

دور الإعلام المحلي في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجهوية

د. لدمية عابدي

جامعة العربي التبسي تبسة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور إذاعة تبسة الجهوية في التثقيف الصحي لأهم شريحة في المجتمع وهي المرأة من خلال التعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة لإذاعة تبسة ومعرفة دوافعها من هذا الاستخدام والوقوف عند أهم المضامين الإعلامية التي تقدمها الإذاعة بهدف التثقيف الصحي.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مستخدمة أداة استمارة الاستبيان على عينة من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجهوية حيث بنينا دراستنا على نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن إذاعة تبسة الجهوية تساهم في تثقيف المرأة صحيا لكن نوعا ما، لان مضامينها الصحية غير كافية ولا تشبع حاجة المرأة في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية : الإعلام المحلي، الإذاعة ، التثقيف الصحي ، جمهور النساء ، المرأة.

Summary:

The purpose of this study is to identify the role of Tebessa Regional Radio in the health education of the society precisely women, through the identification of their habits and patterns while using Tebessa's radio and know their motives of this use and stand at the most important media content provided by the radio for this purpose .

The study was based on the descriptive approach, using the questionnaire on a sample of women listening to Tebessa Regional

Radio, where we built our study on the theory of uses and satisfaction of desires.

In the end, the study concluded that Tebessa Regional radio helps educating women healthily but not very much, because their health contents are insufficient and do not satisfy the need of women in this area.

Keywords: Local media; Regional Radio; the health education; The audience of women women

مقدمة:

يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات المواصفات الخاصة التي تختلف عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة ، ونظرا للقرب بين أطراف العملية الاتصالية تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية ، فمن المعلوم أن معالجة القضايا الإنمائية تحديدا كانت هي الدافع الأول وراء نشر شبكات الإذاعات المحلية المتعددة ، هذه الأخيرة التي أصبحت تعبر عن المجتمعات التي تنتمي إليها فبي لسان حال كل مواطن لأنها أقرب إليه من أي وسيلة إعلامية أخرى ، لأنها تستطيع الوصول إليه مخترة حاجز الأمية والعقبات الجغرافية والمادية ، فأصبحت تخاطب كافة شرائح المجتمع المختلفة وغير المتجانسة ، ونظرا لسهولة انتشارها في البيوت دخلت إليها في إطار الوسائل التنموية التوعوية التي تساعد في تعزيز التثقيف الصحي والاجتماعي والديني والعلمي والثقافي حيث صار لها ارتباطا بجوانب كثيرة من حياة الإنسان المعاصر.

وفيما يتعلق بالتثقيف الصحي الذي يعد هدفا من أهداف التنمية المحلية التي تسعى الإذاعات المحلية إلى تحقيقه من خلال توجيهها إلى أهم عنصر في المجتمع وهو المرأة، لأنها تمثل نصف المجتمع ولأنها تصنع النصف الآخر فهي الأم والزوجة والابنة والأخت وعليها يقوم صلاح المجتمع وفساده، والمرأة التي تركز نفسها داخل بيتها وتغلق بابها أمام أي محاولة للتثقيف والتوعية فإنها تهدر حقا أساسيا من حقوقها وهو حقها في حياة أفضل لها ولأسرتها ومجتمعها.

لذلك توجب على الإذاعات المحلية الاهتمام الأكبر والأعمق بجمهور النساء وتقديم كل ما يهن ويزيد وعيهم لإدراك حقوقهم وما عليهم من واجبات صحية ، بإنتاج برامج ورسائل إذاعية تهدف إلى التثقيف الصحي لخلق وعي لدى هذه الشريحة المهمة بطبيعة المشكلات الصحية التي يعيشها المجتمع وبأسلوب مواجهتها

وهو ما دفعنا إلى معرفة دور الإذاعة المحلية في تنمية هذا الثقيف الصحي لدى جمهور النساء خاصة المستمعات، وهل تقوم بدورها بالشكل الصحيح حتى يتسنى لها تنشئة جيل من النساء مثقفات وواعيات صحيا.

إشكالية الدراسة :

تسعى الإذاعة المحلية كغيرها من وسائل الإعلام إلى تحقيق أهداف مختلفة وخاصة في المجال الصحي فهي من الوسائل الإعلامية المؤثرة في المرأة باعتبارها رفيقا دائم لها، فهي تلعب دورا مهما في التعبير عن اهتماماتها واحتياجاتها المختلفة ومن بينها الحاجات الصحية من خلال برامجها الإذاعية، التي تشكل لديهم مصدرا من مصادر المعلومات الصحية، فتتكون لديهم أفكار ووجهات نظر ومفاهيم في هذا الصدد ،

وتعتبر إذاعة تبسة الجهوية من بين الإذاعات التي تحتوي شبكتها البرمجية بعض البرامج الصحية التي تخاطب خاصة جمهور النساء ، ومن بين هذه البرامج يوم جديد، عالم الأسرة، قضية ومجتمع، ثقافة مرورية ، مع الله، عالم حواء....هذا بالنسبة للشبكة العادية أما الشبكة الرمضانية فتحتوي على حديث الإفطار، دردشة الصائمين، النهر الخالد، رمضان في البادية، تبسة في رمضان ، وهذا ما يجعلنا نطرح التساؤل المركزي التالي:

ما هو دور الإعلام المحلي في الثقيف الصحي للمرأة المستمعة لإذاعة تبسة الجهوية؟

وللإجابة عليه يتوجب علينا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

✓ ما هي عادات وأنماط استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية؟

✓ ما هي دوافع استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية؟

✓ هل تساهم المضامين الإعلامية لإذاعة تبسة الجهوية في ثقيف المرأة صحيا؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية الإعلام المحلي بصفة عامة و الإذاعة المحلية بصفة خاصة لكونها من أهم الوسائل الإعلامية التي تتناول مختلف المواضيع المتعلقة بالمجتمع المحلي ومن بينهما الثقيف الصحي لاكتساب معلومات صحية من خلال مختلف المضامين التي تبثها للمحافظة على الصحة، والموجهة لمختلف شرائح المجتمع وخاصة منها المرأة التي تعتبر عماد المجتمع والأسرة فهي لا

تهتم بصحتها فحسب بل بصحة جميع أفراد أسرتها وبالتالي يجب عليها التعرض لهذه المضامين التي تهدف إلى التوعية من خلال المبدأ القائل " الوقاية خير من العلاج".

وسنحاول في هذه الدراسة إبراز مستوى مساهمة الإذاعة المحلية في تقديم رسائل إعلامية تهدف لتثقيف جمهور النساء المستمعات صحيا.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

✓ الوقوف عند دور إذاعة تبسة الجهوية في التثقيف الصحي لأهم شريحة في المجتمع وهي المرأة.

✓ معرفة عادات وأنماط استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية.

✓ معرفة دوافع استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية.

✓ الوقوف عند المضامين الإعلامية لإذاعة تبسة الجهوية التي تساهم في تثقيف المرأة صحيا.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

قصد الإحاطة بالموضوع، ونظرا لطبيعته، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي نعتبره مناسباً لطبيعة مثل هذه المواضيع التي تقوم على دراسة الجمهور، وقد قمنا باختيار عينة قصدياً ممثلة لمجتمع البحث مكونة من (60) امرأة مستمعة لإذاعة تبسة الجهوية موزعين على أحياء يحيى فارس وحى فاطمة الزهراء بمدينة تبسة ، وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات، حاولنا ربط محاورها بإشكالية وتساؤلات الدراسة، واعتمدنا فيها على طرح أسئلة تنوعت بين المغلقة والمفتوحة.

الإطار النظري للدراسة :

1- الإذاعة المحلية:

تعرف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وصحية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين في أنحاء العالم. (ابراهيم إمام، 1985، ص256)

فهي مؤسسة إعلامية تقوم بخدمات مختلفة لمجتمع متجانس ومحدود برقعة جغرافية معلومة إداريا وشعبيا وتربطه عادات وتقاليد متشابهة، وتبث برامجها لجهة مقسمة حسب تقسيم إداري إقليمي. (الحديدي و إمام علي، 2006، ص161)

ويمكن إيجاز أهداف الإذاعة المحلية في العناصر التالية: (طاهري لخضر، 2012-2011، ص 88).

- ✓ تقديم برامج إذاعية لتطوير وتنمية المجتمع.
- ✓ تكثيف تبادل المعلومات داخل المجتمع.
- ✓ تقديم برنامج إذاعي للتعبير عن الثقافة المحلية.
- ✓ زيادة إمكانية وصول الأفراد إلى المعلومات باللغات المحلية.
- وتهدف أيضا إلى : (حجاب ، 1998، ص 251).
- ✓ التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على التعريف بها للجمهور المحلي .
- ✓ تكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية.
- ✓ تفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيعه على التعبير عن انشغالاته واهتماماته ومستقبله .
- ✓ المحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها.

2- **التثقيف الصحي:** يظنّ البعض أنّ التثقيف الصحي هو عبارة عن عملية سهلة تهدف ببساطة إلى نشر المعلومات الصحية وذلك من خلال المنشورات ووسائل الإعلام، إلا أن عملية التثقيف الصحي تعد أصعب من ذلك حيث إنّها تهدف إلى تغيير سلوكيات الأفراد الصحية والتأثير بها من خلال مساعدة الناس على تحسين سلوكهم بما يحفظ صحتهم من خلال السعي المتواصل لتعزيز صحة الفرد والمجتمع ومحاولة منع أو التقليل من حدوث الأمراض وذلك من خلال التأثير على المعتقدات، الاتجاهات والسلوك فرديا ومجتمعيا.

ويمكن تشبيه التثقيف الصحي بمثلث متساوي الأضلاع ضلع لاكتساب المعلومات (المعرفة) وضلع لغرس وتأصيل القيم المرتبطة بتلك المعلومة (الاتجاه) والضلع الأخير لتطبيق تلك المعلومات الصحية (السلوك).

ومن أهدافه: (مراد شوابكة ، أهمية التثقيف الصحي ، متاح على الرابط <http://mawdoo3.com> بتاريخ 2018-03-26 على الساعة 17:57)

- ✓ العمل على نشر المفاهيم الصحية السليمة في المجتمع، وتحسين صحة الفرد والمجتمع.
- ✓ جعل الأفراد قادرين على تحديد مشاكلهم الصحية ومساعدتهم في حلها.
- ✓ ترسيخ السلوكيات الصحية والسليمة لدى الأفراد.

✓ التقليل من نسبة الأمراض والوفيات.

✓ العمل على تحسين حياة الفرد والمجتمع.

ويهدف أيضا إلى: (محمد بدح و سليمان وآخرون، 2009، ص 16).

✓ تشجيع أفراد المجتمع وإشراكهم في تنمية وتطوير المجتمعات الصحية من خلال

المساهمة الايجابية في تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين مستوى الأداء فيها.

✓ العمل على تغيير السلوكيات والعادات غير الصحية إلى سلوكيات صحية

وتنميتها.

✓ الرقي بالمستوى الصحي لدى أفراد المجتمع حتى يتمتعوا بصحة جيدة مع

المحافظة على استمرارية هذه الحالة وجعل عليه التثقيف الصحي احد الأركان

الأساسية لتنمية المجتمع.

3- الإعلام الصحي :

تحدد علاقة الإعلام بالتثقيف الصحي في مستويين هما: (المعاينة، 2013-

2014، ص 39)

مستوى تعاوني : توظيف الإعلام بغية تحقيق تنمية الثقافة الصحية، والتعريف

ببرامج الإعلام الصحي الوقائي.

مستوى وظيفي : تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من

خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية ونشر القيم الصحية بين

أفراد المجتمع.

أما بالنسبة للمشاكل الصحية التي يعالجها الإعلام المحلي هي التالية :

نجد من بين أبرز المشكلات المعوقة للتنمية في البلدان النامية تلك المتعلقة

بالصحة العمومية فأغلب تلك الدول تعاني من الوضع المتردي للمستشفيات

الحكومية والمتمثل في عدم قدرتها على استيعاب المرضى وسوء الإدارة والإهمال

والنقص الشديد للأدوية والمستلزمات الطبية الأساسية ، وسوء حالة المباني

والتجهيزات الداخلية والافتقار للأطباء المتخصصين و غيرها دفعت بالمواطن إلى

اللجوء للعلاج في المستشفيات الخاصة التي ترهق ذوي الدخل المحدودة والمتوسطة

من ارتفاع تكاليفها، بالإضافة إلى نقص الوعي الصحي وانعدامه أحيانا لدى قطاع

كبير من المجتمع ولاسيما المجتمع الريفي أين تسود حتى استهلاك الأدوية دون

اللجوء إلى الطبيب المتخصص لوصف الدواء ، وغياب الوعي أيضا بمفاهيم مثل

صحة الأسرة والصحة الإيجابية والصحة النفسية ، هذا ولا تزال بعض الأمراض مستوطنة في بعض المجتمعات العربية والتي تشكل خطورة على الصحة العامة للمجتمع ، فلا تزال نسبة وفيات الأطفال خلال السنة الأولى من الميلاد مرتفعة في المجتمع العربي خاصة في المناطق الريفية.(البدوي ، 2006، ص283)

4- خصائص الجمهور النسوي في الإعلام :

أ- الخصائص النفسية للمرأة : تتحدد الخصائص النفسية للجمهور بالسمات الشخصية التي يمكن أن نعرفها بأنها: مجموعة الخصائص والميول والاتجاهات والعواطف والاحتياجات والأمزجة والعادات والحوافز وبعض العناصر الفيسيولوجية ، ومن أهم الخصائص النفسية هي غلبة المزاج العاطفي على طبيعة تفكيرها وسلوكها فيما يتعلق بطبيعة تعاملها مع موضوعات تخص شؤون البيت والأسرة والأطفال ، وكذلك بحكم طبيعتها الأنثوية فإنها تولي اهتماما كبيرا بموضوعات الصحة والجمال والرشاقة والديكور ، وكذلك فهي تواجه مشاكل نفسية كثيرة منها الاكتئاب، القلق ، التوتر ، العصبية بسبب ضغوط اجتماعية.

(منتهى عبد الحسن عبد الله ، الإعلان والمرأة : التأثير على السلوك الشرائي للمرأة : تاريخ التصفح : <https://books.google.dz/books?id=Ha8PDgAAQBAJ&pg> ،

27-03-2018 على الساعة 13:04)

ب- الخصائص الاجتماعية للمرأة: إن عملية الاتصال بالجمهور النسوي تجري وفق سلسلة ذات حلقات مترابطة لتشكل نمطا من الإعلام الاجتماعي تبت عن طريقه مجموعة من القيم الاجتماعية وفق خصائص اجتماعية معينة كصراع المرأة القائم بين الأفكار المتحررة والتطور العلمي والتكنولوجي من جهة والتقاليد والعادات المتوارثة وعملها من جهة أخرى . (منتهى عبد الحسن عبد الله ، الإعلان والمرأة : التأثير على السلوك الشرائي للمرأة ،

<https://books.google.dz/books?id=Ha8PDgAAQBAJ&pg> ، تاريخ التصفح : 27-

03-2018 على الساعة 13:04)

ج- الخصائص الثقافية للمرأة: تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تغيير الآراء والمعتقدات وفي توجيه سلوك الأفراد ، لكن قد لا تعكس وسائل الإعلام الصورة الحقيقية للواقع الثقافي والاجتماعي للمرأة ، ومن الخصائص الثقافية للمرأة والتي تؤثر في حياتها هو أنها تميل إلى الثقافة الأدبية الخفيفة والسريعة ولا تميل غالبا إلى العلم والفلسفة وذلك لا يشمل كل امرأة ، حيث تؤدي الثقافة العلمية الجادة دورا

مهما في المراحل المتتابعة لتقدم المرأة من أجل خلق ذاتها ، وأن الإصرار على الثقافة الرصينة السبيل الحقيقي من أجل تنشئة امرأة مسؤولة وانطلاقا من ذلك يجب على وسائل الإعلام استبعاد الثقافة الهزيلة وثقافة التسلية غير الهادفة ، ومن الخصائص الثقافية للمرأة أيضا أنها محكومة بانطباعها الذاتي .

الإطار الميداني للدراسة :

النتائج الجزئية للدراسة :

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية.

الجدول رقم (01) و(02): يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم لإذاعة تبسة

النسبة المئوية	التكرار	وقت الاستماع يوميا
41.66 %	25	أقل من ساعة
31.66 %	19	من ساعة إلى ساعتين
26.66 %	16	أكثر من ساعتين
100 %	60	المجموع

النسبة المئوية	التكرار	استخدام إذاعة تبسة
16.66 %	10	يومية
18.33 %	11	نهاية الأسبوع
45 %	27	بعض أيام الأسبوع
20 %	12	مرة في الشهر
100 %	60	المجموع

من الجدول أعلاه اتضح أن المرأة التبسية تتعرض للإذاعة في بعض أيام الأسبوع بنسبة 45%، أما اللاتي يستخدمنها مرة في الشهر فبلغت نسبتهن 20%، ومن يتعرضن لها يوميا أو نهاية الأسبوع بنسبة 16.66% و18.33% على التوالي، ويتضح أيضا أن نسبة 41.66% من أفراد العينة يستغرقن أقل من ساعة في سماع الإذاعة ، أما نسبة من يستمعن من ساعة إلى ساعتين في اليوم للإذاعة فبلغت 31.66% و من يستمعن أكثر من ساعتين بنسبة 26.66%، بالتالي يمكن القول بأن

استماع المرأة التبسية للإذاعة الجهوية قد جاء بشكل متدني، ويرجع ذلك إلى كثرة وتعدد انتشار القنوات الإذاعية المحلية والوطنية والمتخصصة بالمنوعات والأخبار كبدايل مقنعة للمرأة التبسية ، إضافة إلى ضعف المضامين الإعلامية لبرامج إذاعة تبسة الجهوية وعدم مواكبتها لاحتياجات المرأة، كما أن كثرة القنوات التلفزيونية الجزائرية والعربية وحتى الأجنبية بالإضافة إلى الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منافسا قويا لإذاعة تبسة الجهوية.

المحور الثاني: دوافع استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية :

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم لاستخدام إذاعة تبسة

دوافع الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
التعرف على الأخبار المحلية	30	50%
الثقيف الصحي	11	18.33%
الترفيه	09	15%
تمضية الوقت	05	8,33%
التخلص من الملل	05	8,33%
المجموع	60	100%

من الجدول رقم 04 يتضح لنا أن من دوافع استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية هو التعرف على الأخبار المحلية بنسبة 50%، ثم الثقيف الصحي بنسبة 18,33 % والترفيه بنسبة 15% و8,33% بالنسبة لتمضية الوقت والتخلص من الملل.

الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي يفضلون الاستماع إليها

المضامين المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
صحية	17	61.66%
سياسية	05	16.66%
موضة وطبخ	15	25%
منوعات	10	16,66%
رياضية	08	13.33%
إقتصادية	05	8.33%
المجموع	60	100 %

اتضح من الجدول أن المضامين المفضلة لدى عينة الدراسة هي الموضوعات التي تهتم بشؤون الصحة بنسبة 61.66%، وهي نسبة ليست هينة تدل على حاجة المرأة التبسية للتوعية والتثقيف الصحيين ثم تأتي في المرتبة الثانية مضامين الموضة والطبخ بنسبة 25%، ثم في المرتبة الثالثة برامج المنوعات بنسبة 16,66%، وفي المرتبة الرابعة المضامين الرياضية والسياسية بنفس النسبة 13,33% و أخيرا المضامين الاقتصادية بنسبة 8,33% وهي اقل نسبة ويرجع هذا إلى عدم اهتمام المرأة بالاقتصاد أو السياسة ، ويبدو أن مثل هذه النتيجة تتوافق مع الخصائص النفسية والاجتماعية والفسولوجية للمرأة ، حيث ارتفعت نسبة المواد الإعلامية التي تتوافق مع طبيعتها وجاء في المراتب الأخيرة المضامين التي لا تتوافق مع طبيعتها.

الجدول رقم (05): يبين توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لبرنامج صحي بشكل

مستمر

متابعة برنامج صحي معين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

يوضح لنا الجدول أن نسبة أفراد العينة اللاتي يتابعن برامج صحية بشكل مستمر من خلال الإذاعة المحلية كبيرة بمعنى أن هناك وعي واهتمام بالبرامج الصحية بنسبة 70%، ومن خلال هذه النتائج معظم المبحوثات يستمعن للبرامج الصحية باستمرار منها برنامج حصة حواء، حصة طبيبك معك، نصائح طبية، صحة المرأة، يوم جديد وصحة طفلك ، أما بالنسبة للنساء غير المستمعات للبرامج الصحية بشكل مستمر فقدرت النسبة بـ 30%، ومما سبق يتضح لنا أن النساء مواظبات على الاستماع للبرامج الصحية في الإذاعة ، لما له من أهمية قصوى في حياتهن اليومية وحياة أسرهن ومن خلال هذا نلمس الحاجة والرغبة المقبولة للمرأة التبسية للاستفادة من الإذاعة الجهوية في مجال التثقيف الصحي .

ومن هذا المنطلق يجب على الإذاعة المحلية في تبسة تكثيف الاهتمام بالمواد الإعلامية الطبية والصحية لدورها الحيوي في مجال التثقيف والتوعية لجميع شرائح المجتمع ومنها المرأة .

المحور الثالث: مساهمة المضامين الإعلامية لإذاعة تبسة الجهوية في تثقيف المرأة صحيا

الجدول رقم (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب مجالات الصحة التي ينبغي أن تركز عليها البرامج الصحية في إذاعة تبسة

النسبة المئوية	التكرار	المجالات الصحية
13.33%	08	صحة بيئية
46.66%	28	صحة الطفل
35%	21	صحة المرأة
05%	03	الوقاية من الأمراض
100%	60	المجموع

يبين لنا الجدول رقم 09 والذي يمثل أهم المجالات الصحية التي تفضل النساء الاستماع إليها، فنجد أن اكبر نسبة هي 46.66% تمثل المضامين الإعلامية التي تهتم بصحة الطفل لأن معظم عينة الدراسة من النساء المتزوجات ذوات الأطفال وهو ما يعكس اهتمامهن بصحة أطفالهن بالدرجة الأولى ثم الاهتمام بصحتهن بنسبة 35% من حيث الحصول على التوجيهات والنصائح الصحية والتعرف على المستجدات الطبية من أمراض نسائية وغيرها وطرق الوقاية والعلاج، وبعدها تأتي الصحة البيئية بنسبة 13.33% حيث تيقنت المرأة التبسية أن العادات البيئية السيئة تسبب العديد من الأمراض وحتى الوبائية منها وهذا راجع إلى عدم التوعية والتثقيف الصحيين بالإضافة إلى عدم الاهتمام بالطب الوقائي ، وأخيرا البرامج التي تتعلق بالوقاية من الأمراض بنسبة 5% وفي مقدمتها الالتزام بمبادئ النظافة العامة.

الجدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لعدة برامج في إذاعة تبسة الجهوية

النسبة المئوية%			التكرارات			المتابعة البرنامج
%	%	%	أحيانا	لا	نعم	
20%	28.33%	33.33%	12	17	20	يوم جديد
25%	21.66%	26.66%	15	13	16	طبيبك معك
25%	33.33%	21.66%	15	20	13	حصّة حواء
30%	16.66%	18.33%	18	10	11	طبيب على الهواء
100%	100%	100%	60	60	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مختلف البرامج الصحية التي تقدم في إذاعة تبسة الجهوية تستمع إليها مفردات العينة، كما يلاحظ أن عدد البرامج الصحية في إذاعة تبسة والذي يبلغ أربع حصص أسبوعية قليل جدا مقارنة بساعات البث أسبوعيا، فكلما ازداد استماع أفراد العينة للبرامج الصحية ازداد التثقيف الصحي، وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات، فكلما ازداد الجمهور لتعرض لوسائل الإعلام ازدادت نسبة الاستجابة.

كما نلاحظ من الجدول أن أفضل حصّة تتعرض لها المرأة هي حصّة يوم جديد بنسبة 33.33%، وتليها حصّة طبيبك معك بنسبة 26.66% وأخيرا حصّة حواء و طبيب على الهواء بنسبة ما بين 25% و 33.33%.

الجدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لاستماع المضامين المتعلقة بالصحة

النسبة المئوية	التكرار	البرامج المفضلة
78.33%	47	برامج متخصصة في الصحة
11.66%	07	ضمن نشرات الأخبار
10%	06	ضمن برامج عامة
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة اللاتي يفضلن الاستماع للمضامين المتعلقة بالصحة في برامج متخصصة صحية أكبر بـ 78.33% وهذا راجع إلى أن المرأة حريصة على سماع المعلومات الصحية في برامج متخصصة بمجال

الصحة فقط من قبل متخصصين ، وتلها ضمن نشرات الأخبار بنسبة 11.66% وهذا راجع إلى ملل المرأة من الأخبار أو استيعابها للعناوين فقط وأخيرا برامج عامة تصل إلى 10 % . لأن المدة الزمنية المخصصة للحديث عن الصحة في البرامج العامة تكون قصيرة مقارنة بالبرامج المتخصصة في الصحة.

الجدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب رضاهم على نوعية البرامج الصحية المقدمة في إذاعة تبسة

النسبة المئوية	التكرار	الرضا عن البرامج الصحية
35 %	21	نعم
6.66 %	04	لا
58.33 %	35	نوعا ما
100 %	60	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه أن نسبة الرضا عن نوعية البرامج الصحية المقدمة في إذاعة تبسة عند النساء المبحوثات تتأرجح بين نوعا ما بـ 58.33% ، و نسبة 35% من أفراد العينة راضيات تماما عن نوعية البرامج المقدمة في إذاعة تبسة، أما 6.66% أجابوا بلا بمعنى أنهم غير راضيات على نوعية البرامج الصحية المقدمة في إذاعة تبسة .

حيث لا تزال الإذاعات المحلية الجزائرية تعاني من مشاكل متعددة وخاصة في المجال البشري الذي تنقصه التجربة العالية إضافة إلى نقص التقنيات الحديثة المستخدمة في الإعلام المسموع كما يبقى نجاح هذه الإذاعات مرهونا بإعداد دراسات شاملة حول انشغالات واهتمامات جمهور كل منطقة ومنها الجمهور النسوي حتى تتمكن هذه الوسيلة الإعلامية من الاستجابة لهذا الجمهور. (سويقات، 2010 ، ص165)

الجدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب اقتراحاتهم لتحسين مستوى البرامج الصحية الإذاعية

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
20%	12	تخصيص وقت كاف للبرامج الصحية
16.66%	10	تقديم هذه البرامج في وقت يسمح للمرأة الماكثة في البيت والعاملة للاستماع والاستفادة من هذه البرامج
13.33%	08	تبسيط اللغة المستعملة حتى تتمكن كل النساء من الاستفادة والمشاركة في هذه البرامج
11.66%	07	الاهتمام بمواضيع جديدة وعدم التكرار أي التنوع ببرامج جديدة
10%	06	تقديم النصائح والإرشادات لتحسين مستوى البرامج الصحية والوقائية
10%	06	استضافة ذوي الخبرة والاختصاص
8.33%	05	عدم التكلم كثيرا بالفرنسية لان مستمعي الإذاعة بين أمي ومتعلم
10%	06	ليس لدي أي اقتراح
100%	60	المجموع

من خلال بيانات الجدول والموضحة لاقتراحات أفراد العينة لتحسين مستوى الحصص الإذاعية يلاحظ أنها متنوعة ومختلفة، وهذا يدل دلالة واضحة على التفاعل الايجابي لأفراد العينة مع الموضوع، فنسبة كبيرة ممن يقترحون تخصيص وقت كاف للبرامج الصحية بنسبة تقدر 20%، وتلهمها تقديم البرامج الصحية في وقت يسمح للمرأة الماكثة في البيت أو العاملة للاستماع والاستفادة من هذه البرامج بنسبة 16.66% و كذا اقتراح تبسيط اللغة المستعملة من طرف المذيعين حتى تتمكن المستمعات من الاستفادة من البرامج حيث تقدر بـ 13.33% وكذا الاهتمام بمواضيع جديدة وعدم التكرار أي التنوع في عرض برامج جديدة ومناقشتها وتقديم اقتراحات وكذا تقديم النصائح والإرشادات لتحسين مستوى البرامج الصحي والوقائية بنسبة 10% وكذا استضافة ذوي الخبرة والاختصاص من أطباء لمناقشة بعض الأمراض بنسبة 10% وكذا عدم التكلم الكثير بالفرنسية لان مستمعي الإذاعة بين أمي ومتعلم .

النتائج العامة :

- ✓ تتعرض المرأة التبسية للإذاعة المحلية في بعض أيام الأسبوع فقط بنسبة 45%.
- ✓ نسبة 41.66% من أفراد العينة يستغرقن اقل من ساعة في سماع الإذاعة.
- ✓ نسبة اللاتي يستمعن للإذاعة في فترات غير محددة من اليوم هم الأعلى بلغت 40%.
- ✓ من دوافع استخدام المرأة لإذاعة تبسة الجهوية هو التعرف على الأخبار المحلية بنسبة 50%، ثم التثقيف الصحي بنسبة 18,33%.
- ✓ المضامين المفضلة لدى عينة الدراسة هي الموضوعات التي تهتم بشؤون الصحة بنسبة 61.66% . نسبة أفراد العينة اللاتي يتابعن برامج صحية بشكل مستمر من خلال الإذاعة المحلية هي 70%.
- ✓ أهم المجالات الصحية التي تفضل النساء الاستماع إليها من خلال إذاعة تبسة الجهوية هي المضامين الإعلامية التي تهتم بصحة الطفل بنسبة 46.66%.
- ✓ أفضل حصة تتعرض لها المرأة في إذاعة تبسة الجهوية هي حصة يوم جديد بنسبة 33.33%، وتليها حصة طبيبك معك بنسبة 26.66% وأخيرا حصة حواء وطبيب على الهواء بنسبة ما بين 25% و 33.33%.
- ✓ عدم متابعة النساء لإذاعة تبسة في شهر أكتوبر بلغت 78.33% هذا الشهر الذي يطلق عليه الشهر الوردي لأنه مخصص للحديث عن سرطان الثدي.
- ✓ 60% من أفراد العينة يرون أن كم المعلومات الصحية التي تبثها الإذاعة المحلية بتبسة متوسطة بمعنى يجب تنمية المجال الصحي
- ✓ 100% من مفردات العينة يؤكدون على ضرورة وجود برامج صحية في أي إذاعة ذلك لأهمية الصحة في حياتهن اليومية. وباعتبار الإذاعة المحلية تلعب دورا مهما في التعبير عن اهتمامات واحتياجات المرأة في المجال الصحي .
- ✓ بلغت نسبة أفراد العينة اللاتي يفضلن الاستماع للمضامين المتعلقة بالصحة في برامج متخصصة صحية 78.33% و هذا راجع إلى أن المرأة حريصة على سماع المعلومات الصحية في برامج متخصصة بمجال الصحة فقط من قبل متخصصين.
- ✓ نسبة الرضا عن نوعية البرامج الصحية المقدمة في إذاعة تبسة عند النساء المبحوثات بدرجة نوعا ما بلغت 58.33%.
- ✓ نسبة 20% من النساء المبحوثات يقترحن تخصيص وقت كاف للبرامج الصحية .

خاتمة:

تعد الإذاعة أهم مصادر التثقيف التي تساعد أفرادها على الإلمام بمختلف الموضوعات والحقائق التي تسهم في تنمية وعيهم في جميع المجالات منها الصحة ولكي تؤدي دورها تقوم بمجموعة من الوظائف التي تتكامل لتحقيق هذا الدور، من خلال تقديم موضوعات بأقل تكلفة وأكثر جاذبية وتنوعا تصل إلى جماهير عريضة منها جمهور النساء والتأثير فيهم وتحريك عواطفهم، واستمالتهم للموضوعات ببساطة لما تتميز به من الجذب والإيحاء والسرعة.

فالصحة محور حياة شامل لكل الجوانب تزداد أهميته في المجتمع بارتفاع درجة التثقيف لدى أفرادهم فيزداد تماسكه، وبناء على المعطيات الإحصائية توصلت الدراسة إلى أن الإذاعة لها دور في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية بصفة عامة والمرأة التبسية بصفة خاصة، إلا أن هذا الدور يبقى متوسطا.

توصيات:

- ✓ دعوة الإذاعة بتشجيع المستمعين على تنمية الثقافة الصحية من خلال المسابقات والندوات وفتح باب المشاركة والحوار مع اكبر فئة من النساء.
- ✓ نوصي الإذاعة الاستفادة من الآراء والمقترحات التي يقدمها جمهور النساء والاهتمام بإجراء أبحاث ودراسات للوصول إلى أفضل أداء.
- ✓ إمكانية الاستفادة من خبراء ومتخصصين في المجال الصحي ويكون ذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة وهذا للتعامل مع المعلومات الصحيحة لتوعية جميع أفراد المجتمع.
- ✓ مراعاة أوقات عرض البرامج الصحية في وقت يتناسب مع ظروف المرأة ليكون هناك وعي صحي واهتمام من قبلها.
- ✓ مراعاة الدقة في طرح مواد التثقيف الصحي لارتباطها بالحياة الخاصة للمرأة وحياة أطفالها وأسرتها حتى تحقق الفائدة ولا يكون هناك انعكاس سلبي .

قائمة المراجع:

✍️ الكتب:

1. ابراهيم إمام. (1985). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2 ، القاهرة: دار الفكر العربي
2. احمد محمد بدح وأيمن سليمان وآخرون. (2009). الثقافة الصحية، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
3. محمد علي البدوي. (2006). دراسات سوسيو إعلامية ، ط1، بيروت : دار النهضة العربية
4. محمد منير حجاب. (1998) . الإعلام والتنمية الشاملة ، ط1 ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع.
5. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام على. (2006). الإعلام والمجتمع، ط2 ، الدار المصرية اللبنانية.

✍️ الرسائل الجامعية:

6. طاهري لخضر. (2011-2012). واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، (إذاعة الجلفة المحلية نموذجاً)، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خيضر محمد، بسكرة.
7. سويقات لبنى. (2010). الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة وهران .

✍️ الويبوغرافيا:

8. مراد شوابكة ، أهمية التثقيف الصحي ، متاح على الرابط <http://mawdoo3.com>
9. منتهى عبد الحسن عبد الله ، الإعلان والمرأة : التأثير على السلوك الشرائي للمرأة ، <https://books.google.dz/books?id=Ha8PDgAAQBAJ&pg>