



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 03 صالح بونيدر

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي.....

رقم التسجيل.....

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الاتصال الاقناعي في حملات التوعية الصحية الجزائرية خلال

جائحة كوفيد-19- عبر موقع الفيس بوك

دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة و الـ كان و اصلاح

إشراف:

د. سميرة بوشعالة

إعداد:

- سخري ماجدة

السنة الجامعية: 2021/2020

دورة جوان

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
/	ملخص الدراسة
/	ملخص الدراسة باللغة العربية
/	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية
/	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
/	مقدمة
/	الفصل الأول: موضوع الدراسة و اطارها المنهجي.
13-14	1- الاشكالية
14-15	1-1- منظور الدراسة
15-17	1-2 الدراسات السابقة
17-22	1-3 مفاهيم الدراسة
22-28	2- الاجراءات المنهجية
22-25	2-1 منهج الدراسة
25	2-2 أدوات الدراسة
26-27	2-3 عينة الدراسة.
28	2-4 مجالات الدراسة (لمحة عن جائحة كوفيد-19)
30-45	الفصل الثاني: الاتصال الاقناعي
31	1- مفهوم الاتصال الاقناعي
31-33	2- عناصر العملية الاقناعية
33-38	3- الاستمالات الاقناعية في الرسالة
38-42	4- استراتيجيات الاتصال الاقناعي
43-45	5- أساليب الاتصال الاقناعي
46-50	الفصل الثالث: حملات التوعية الصحية
47	1- مفهوم حملات التوعية الصحية
48	2- أهداف حملات التوعية الصحية
49	3- أهمية حملات التوعية الصحية
50	4- وسائل و أساليب حملات التوعية الصحية

50	5- الجهات المسؤولة عن التوعية الصحية
51-62	الفصل الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي.
52	1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
52-54	1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
54-56	1-2- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
56	2- الفيس بوك
57	1-2- تعريف الفيس بوك
57-58	2-2- نشأة موقع الفيس بوك
59	2-3- خصائص موقع الفيس بوك
60	2-4- تطبيقات الفيس بوك(الصفحات نموذج)
61	2-4-1- مكونات صفحات الفيس بوك
62	2-4-2- وظائف صفحات الفيس بوك
62-99	الفصل الخامس: تحليل مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان و اصلاح المستشفيات.
63-75	1- التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل(كيف قيل)
75-97	2- التحليل الكمي و الكيفي لفئات المضمون(ماذا قيل)
98-99	3- نتائج الدراسة التحليلية
101-102	الفصل السادس: مناقشة نتائج الدراسة
101	1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
102	2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء منظور الدراسة
102	3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
104	خاتمة
104-105	قائمة المراجع
105-124	الملاحق

ملخص الدراسة باللغة العربية :

- تبحث هذه الدراسة في الاتصال الاقناعي في حملات التوعية الصحية الجزائرية خلال جائحة كوفيد-19- عبر موقع الفيس بوك و أخذت حالة الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان و اصلاح المستشفيات نموذجا من خلال تحليل منشوراتها.
- انطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي كيف برز الاتصال الاقناعي في حملات التوعية الصحية الجزائرية خلال جائحة كوفيد-19- عبر موقع الفيس بوك، و أسئلة فرعية مفادها - ماهي الاستراتيجيات الاقناعية التي وظفتها الحملات التوعوية الصحية عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة خلال جائحة كوفيد-19-؟
  - ماهي الاساليب الاقناعية التي وظفتها حملات التوعية الصحية عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة خلال جائحة كوفيد-19-؟
  - ماهي الاستمالات الاقناعية الأكثر استخداما في حملات التوعية الصحية عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة خلال جائحة كوفيد-19-؟
- و نظرا لطبيعة الموضوع اعتمدت الطالبة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل مضمون و ذلك بتحليل مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان و اصلاح المستشفيات.
- قسمت الدراسة الى ست فصول تناقشت فيها الاطار المنهجي و الفصول النظرية المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي و الاتصال الاقناعي و حملات التوعية الصحية اضافة الى الفصول التطبيقية المتعلقة بتحليل المضمون و النتائج الكمية و الكيفية و مناقشتها.
- خرجت الدراسة بنتيجة أن الاتصال الاقناعي برز في حملات التوعية الصحية الجزائرية خلال جائحة كوفيد-19- عبر موقع الفيس بوك من خلال توظيف استمالات عقلية باستخدام استراتيجية سيكودينامية و ذلك بنقل معلومات منطقية تؤثر على العوامل الادراكية لدى الجمهور و ذلك باتباع أسلوب اقناعي في حملاتها التوعوية و هو وضوح الأهداف.

### **Résumé de l'étude :**

Cette étude examine la communication persuasive dans les campagnes algériennes de sensibilisation à

la santé pendant la pandémie Covid-19- via le site Facebook, et j'ai pris le cas de la page officielle du ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme hospitalière comme modèle en analysant ses publications.

- L'étude est partie d'une question principale, comment la communication de persuasion a-t-elle émergé dans les campagnes algériennes de sensibilisation à la santé pendant la pandémie de Covid-19 via Facebook, et des sous-questions qui stratégies de persuasion employées par les campagnes de sensibilisation à la santé via la page officielle du ministère de la Santé pendant la pandémie de COVID-19 ?

Quelles sont les méthodes de persuasion employées par les campagnes de sensibilisation à la santé via la page officielle du ministère de la Santé pendant la pandémie de COVID-19 ?

Quelles sont les sollicitations persuasives les plus couramment utilisées dans les campagnes de sensibilisation à la santé via la page officielle du ministère de la Santé pendant la pandémie de COVID-19 ?

En raison de la nature du sujet, l'étudiant s'est appuyé sur l'approche analytique descriptive à l'aide d'un outil d'analyse de contenu en analysant le contenu de la page officielle du ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme hospitalière.

L'étude a été divisée en six chapitres dans lesquels le cadre méthodologique et les chapitres théoriques liés aux sites de réseaux sociaux, à la communication persuasive et aux campagnes de sensibilisation à la santé ont été discutés, en plus des chapitres pratiques liés à l'analyse de contenu et aux résultats et discussions quantitatifs et qualitatifs

L'étude est sortie avec le résultat que la communication persuasive a émergé dans les campagnes algériennes de sensibilisation à la santé pendant la pandémie de COVID-19 via Facebook en employant la sollicitation mentale à l'aide d'une stratégie psychodynamique en transmettant des informations logiques qui affectent les facteurs cognitifs du public en suivant une méthode persuasive dans ses campagnes de sensibilisation et C'est la clarté des objectifs.

ملخص الدراسة باللغة الانجليزية:

**Study summary:**

This study examines persuasive communication in Algerian health awareness campaigns during the pandemic

Covid-19- via the Facebook website, and I took the case of the official page of the Ministry of Health, Population and Hospital Reform as a model by analyzing its publications.

- The study started from a main question, how did persuasion communication emerge in Algerian health awareness campaigns during the Covid-19 pandemic via Facebook, and sub-questions that

What are the persuasive strategies employed by health awareness campaigns through the official page of the Ministry of Health during the COVID-19 pandemic?

What are the persuasive methods employed by health awareness campaigns through the official page of the Ministry of Health during the COVID-19 pandemic?

What are the most commonly used persuasive solicitations in health awareness campaigns through the official page of the Ministry of Health during the COVID-19 pandemic?

Due to the nature of the subject, the student relied on the descriptive analytical approach using a content analysis tool by analyzing the content of the official page of the Ministry of Health, Population and Hospital Reform.

The study was divided into six chapters in which the methodological framework and theoretical chapters related to social networking sites, persuasive

communication and health awareness campaigns were discussed, in addition to the practical chapters related to content analysis and quantitative and qualitative results and their discussion.

The study came out with the result that persuasive communication emerged in Algerian health awareness campaigns during the COVID-19 pandemic via Facebook by employing mental solicitation using a psychodynamic strategy by transmitting logical information that affects the cognitive factors of the public by following a persuasive method in its awareness campaigns and It is clarity of objectives.