

## التناول الإعلامي لموضوع التوعية الصحية بأخطار كوفيد 19 في القنوات الفضائية الجزائرية-دراسة تحليلية -

### *The Content of health awareness campaigns about covid 19 on Algerian satellite channels*

شفيعة شيبين

جامعة البليدة 02 (الجزائر)، wafasarah2016@gmail.com

تاريخ النشر: 10 / 07 / 2021

تاريخ القبول: 09 / 07 / 2021

تاريخ الاستلام: 08 / 05 / 2021

#### ملخص:

يهدف هذا المقال العلمي لتقييم فعالية الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية والتي اطلقتها وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات، لتحقيق التوعية الصحية بخطورة وباء كورونا بين أفراد المجتمع. ومن أجل اجراء هذه الدراسة، قامت الباحثة بالاعتماد على المنهج المسحي عن طريق التعيين، من خلال اختيار حملتين تبثهما في كل من قناة القرآن الكريم وكذا قناة الشروق TV، وكذا استخدام تحليل المحتوى كأداة أساسية لتحليل مضمون تلك الحملات، وتم الخروج في الأخير إلى بعض النتائج نذكر منها عدم التنوع في الموضوعات التي تعد مهمة في التوعية الصحية اخطار الفيروس التاجي وضعف استخدام الحملتين الإعلاميتين لاستمالات الاقناع بشقيها العقلي والعاطفي.

الكلمات المفتاحية: أساليب إقناعية، توعية صحية، حملات إعلامية، قنوات فضائية، كوفيد 19.

#### Abstract:

This scientific article aims to evaluate the effectiveness of media campaigns on Algerian satellite channels launched by the Ministry of Health and Hospital Reform, to raise awareness about the dangers of the Coronavirus among members of society. In order to conduct this study, the researcher relied on the survey method through appointment, by selecting two campaigns that were aired on both the Quran channel and the Chorouk TV channel as well as using the content analysis tool as a basic tool to analyze

The content of these campaigns. Thus, we have reached the following conclusions as failure to diversify into topics that are important for health awareness the dangers of the coronavirus and Twice the use of two media campaigns to appeal to the mental and emotional parts of the campaign.

**Keywords:** covid 19, Health Awareness, Media Campaigns, Persuasive methods, Satellite Channels.

## I. مقدمة

لقد شهدت البشرية منذ زمن بعيد العديد من الأوبئة الفتاكة التي تسببت في إبادة الملايين من البشر سواء كانت محلية، أو إقليمية، أو عالمية، وتسببت بأزمات استغرقت جاوز الأثار التي خلفتها مدة طويلة من الزمن، كوباء " الطاعون الدبلي" أي "الموت الأسود" الذي ضرب العالم خلال عامي 1347م و1351م وتسبب في هلاك ما يقارب 200 مليون من الأشخاص، وكذا وباء " الأنفلونزا الإسبانية " عام 1918م و1919م، والذي تسبب هو الآخر في وفاة حوالي 60 مليون شخصا عبر العالم، ووباء انفلونزا الخنازير في 2009م ووباء ايبولا في 2014م. وفي الوقت الحالي يعيش العالم أحداث فيروس كورونا الجديد الذي ظهر أولا في مدينة " وهان الصينية، وأصاب حتى شهر جويلية 2020م أكثر من 11.7 مليون شخص، وتسبب في وفاة ما يزيد على 541 إنسانا في مختلف أنحاء العالم.

واستدعت هذه الوضعية الطارئة وضع استراتيجيات تهدف للتصدي للجائحة. ومن بين ما تم التركيز عليه هو تصميم حملات إعلامية تحمل أهدافا تثقيفية وتوعوية للأفراد، وإعلامهم بالكيفية التي يتعاملون بها مع هذا الوباء الجديد وهو الطريق الذي نهجته الجهات المعنية في الجزائر من خلال قيامها بالتخطيط لتخصيص حملات إعلامية تتمحور حول موضوع التوعية الصحية للأفراد بأخطار الجائحة، وحثهم على ضرورة المشاركة في محاربتها، بالاستعانة بالقنوات الفضائية الجزائرية، التي تلعب دورا فعالا في تحقيق هذا المسعى لاعتمادها في بث برامجها على وسيلة التلفزيون الذي يجمع بين الصورة والصوت، مما يتيح إمكانية التأثير الفعال على الجمهور.

من أجل ذلك، قمنا من خلال هذه الدراسة بمحاولة تحليل مضمون بعض النماذج للحملات الإعلامية التي صممت خصيصا لمواجهة الفيروس التاجي، والمتمثلة في حملة إعلامية برمجتها قناة القرآن الكريم وأخرى في قناة الشروق tv، من أجل تقييم فعاليتها في تحقيق التوعية الصحية بخطورة الوباء الجديد.

## II - منهجية الدراسة:

## 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

لقد أدت الظروف الجديدة التي فرضها فيروس كوفيد 19 في ضرورة تكييف الأفراد معها من أجل ضمان الحياة، ولتحقيق هذا المسعى لابد من وضع استراتيجية تهدف إلى توعية المواطن بطرق التعامل مع الوباء الفتاك عن طريق تغيير أنماطه الفكرية والسلوكية، ودفعه نحو المشاركة الفعالة للتصدي للجائحة التي هزت العالم بأسره. وتعتبر الحملات الإعلامية من بين الاستراتيجيات التي تحمل على عاتقها مسؤولية ترويج الأفكار الهادفة إلى تغيير الاتجاهات وتعديل السلوك، تجاه الكثير من المشكلات والأزمات التي تشهدها المجتمعات المحلية والعالمية. وهذا ما قامت به الجهات المسؤولة في الجزائر التي سارعت منذ بداية الوباء إلى تصميم حملات إعلامية والاستعانة بالقنوات الفضائية من أجل ترويج مضمونها وإيصاله إلى المواطن، باعتباره المحور الرئيسي الذي يجب التركيز عليه، لتحقيق مسعى التكاثر من أجل محاربة هذا الوباء العالمي بشتى الطرق. وتعد قناتي القرآن الكريم وقناة الشروق tv من بين القنوات التي اهتمت ببث بعض حملات التوعية الصحية وترويج مضمونها طيلة

فترة الحجر الصحي الذي دخل حيز التأسيس منذ بداية شهر مارس من العام الجاري. حيث تم إجراء هذه الدراسة من أجل التعرف على الجوانب التي تطرق إليها مضمون تلك الحملات، من خلال طرح التساؤل المحوري التالي: ما هو مضمون حملات التوعية الصحية الخاصة بوباء كوفيد 19 في قناة القرآن الكريم وقناة الشروق tv؟

وللإجابة على التساؤل المحوري قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الموضوعات التي تطرقت إليها حملات التوعية الصحية الخاصة بكوفيد 19 قناتي القرآن الكريم والشروق tv؟

- ما هي الأهداف التي تسعى هذه الحملات إلى تحقيقها؟

- ما هي الإستراتيجيات الإقناعية التي اعتمدت عليها حملات التوعية الصحية في القناتين لإقناع الجمهور بخطورة الوباء؟

- من هو الجمهور المستهدف من حملات التوعية الصحية الخاصة بـ"كوفيد 19" في قناتي القرآن الكريم والشروق tv؟

2- أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على حجم اهتمام كل من وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات، باعتبارها الجهة الرسمية التي اهتمت بتصميم هذه الحملات، وكذا القنوات الفضائية الجزائرية سواء كانت عامة أو خاصة في إبلاغ رسالتها الصحية للجمهور، ومدى قدرتها على توعية هذا الأخير بخطورة الوباء التاجي (كوفيد 19).

- التعرف على مختلف مضامين الحملات التحسيسية حول كوفيد 19 في القنوات الفضائية الجزائرية التي تمكنا من الحصول على برامج بثها، طيلة فترة الحجر الصحي الذي دخل حيز التنفيذ أوائل شهر مارس 2019م.

- لفت انتباه الجهات المعنية بإطلاق الحملات الإعلامية المتعلقة بالتوعية الصحية، إلى ضرورة تكييفها مع الظروف السائدة من خلال الإلمام بمختلف الجوانب التي تشكلها، خاصة وقت الأزمات.

3- تحديد مفاهيم الدراسة: ترتبط الدراسة بمجموعة من المفاهيم الأساسية التي لا بد من تحديدها للتحكم في رواق التحليل، ويتعلق الأمر بما يلي:

### 1-3 الحملات الإعلامية:

تعرف الحملة بأنها "سلسلة من الإعلانات المتناسقة تستخدم موضوعا أو مسألة محددة، وتخطط لإنجاز هدف معين. وقد تكون محلية أو وطنية وتستغرق مدة زمنية معينة، ويرى "Michel Le Net" أن الحملة الإعلامية عمل فني يستخدم كل أساليب ووسائل الاتصال، وهذا العمل جدي ومنضبط يمر بمراحل معينة مرتبطة وفق خاصيتين أساسيتين (بوخيزة، 2006-2007، صفحة 256):

- أن تستهدف جمهورا معينا

- أهمية التركيز التواصل والاستمرار في الإعداد.

ومن الناحية الإجرائية، تعد الحملات الإعلامية سلسلة من الأنشطة الاتصالية المخططة التي تبثها القنوات الفضائية الجزائرية بغرض توعية الجماهير بخطورة وباء كورونا وتوعيتهم بمختلف الإجراءات والتدابير الوقائية من أجل تجنب الإصابة به والتخفيف من حدة انتشاره.

### 2-3 التوعية الصحية:

تعرف التوعية الصحية بأنها " مجموعة من الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لاطلاع الناس على واقع الصحة، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع وثقافته(عثمان،، 2018، صفحة 25).

ونقصد بالتوعية الصحية في دراستنا - هذه هي عملية إكساب الفرد عادات وسلوكيات صحية سليمة، في حياتهم اليومية للوقاية من الإصابة بفيروس كوفيد 19، عن طريق بث الحملات الإعلامية التحسيسية بالقنوات الفضائية الجزائرية.

### 4- منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بتحليل العلاقات والظروف القائمة والممارسات الشائعة ووجهات النظر والقيم والاتجاهات عند الناس، والعمليات الجارية والتأثيرات التي يستشعرها الأفراد، والتيارات والاتجاهات الأخذة في النمو. ويهتم هذا النوع من البحوث في بعض الأحيان بدراسة العلاقة بين ما هو كائن وبين الأحداث السابقة التي تكون قد أثرت في تلك الأحداث والظروف (أبراش، دون سنة، صفحة 151).

ومن أجل إجراء هذه الدراسة التي تحمل عنوان " مضمون حملات التوعية الصحية حول كوفيد 19 بالقنوات الفضائية الجزائرية"، ارتأينا استخدام المنهج المسحي الذي يعرف بأنه " أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية، ويتناول الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة وفي مكان معين متناولا أشياء موجودة بالفعل وفي الوقت الحاضر، وقد يكون شاملا لجميع مفردات المجتمع (مسح شامل)، أو يكون لعدد محدود (المسح عن طريق التعيين). وقد قمنا بتوظيف المنهج المسحي من خلال هذه الدراسة عن طريق مسح عينة من الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية الصحية من أجل تحسيس المواطن بضرورة مكافحة الفيروس التاجي، باتخاذ الإجراءات الوقائية اللازمة أي اعتمدنا على المسح عن طريق المعاينة. كما اعتمدت الباحثة على أسلوب المعالجة الإحصائية من خلال تبويب البيانات النظرية في شكل جداول كمية أي إحصائية والتعليق عليها.

5- أدوات الدراسة: اعتمدت الباحثة في إجراء هذه الدراسة على أداة تحليل المحتوى التي تعرف بأنها " ذلك الأسلوب البحثي المستخدم في عمل استدلالات معينة عن مادة إعلامية عن طريق تحديد تلك المادة بشكل موضوعي."(النقيب، 2002، صفحة 144) وعرفه محمد عبد الحميد على أنه " أداة تبحث عن العلاقات الفكرية غير الواضحة وغير الظاهرة والكشف عنها بأسلوب علمي، مع محاولة كشف ما وراء النص من عملية كامنة كما يسعى للوصول إلى الاستدلالات الكشفية عن طريق المقارنة الكمية والمنهجية"(الحميد، 1983، صفحة 21) وتجدر الإشارة أن هذه الدراسة اقتصرت على وصف وتحليل فئات المضمون، دون

التطرق إلى فئات الشكل لأن شكل المادة التي نحن في صدد تحليلها تقتضي الاعتماد على التحليل السيميولوجي، خصوصا وأن حملات التوعية الصحية التي بين يديها جاءت في شكل صور تمثيلية (ليست واقعية).

ونسعى من خلال وضع الفئات لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول. ويمكن تعريف فئات التحليل بأنها " المقاطع الكبرى التي سوف يتم تحليلها وقياسها، ويتم اختيارها بناء على إشكالية وأهداف الدراسة، وتهدف إلى استنطاق المحتوى المراد دراسته. (يوسف، 2017، صفحة 132)".

ولابد من التأكيد أنه في تحليل المضمون لا توجد فئات نمطية جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، وإنما يوجد إطار عام يمكن إعداد الفئات على ضوءه (حامد، 2000، صفحة 225)، وتمثل فئات المضمون في هذه الدراسة في: فئة الموضوعات، فئة الأهداف، فئة الاستمالات الإقناعية وفئة الجمهور المستهدف.

وبخصوص وحدات التحليل فقد اعتمدت الباحثة على وحدة الفكرة التي تعد من بين أكثر الوحدات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال، لما لها من فوائد دقيقة وهادفة، كما أنها قد تصل إلى المعنى الحقيقي للفئة بأكثر سهولة ودقة، وعند استعماله للفكرة، فلا بد من الباحث أن يركز على معناها حتى تنتهي لأنه قد يجدها على شكل جمل، كلمات فقرات، المهم أنه يحصمها قياسا على معناها.

كما اعتمدت على وحدة العد التي تعرف بأنها " وحدة التحليل الأساسية التي يستخدمها الباحث في القياس الكمي للمادة المدروسة في شكلها المادي الذي ظهرت فيه" (مرسلي، 2007) وغالبا ما يعتمد الباحثون على إحدى طرق العد، وهي التكرار الذي تظهر به فئات التحليل.

#### 6- مجتمع الدراسة وعينتها:

بعد اطلاع الباحثة على مجتمع البحث المتمثل في جميع حملات التوعية الصحية التي تدخل ضمن إطار حملة ذات منفعة عامة والت أطلقتها وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات خلال فترة الحجر الصحي الذي دخل حيز التنفيذ بداية من شهر مارس، وقع اختيارنا على الحملات التي قامت القنوات التالية ببثها وهي كالتالي:

- قناة القران الكريم: التي تكفلت ببث حملة إعلامية استخدمت فيها اللغة العربية الفصحى ومدة بثها 1 د و17 ثانية.

- قناة الشروق تي في TV: التي قامت ببث حملة إعلامية باللغة العربية الفصحى مدتها 49 ثانية.

وقد قامت الباحثة بالاعتماد على الأسلوب القصدي في اختيار مفردات العينة، والذي يعتمد فيه الباحث في إجراء دراسته على فئة معينة، وقد يكون هذا التعمد مشروطا بتقديم أدلة وبراهين منطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع، حيث يقوم الباحث باختيار مفرداته بطريقة تحكمية لا مجال لها للصدفة. وقد وقع اختيارنا للقناتين المذكورتين، لسهولة الحصول على المادة العلمية التي ستخضع للتحليل. كما تجدر الإشارة أن معظم القنوات سواء كانت عمومية أو خاصة قد قامت ببث نفس الحملات خلال فترة الحجر الصحي، والتي كان مصدرها وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات.

## III- الجانب التحليلي للمادة العلمية

## 1- التعريفات الإجرائية لفئات المضمون

1-1 فئة الموضوعات: ونقصد بها المضامين الصحية التي تنصب في وعاء الإجراءات الوقائية والعلاجية التي تضمنتها الحملات الاعلامية المتعلقة بالتوعية الصحية للحد من انتشار كوفيد 19، وتمثل في : التباعد الاجتماعي ، الحرص على النظافة اليومية (نظافة المكان، الهنّام، الجسم)، اتباع نظام غذائي سليم ومتوازن، استشارة الطبيب في حالة الشك من الإصابة بالوباء، الدعوة إلى المشاركة في محاربة الوباء.

2-1 فئة الأهداف: ونقصد بها الأهداف التي تسعى الحملة إلى تحقيقها من خلال الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية الصحية، التي تم بثها في القنوات محل الدراسة وقسمناها إلى:

. أهداف وقائية: ونقصد بها تحقيق التوعية الصحية لدى المشاهدين حتى لا يصابوا بالوباء والمشاركة في التخفيف من انتشارها.

. أهداف علاجية: ونقصد بها حث المصابين بالوباء على ضرورة الاستمرار في العلاج وتجنب احتكاكهم بغير المصابين، وحثهم على اتباع إجراءات وطرق تساعد على التعافي. مثل توعيتهم بكيفية أخذ الدواء، إجراء التحاليل، المكوث في المستشفى في حاله الخطورة، والتزام بالحجر المنزلي في الحالات غير الخطيرة.

3-1 فئة الإستimalات الإقناعية: ونعني بها الأساليب الحجاجية المستعملة في حملات التوعية الصحية في القنوات التلفزيونية، لإقناع المشاهدين بضرورة اتباع التدابير الوقائية والعلاجية من الفيروس التاجي، باعتباره مشكلة صحية راهنة وسريعة العدوى والانتشار، وصنفت إلى:

. الإستimalات العقلية: وهي التي تخاطب عقل المشاهد من خلال اتباع أساليب محددة كإدراج أرقام وإحصائيات حول عدد المصابين، حالات الوفاة... الخ.

. الإستimalات العاطفية: وتتجه لمخاطبة الجانب العاطفي والوجداني للمشاهد بغرض توعيتهم بضرورة انتهاز سلوكات صحية تقيم من الإصابة بالوباء، باستعمال أساليب محددة كالتخويف مثلا.

4-1 فئة الجمهور المستهدف: ونقصد به المشاهدين أي بالأحرى أفراد المجتمع الذين توجه حملات التوعية الصحية وصنفتنا هذه الفئة إلى:

أ. الجمهور العام: جميع أفراد المجتمع باختلاف شرائحهم وجنسهم، كالأطفال، الشباب، الشيخوخ، الذكور والإناث.

ب. الجمهور الخاص (المحدد): ونقصد به جماعات محددة كالأميين، والصم والبكم.

2- استمارة تحليل المحتوى: تجسد فيها الباحثة فئات ووحدات التحليل المستخدمة في الدراسة وهي

كالتالي:

الجدول رقم (01): استمارة تحليل مضمون حملات التوعية الصحية حول كوفيد 19 بقناة القرآن الكريم وقناة

الشروق tv

وحدات التحليل	فئات التحليل المتعلقة بمضمون حملات التوعية الصحية	حملات التوعية الصحية في القنوات الفضائية الجزائرية

وحدة الفكرة	الجمهور المستهدف		الاستمالات العقلية		الأهداف		الموضوعات	حملة التوعية الصحية في قناة القرآن الكريم / مدة بثها 17 و 17 ثا
	جمهور خاص	جمهور عام	استمالات عاطفية	استمالات عقلية	أهداف وقائية	أهداف علاجية		
وحدة العد ( التكرار )							<ul style="list-style-type: none"> <li>- التباعد الاجتماعي</li> <li>- الحرص على النظافة اليومية</li> <li>- اتباع نظام غذائي سليم ومتوازن.</li> <li>- استشارة الطبيب في حالة الشك من الإصابة بالوباء.</li> <li>- العلاج بالأدوية في حالة الإصابة بكوفيد 19</li> </ul>	الحملة الإعلامية في قناة الشروق تي في / مدة البث 50 ثا

المصدر: الاستمارة من انجاز الباحثة في 12 ديسمبر 2020

### 3- التحليل الكمي والكيفي لمضمون حملات التوعية الصحية حول كوفيد 19 في قناتي القرآن الكريم والشروق tv:

استطعنا من خلال تحليل مضمون البرامج السالفة الذكر رصد العديد من الجداول التحليلية اخترنا أهمها تبعا لمقتضيات الدراسة، وهي التي حللناها كميا وكيفيا وفق ما يلي:

الجدول رقم (02) يبين فئة الموضوعات التي تضمنتها حملات التوعية الصحية حول كوفيد 19 في قناة القرآن الكريم وقناة الشروق tv

قناة الشروق TV		قناة القرآن الكريم		فئة الموضوعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0 %	1	0 %	0	التباعد الاجتماعي
40 %	2	0 %	0	الحرص على النظافة (نظافة المكان، الهندام، الجسم).
0 %	0	0 %	0	اتباع نظام غذائي صحي ومتوازن.
20 %	1	0 %	0	- استشارة الطبيب في حالة ظهور الأعراض والشك من الإصابة بالوباء
0 %	0	100 %	1	الدعوة إلى المشاركة في محاربة الوباء
100 %	4	100 %	1	المجموع

المصدر: الجدول انجاز الباحثة بتاريخ 13 ديسمبر 2020

نلاحظ من خلال الجدول أن موضوع الحرص على النظافة قد احتل المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي تناولتها الحملة بنسبة 40 % وبمعدل تكرارين وهذا في قناة الشروق، والذي اقتصر على نظافة الجسم من خلال غسل الأيدي بالماء والصابون أو استعمال المطهر الكحولي، وتدعيم ما قيل بمقطع يتضمن صور تمثيلية بسيطة. في حين لم يسجل هذا الموضوع أي نتيجة في قناة القرآن الكريم سواء بالصيغة الكلامية أو المكتوبة ولا عن طريق الصورة التي تلعب دورا مهما في توصيل الفكرة للقارئ وترسيخها في ذهنه. ويرجع تسجيل موضوع النظافة في الحملة التي بثتها قناة الشروق tv لهذه النتيجة لسهولة انتاج السلوكيات المتعلقة به من طرف مختلف فئات وشرائح المجتمع، وسهولة الحصول على الامكانيات المادية الخاصة به كالصابون والمطهر الكحولي.

كما نجد أن موضوع الدعوة إلى المشاركة في محاربة الوباء الذي يتحقق حسب الحملة الإعلامية بإتباع الإرشادات الوقائية فقط عن طريق غسل اليدين وارتداء الكمامة. هو الموضوع الوحيد الذي تناولته الحملة الإعلامية المبرمجة في قناة القرآن الكريم تكرر بمعدل مرة واحدة من خلال عبارة " كلنا نشارك ونطبق التعليمات للقضاء على هذا الوباء " ، من خلال مقطع دام 9 ثوان. وتضمن صورة تمثيلية لشاب في اليمين وطفل في الوسط وشيخ على اليسار في وضعية الجلوس مرتدين الكمامة، والظاهر أن هذه الصورة لا تتماشى ومضمون العبارة السالفة الذكر، فكلمة "كلنا" لا تقتصر على فقط الأشخاص الذين ركزت الصورة على إبرازهم ، كما تم الإجحاف في حق العنصر النسوي الذي يلعب دورا فعالا في المشاركة للتصدي للوباء. وبخصوص قناة الشروق فلم يسجل موضوع الدعوة إلى المشاركة في محاربة الوباء أية نتيجة.

وفيما يتعلق بموضوع استشارة الطبيب في حالة ظهور الأعراض والشك من الإصابة بالوباء فتكرر مرة واحدة فقط في قناة الشروق خلال مقطع دام 11 ثانية. يبرز أعراض الوباء وهي الحمى صعوبة التنفس السعال، والدعوة إلى الاستشارة الفورية للطبيب، ودعم المقطع بصور تمثيلية لوجه شاب ظهرت عليه الأعراض المذكورة، وصورة تمثيلية أخرى لنفس الشاب يرتدي كمامة وأخرى لطبيب لم يرتدها، وهذا يعتبر تناقضا ولا يخدم الهدف التوعوي للحملة، فالواقع يثبت وفاة العديد من الأطباء والممرضين، رغم تقيدهم بالإجراءات اللازمة أثناء أداء مهامهم. والملاحظ أن المقطع الأول من الحملة التي بثتها الشروق tv كان موجها للمسافرين الذين قد كانوا في بلدان انتشر فيها الفيروس وظهرت عليهم الأعراض، وهو مقطع يستجيب للظروف التي كانت سائدة في شهر مارس والمتمثلة في دعوة جميع المسافرين وأفراد الجالية الجزائرية بالمهجر إلى الالتحاق بأرض الوطن قبل الشروع في تطبيق القرار الخاص بتعليق الرحلات الجوية بسبب الفيروس التاجي.

وبخصوص موضوع التباعد الاجتماعي الذي يعرفه " أريندام باسو"، الأستاذ المساعد لعلم الأوبئة والصحة البيئية بجامعة كانتريري بنيوزيلندا، بأنه " ترك مسافة آمنة بين شخصين أو أكثر للحيلولة دون انتشار الفيروس أو الوقاية منه" فقد أشارت إليه الحملة الإعلامية في قناة الشروق tv بسطحية من خلال الدعوة إلى عدم الاتصال بأشخاص مصابين بالعدوى، وكان من الضروري التأكيد من إبراز هذا الإجراء في نظرا للفائدة التي يحققها في التخفيف من الوباء، كتفادي التجمعات في الأماكن العمومية، ترك مسافة محددة بين الأشخاص عند اقتناء المواد الغذائية والأدوية في الصيدليات مثلا، في حين لم تشر الحملة التي



بثها قناة القرآن الكريم لهذا الموضوع . ويمكن الاستشهاد بأهمية التباعد الاجتماعي في الحد من انتشار فيروس كورونا بالرجوع إلى الآثار المهولة التي خلفتها " الإنفلونزا الإسبانية " عام 1918، والتي حصدت ما يقارب 60 مليون شخصا عبر العالم، حيث كان للتباعد الاجتماعي دور فعال في التخفيف من تفشي الفيروس في الدول التي التزمت به، فعلى سبيل المثال بلغ عدد الوفيات في مدينة " سانت لويس " 700 شخصا فقط ، في حين تعدى عدد الوفيات في مدينة" فيلاديلفيا" 10.000 شخصا نظرا لعدم التزامها بالتباعد الاجتماعي(العربية، 2020).

في حين لم يسجل الموضوع الخاص إتباع غذاء صحي ومتوازن أي نتيجة في كلا الحملتين رغم الأهمية التي يشكلها انتهج هذا السلوك الذي يعد جوهريا للحفاظ على الصحة عامة والتقليل من حالات الإصابة بكوفيد 19 على وجه الخصوص. وتشير الشواهد إلى أن الأشخاص الذين يعانون من حالات طبية مسبقة تتعلق بالنظام الغذائي، مثل السمنة المفرطة، وأمراض القلب، والسكري، يعانون عواقب أخطر من جراء الإصابة بفيروس كورونا، مثل شدة الاعتلال، وزيادة الحاجة إلى الرعاية الصحية المركزة مثل أجهزة التنفس(نيوكوب، 2020).

الجدول رقم (03): يبين فئة الأهداف، فئة الإستمالات الإقناعية وفئة الجمهور المستهدف في حملات التوعية حول كوفيد 19 بقناة القرآن الكريم وقناة الشروق TV

قناة القرآن الكريم					
فئة الأهداف	التكرار والنسبة	فئة الاستمالات الإقناعية	التكرار والنسبة	فئة الجمهور المستهدف	التكرار والنسبة
علاجية	0 0%	عقلية	1 50%	عام	2 100%
وقائية	2 100%	عاطفية	1 50%	خاص	0 100%
المجموع	2 100		1 100		2 100%
قناة الشروق tv					
فئة الأهداف	التكرار والنسبة	فئة الاستمالات الإقناعية	التكرار والنسبة	فئة الجمهور المستهدف	التكرار والنسبة
علاجية	0 0%	عقلية	0 0%	عام	2 100%
وقائية	1 100%	عاطفية	1 100%	خاص	0 0%
المجموع	1 % 100		1 100%		2 100%

المصدر: الجدول من إنجاز الباحثة بتاريخ 14 ديسمبر 2020

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن كلا الحملتين قد ركزت على الأهداف الوقائية حيث تم إبراز هذه الفئة في الحملة التي بثتها قناة القرآن الكريم بمعدل تكرارين ، من خلال الدعوة إلى إتباع الإرشادات الوقائية عن طريق غسل اليدين وارتداء الكمامة فقط، دون الإشارة إلى إرشادات وقائية أخرى كالتباعد الاجتماعي تقوية الجهاز المناعي باتباع نمط غذائي صحي ...الخ، وتجسد التكرار الأول من خلال العبارة التي وردت في الثانية رقم 13 " الوقاية مسؤولية الجميع"، ودعمت هذه العبارة بمقطع لوجه امرأة ترتدي الكمامة وتم التركيز فيها على إبراز الجزء العلوي للوجه أي العينين مع إهمال إبراز الطريقة المثلى لارتداء الكمامة، ومقطع آخر دام 7 ثوان ليدي طبيبة تقوم بغسلهما بالماء والصابون.

والملاحظ أنه تم إهمال الفواعل الأخرى كالرجل الشيخ وحتى الأطفال، فكان من الجدير التركيز على تدابير أخرى تقي من انتشار الفيروس، كالدعوة إلى منع سلوك التجمع والمصافحة بين الشيخ والعناق عند الأطفال مثلا. كما تمت الإشارة إلى الوقاية أيضا من خلال الدعوة إلى تطبيق التعليمات المتعلقة بهذه الأخيرة، والتي دعمت بالمقطع السالف الذكر الذي يتضمن صورة لشاب وطفل وشيخ مرتدين الكمامة وكانوا في وضعية جلوس في مقاعد، دون ترك مسافة أمان بينهم.

وهذا يكشف مرة أخرى تناقض الأفكار التي احتوتها الحملة، مما سيقبل من شدة تأثيرها على الجمهور. وبخصوص الحملة التي بثتها قناة الشروق tv، فتضمنت هدفا وقائيا واحدا تمثل في الإجراءات الوقائية من الفيروس، كغسل اليدين بالماء والصابون، استعمال المرفق والمنديل الورقي عند العطس والتخلص منه مباشرة، عدم الاتصال بأشخاص مصابين. والظاهر أن الأهداف العلاجية قد تم تغييره رغم ثبوت إصابة عدد لا بأس به من الجزائريين بالفيروس، فكان من اللازم توجيه هدف الحملة أيضا نحو تثقيف وتوعية الأفراد بالسلوكات الواجب إتباعها عند في حالات الإصابة سواء كانت خفيفة أو خطيرة، عن طريق تخصيص مدة زمنية لذلك أو تخصيص حملة خاصة بهذا الموضوع. ففي الحالات التي تستدعي العلاج بالمنزل لابد من توعية الناس بإجراءات التعامل مع المريض كتنظيف المنزل باستمرار، التعامل مع أطباق الطعام، تجنب الاتصال المباشر بسوائل جسم المريض، وتجنب إدخال زوار غير ضروريين إلى المنزل، بالإضافة إلى ضرورة توعية المريض بطريقة التخفيف من الضغوط النفسية التي يخلفها الفيروس عند تقديم الرعاية الصحية، كتجنب الإفراط من مشاهدة الأخبار المتعلقة بكوفيد19، البقاء على تواصل مع الآخرين عن طريق الرسائل النصية والمكالمات الهاتفية(كاتب، 07 ديسمبر 2020).

أما الحالات الخطيرة فتتطلب إقناع المرضى بضرورة المكوث في المستشفى والاستجابة للعلاج الذي يقدم لهم. وفيما يتعلق بفئة الاستمالات الإقناعية لتحسيس المشاهد بخطورة الوباء، فنجد أن كلا من الاستمالات العقلية والعاطفية قد تحصلتا على نفس التكرار بمعدل مرة واحدة في الحملة التي بُثت في قناة القرآن الكريم، حيث نجد أن هذه الأخيرة ( أي الاستمالات ) قد برزت من خلال الاستعانة بأسلوب التخويف في عبارة " كورونا ليست انفلونزا عادية، إنها قاتلة وشديدة الانتشار"، في حين ظهرت الإستمالات العقلية في المقطع الذي تضمن صوراً حقيقية للتلف الذي يسببه الفيروس في الرئتين وإدراج أرقام وخريطة توجي بسرعة ارتفاع وانتشار الفيروس عبر العالم. كما نجد أن الحملة التي بثتها الشروق TV قد استعانت

فقط الاستمالات العاطفية بمعدل تكرار واحد من خلال التأكيد على أن فيروس كورونا سريع الانتشار بين الأشخاص، والتطرق إلى أعراضه.

وبخصوص فئة الجمهور، فلما لاحظ أن كلا الحملتين قد وجهتا ، للجمهور العام وبمعدل تكرارين لكل حملة، حيث تم ابراز هذا الأخير من خلال تضمين مقاطع الحملتين لشخصيات الشباب ، المرأة، الشيخ والأطفال، أما الجمهور الخاص الذي كان من اللازم أن يحظى هو الآخر بالاهتمام فقد تم إهماله بتاتا، وهذا ما يظهر من خلال مثلا عدم إرفاق الحملة بشخص يشرح معانيها للصم والبكم مثلا، والاعتماد فقط على اللغة العربية الفصحى دون الاستعانة باللهجة العامية وهذا سيحول دون ايصال مغرى الحملتين للجمهور الذي لا يحسن اللغة العربية الفصحى، خصوصا وأن الواقع الذي تعيشه الجزائر يشهد تراجع اللغة العربية الفصحى بسبب الصراع مع اللغة العامية التي تنتشر في أوساط المجتمع، وكذلك الصراع مع اللغة الفرنسية التي تستعمل كثيرا من طرف النخبة من الجزائريين(زيتوني، 2013، صفحة 2158).

#### VI - خاتمة :

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة المتواضعة إلقاء الضوء على درجة اهتمام الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية بنشر التوعية الصحية بأخطار وباء كورونا الجديد، من خلال تحليل عينة من مضامينها حيث استنتجنا وجود قصور في تحقيق هذا المسعى، والذي نوضحه من خلال النتائج التي خرج بها هذا البحث كالاتي:

أ . عدم التنوع في الموضوعات التي تعد مهمة في التوعية الصحية بأخطار كوفيد 19، كموضوع التباعد الاجتماعي، والتغذية الصحية، كما أن المواضيع التي تم التطرق عليها قدم تم تناولها بسطحية وبصورة غير مكثفة، وهذا يقلل من التأثير الإيجابي لحملات التوعية الصحية على الجمهور.

ب . إعطاء أهمية للأهداف الوقائية على حساب الأهداف العلاجية التي كان من الضروري الاهتمام بها خصوصا وأن الإحصائيات تشير إلى ارتفاع عدد المصابين بالوباء، وتم تسجيل حالات وفاة، كما تم إقصاء بعض السلوكات الوقائية الجوهرية والفعالة في محاربة الوباء كالتباعد الاجتماعي، واحترام قواعد الحجر الصحي.

ج . ضعف استخدام الحملتين الإعلاميتين لإستمالات الإقناع بنوعها، رغم الأهمية التي تشكلها في تحسيس المشاهد بخطورة الوباء، وإقناعه بضرورة التفاعل الإيجابي مع الظروف الجديدة التي فرضها الفيروس التاجي.

د . إقصاء بعض الفواعل الاجتماعية التي تلعب دورا هاما في التصدي للوباء كالمراة سواء كانت مأكثة بالبيت أو عاملة.

هـ . عدم اهتمام الحملتين بالجمهور الخاص، فكان لزاما أن يتم شرح محتوى الحملتين إلى فئة الصم والبكم مثلا، وإدراج اللهجة العامية باعتبارها شائعة الاستعمال في أوساط المجتمع الجزائري.

وبناء على ما تم تحقيقه من نتائج، رأت الباحثة أنه الضروري تحيين مضمون الومضات الإعلامية المتعلقة بالتوعية الصحية حسب الآثار التي يخلقها الفيروس التاجي، فالشيء الذي لاحظته الباحثة نفسها من خلال متابعتها للحملات الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية، هو أن تلك الحملات هي نفسها التي

تتكرر ولم يتغير مضمونها، فكان من اللازم تجديد هذا الأخير حسب تطور المستجدات التي يفرضها الفيروس ، فعلى سبيل المثال تشير معطيات جديدة إلى أن فيروس كورونا المستجد "سارس-كوف-2" المسبب لمرض كوفيد-19 قد يهاجم خلايا بيتا في البنكرياس، والمسؤولة عن إنتاج هرمون الأنسولين مما يؤدي إلى الإصابة بمرض السكري.

## الإحالات والمراجع:

- أبراش، إ. (دون سنة). (المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع . الحميد، م. ع. (1983). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. جدة: دار الشروق .
- العربية، ق. (2020). B. فيروس كورونا، لماذا يستمر التباعد الاجتماعي لبعض الوقت -http://www.bbc.com/arabic/vert-fut-52158305.
- النقيب، إ. أ. (2002). القيم البيئية في مسرح الطفل. جامعة الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية .
- بات، م. ع. (2020). التغذية السليمة تحمي صحتك أثناء جائحة كورونا -https://blogs.worldbank.org/ar/voices/how-nutrition-can-protect-peoples-health-during covid-19.,
- بوخبزة، ن. (2006-2007). تطبيقات حملات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر .
- حامد، ع. أ. (2000). مقدمة في منهجية دراسة وطرق بحث الظواهر السياسية. القاهرة: جامعة القاهرة .
- زينوني، ن. (2013). واقع اللغة العربية في الجزائر. مجلة جامعة النجاح للأبحاث .
- عثمان، ع. م. (2018). فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في التوعية الصحية، دراسة وصفية تحليلية على إدارة العلاقات العامة، برنامج القومي للصحة الإنجابية. مجلة العلوم الإنسانية .
- كاتب، م. إ. (07). ديسمبر (2020) علاج كوفيد 19 في المنزل، نصائح للعناية بنفسك وبالأخرين .  
https://www.mayoclinic.org/ar/diseases-conditions/coronavirus/in-depth/treating-covid-19-at-home/art-20483273,
- مرسلي، أ. ب. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- نيوكوب، م. ع. (2020). التغذية السليمة تحمي صحتك أثناء جائحة كورونا -https://blogs.worldbank.org/ar/voices/how-nutrition-can-protect-peoples-health-during covid-19.,
- يوسف، ت. (2017). مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.