا الخدمات التقنية المقدمة، عناصر الولوج وغيرها. اللافتة، الصور

➤ فئة البيانات العامة للصفحة: وتشمل هذه الفئة كل ما يتعلق بطريقة وشكل تقديم هذه الصفحة للمتصفح وتضم: تاريخ إنشاء الصفحة عينة الدراسة التحليلية، الرابط الخاص بها، وكذا الشعار النصي الخاص بها.

➤ موقع اللافتة في الصفحة: وسط رأس الصفحة، يمين رأس الصفحة، يسار رأس الصفحة، أسفل الصفحة) بالعادة هذه هي الوضعيات التي تتخذها اللافتة بالصفحات وتختلف بطبيعة الحال من صفحة إلى أخرى حسب الخط الافتتاحي ومضمون الصفحة.

➤ فئة المعالجة الجرافيكية للافتة في الصفحة: من حيث المساحة واللون

➤ الرمز (logo) :

➤ فئة تصميم الصفحة من حيث عناصر : الجاذبية، الصور، الصور المتحركة الفيديو، الفيديو المباشر، الروابط التشعبية، مخطط الموقع، شريط الإبحار.

➤ فئة الصور: وتشمل هذه الفئة معرفة طبيعة كل الصور التي يتم توظيفها في المنشورات الخاصة بالصفحة عينة الدراسة من حيث: صور شخصية، صور مرتبطة بالحدث، صور إخبارية.

➤ فئة العنق: ونعني به ذلك الحيز الذي يفصل بين رأس الصفحة وجسم الصفحة والمراد به معرفة حالة العنق في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عينة الدراسة.

➤ فئة الولوج: يقصد بها مدى إمكانية الوصول إلى الصفحة وكذا التحقق من تواجدها من خلال البريد الإلكتروني الخاص بها أو رقم هاتف صالح.

➤ فئة اللغة: ونقصد بها لغة التحرير في الصفحة محل الدراسة تهدف هذه الفئة إلى التعرف على طبيعة اللغة التي كتبت بها المواضيع الخاصة بالأزمة الصحية من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية عبر صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتضم الفئات الفرعية التالية: اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللغة الانجليزية، اللغة الأمازيغية، لغة مختلطة.

➤ فئة القرافيزم: تتناول هذه الفئة مدى انسجام الصور مع النصوص والمحتويات

➤ فئة الخدمات التقنية: تدرس هذه الفئة مختلف الخدمات التقنية التي تتيحها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفاييس بوك من حيث:  
➤ روابط تحيل إلى مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، خدمة "RSS" نظام التصويت، التفاعلية.

➤ فئة أشكال التفاعل: تخص الفئة بدراسة شكل تفاعل الجمهور مع المضامين الخاصة بالأزمة المعروضة بالصفحة وذلك من خلال: التعليق، الإعجاب، المشاركة.

➤ فئة القوالب الصحفية: وتضم الخبر الإلكتروني، التقرير الإلكتروني، مقال الإلكتروني، الحديث الصحفي الإلكتروني.

➤ فئة أساليب النشر: ونقصد بها شكل عرض المحتويات بالصفحة وتضم: نص، صورة، نص + صورة، نص + فيديو، فيديو.

الملحق 03: عينة من الصور الخاصة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

ملحق أ: صور بروفایل الصفحة.



ملحق ب:

facebook.com/SanteDZA/videos/657622124812053

Ministère de la santé  
Algérie وزارة الصحة الجزائرية  
2 mars 2020 · 🌐

حملة ذات منفعة عامة - مكافحة فيروس  
الكورونا COVID-19

👍 982 🗨️ 408 K

J'aime Commenter Partager

Commentaires Masquer

Plus pertinents ▾

Shihab Saleh  
أن شاء الله  
J'aime Répondre 3 ans

Mohamad Ali  
Muhammad A Takatka  
J'aime Répondre 3 ans

Afficher 33 autres commentaires

Écrivez un commentaire...

0:06 / 0:50

02:29  
04/08/2023

ملحق ت:



ملحق ث:



ملحق ج:

facebook.com/SanteDZA/photos/pb.100069198160180...2207520000/233629394714040/?type=3

Ministère de la santé Algérie وزارة الصحة الجزائرية  
9 avril 2020 · 🌐

الخميس 09 أبريل 2020  
تبادل الخبرات بين الخبراء الجزائريين و نظرائهم الصينيين باستعمال تقنية التناظر عن بعد.

ترأس صبيحة اليوم الخميس 09 أبريل 2020 بمقر الوزارة الأستاذ عبد الرحمان بن بوزيد، وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات والدكتور عبد الرحمان جمال لطفي بن باحمد، الوزير المنتدب المكلف بالصناعة الصيدلانية، لقاء جمع خبراء من المركز الصيني للمراقبة والوقاية من الأمراض و نظرائهم الجزائريين.

وقد جرى اللقاء، باستعمال تقنية التناظر المرئي عن بعد.

En voir plus ...  
اللقاء شارك فيه عدة خبراء ع...  
عاشور شباحة.

4 K 247 304

J'aime Commenter Partager

Plus pertinents

Écrivez un commentaire...

14:45 05/08/2023

ملحق ح:

facebook.com/SanteDZA/videos/1024124218382502

4 mai 2021 · 🌐

115 12 6 K

J'aime Commenter Partager

Commentaires Masquer

Plus pertinents

أبو لوي عبد الحليل  
الجزائر الجديدة أراها لكم رجوعونا القديمه  
نعينا من البحث على كيس الخليب ولتر  
الزيت. حسينا الله ونعم الوكيل

J'aime Répondre 2 ans

Djamel Zahzouh  
Algérie nouvelle vous dites , ou sont  
les doses de vaccins Spoutnik et  
Corona importés , ils ont été  
transférés à la Mauritanie polisarrio  
et Tunisie au détriment de la santé  
du peuple Algérien , c est ça votre  
Algérie nouvelle , laissez ... En voir  
plus

J'aime Répondre 2 ans

Afficher 9 autres commentaires

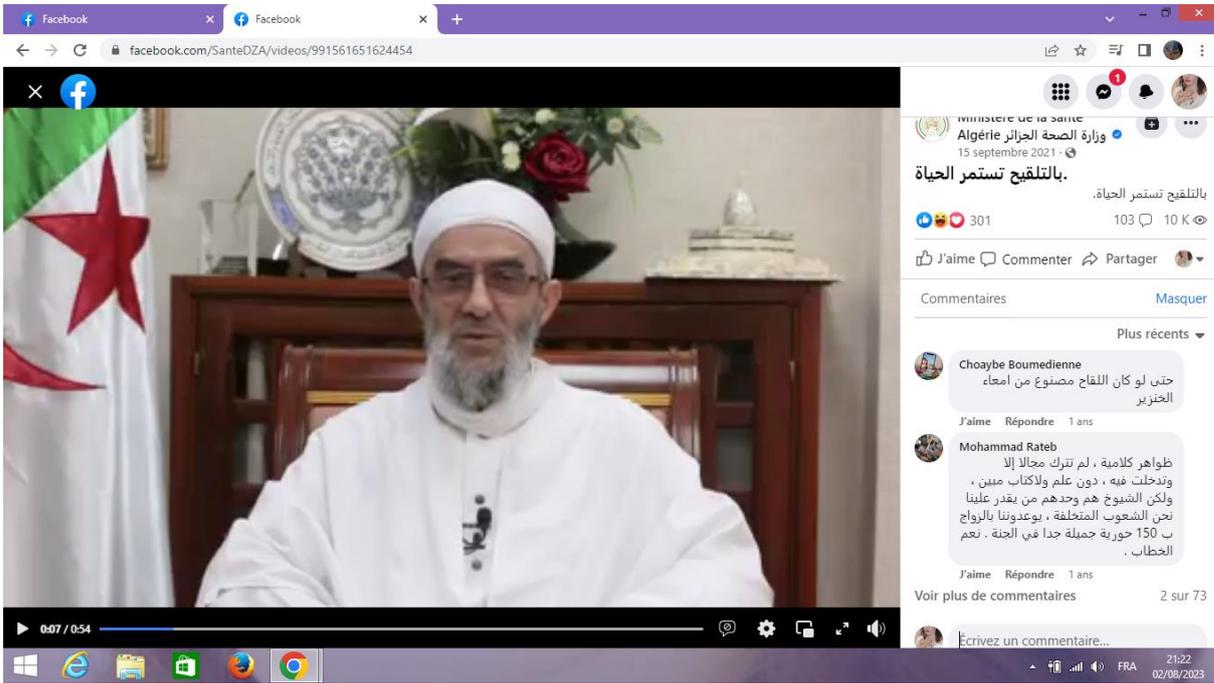
Écrivez un commentaire...

22:18 02/08/2023

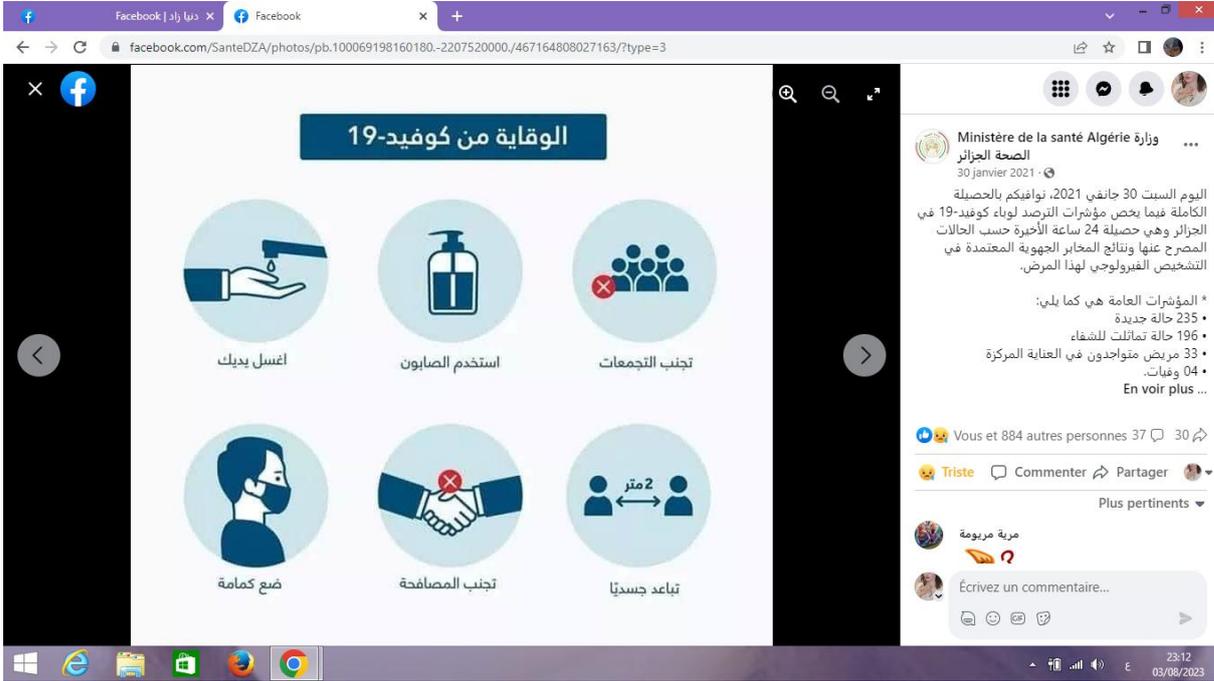
ملحق خ:



ملحق د:



ملحق ذ:



ملحق ر:



ملحق ز:

Ministère de la santé Algérie وزارة الصحة الجزائرية  
9 juillet 2020 · 🌐

المحطة الثانية في زيارة السيد وزير الصحة إلى ولاية بسكرة، المؤسسة العمومية للصحة الجوارية لبلدية سيدي عرفة.

933 56 15

J'aime Commenter Partager

Plus pertinents

ابونواس العربي  
زيارة رفيع التجميد عن مشروع بلغ من العمر عتيا، أما الباقي فعلى أبناء الدوار أن يتخذوا الهمم ويشمروا على السواعد لوقف تزييف شهابنا الذي بدغته يوما ولا تنتظروا آيت مساعدة من أي جهة تا ربي نقومو رواهم والله المستعان

J'aime Répondre 3 ans

توفيق كاشم  
واش،دار

Écrivez un commentaire...

ملحق س:

Ministère de la santé Algérie وزارة الصحة الجزائرية  
11 février 2021 · 🌐

تعزية و مواساة  
بنالغ الحزن و الأسى تلقى البروفيسور عبد الرحمان بن بوزيد، وزير الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات، نبأ وفاة شقيقة البروفيسور مصباح اسماعيل، الوزير المنتدب المكلف بإصلاح المستشفيات، طيب الله تراها، و بهذه المناسبة الأليمة يتقدم وزير الصحة، أصالة عن نفسه و نيابة عن كافة إطرارات و مستخدمي الوزارة، بخالص التعازي و أصدق المواساة لعائلة الفقيدة، متضرعا للمولى عز و جل أن يتعمد روحها برحمته الواسعة و يدخلها فسيح جناته و يلهم أهلها و ذويها جميل الصبر و السلوان.

642 137 18

J'aime Commenter Partager

Plus pertinents

Nourredine Zeghache  
الله برحمها ويعفر لها ويسكنها فسيح جناته ويلهم أهلها وذويها الصبر

Écrivez un commentaire...



People's Democratic Republic of Algeria  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
Amir Abd-el-Kader University of Islamic Sciences Constantine



Faculty of THEOLOY

Department Of: Daawa Media and  
Communication

Ordinal Number.....

Specialty: science of information  
and communication

Identification Number.....

## Political Communication Strategy in Crisis Management in Algeria

### An Analytical Study of the 2020 Health Crisis

This is submitted for academic doctoral LMD  
in: Specialty: science of information and communication

Elaborated by the student  
dounia zahi

Supervised by Doctor  
talha lyes

#### The discussion jury members

Name and First Name	Function	Scientific Rang	Original University
Labeled saliha	Moderator	Assistant professor	Emir Abd elkader University Constantine.
Ilyes Talha	Supervisor and reporter	professor	Emir Abd elkader University Constantine
Adel Djerboua	Discussingmember	Professor	Salah Boubnider University Constantine3
Liela Fercha	Discussingmember	Assistant professor	Emir Abd Elkader University Constantine
Nouredine Mebni	Discussingmember	Professor	Mohamed Lamine Debaghine University Setif 2
Hiba chaoua	Discussingmember	Assistant professor	Mohamed Elbachir Elbachir Elibrahimi university- Borj Bouaririj

University year: 1446 -1447h / 2024-2025