



اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة أزمة كورونا

-دراسة ميدانية على عينة من ذوي الاحتياجات الخاصة-

Title in English Directions avec des besoins spéciaux vers des campagnes de sensibilisation à la télévision pour faire face à la crise de Corona - a field study on a sample of special needs-

محمد الصغير كاوجة*

جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة (الجزائر)، kaoudja@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/04/02

تاريخ الاستلام: 2021/02/07

DOI : 10.53284/2120-009-002-029

ملخص:

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة أزمة كورونا، حيث هدفت إلى رصد وتحليل اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية القائمة حول وباء كورونا، وعليه تم جمع البيانات من المبحوثين بالاعتماد على أداة المقابلة الهاتفية التي تمت وفق طريقة العينة القصدية، وبالتالي تم الاعتماد على المنهج المسحي الوصفي وهو ما مكنا من الوصول إلى الأهداف المرجوة.

كلمات مفتاحية: ذوي الاحتياجات الخاصة، حملات التوعية، التلفزيون، أزمة كورونا.

Abstract:

This study started from the problem of attitudes of people with special needs towards television awareness campaigns to confront the Corona crisis, as it aimed to monitor and analyze the trends of people with special needs towards the existing television awareness campaigns about the Corona epidemic, and accordingly, data were collected from the respondents based on the telephone interview tool that it was carried out according to the intentional sampling method, and accordingly, the descriptive survey method was adopted, which enabled us to reach the desired goals.

Keywords: People with Special Needs, Awareness Campaigns, Television, Corona Crisis.



1. مقدمة:

يشهد العالم في الآونة الأخيرة حالة من الخوف و الهلع جراء أزمات مست بالصحة الجسدية، هذه الأخيرة التي تعد نعمة من نعم الله عز و جل على الإنسان، فوجب على كل إنسان المحافظة عليها والاهتمام بها، وذلك من خلال وعيه بكافة الأمور التي تمر بها من مخاطر و تهديدات قد تهدد حياته، وقد اختلفت المصادر التي تزود الأشخاص بالمعلومات والتوجيهات وكذا توعيتهم، حيث أولى الإعلام عنايته واهتمامه بهذا الشأن بإجراء حملات توعية عبر مختلف وسائله لمواجهة فيروس كورونا المستجد والمعروف بكوفيد-19، «إذ يعد هذا الفيروس سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل، فهو يستهدف أساسا الجهاز التنفسي للإنسان ويهاجم خلاياه ويدمرها مما يعيق وظيفته، إذ يتكاثر داخل الخلايا مؤديا إلى موتها مما يضعف جهاز المناعة فيفقد الجسم قدرته على التحمل وبالتالي الوفاة». (بوعموشة، 2020، ص114)

فمنذ انتشار وباء كورونا تم تكريس العديد من الطرق و الأساليب لمواجهة والتغلب عليه، من أبرزها حملات التوعية التلفزيونية التي سعت إلى تقديم المعلومات الكافية للوقاية من هذا الوباء، وذلك من خلال طرح العديد من الموضوعات الخاصة بهذه الأزمة الصحية وتقديم الإرشادات الكافية للتعامل معها، بحيث مس مضمون هاته الحملات العديد من الجوانب، فأهمية حملات التوعية هذه تكمن في كونها تهتم بمختلف الفئات و الشرائح الاجتماعية، فمجتعنا يتكون من شرائح عديدة متباينة السمات و الاتجاهات. وعليه يكون لزاما على مختلف الوسائل الإعلامية الاهتمام بكل شريحة من المجتمع بهدف حمايتها من المخاطر، ومن بين أهم الشرائح الاجتماعية التي تحتاج إلى اهتمام خاص ورعاية محددة هي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة باعتبارها فئة حساسة تحتاج إلى رعاية واهتمام خاصين، فالقيام بحملات التوعية التلفزيونية في ظل المخاطر الصحية التي قد يتعرض لها ذوي الاحتياجات الخاصة- والمتمثلة في الإصابة بوباء كورونا- لا بد منه في مثل هذا الوقت بغية توجيههم وتوعيتهم حول مخاطر وباء كورونا، وتقديم جميع التوجيهات والإرشادات في هذا الشأن. ومن خلال متابعة حملات التوعية التلفزيونية يلاحظ أنه تم تخصيص العديد من الفئات البرمجية من أجل توعية فئة ذوي الاحتياجات الخاصة بجائحة كورونا، وتقديم طرق الوقاية منها وكيفية تجنبها وكيفية حماية أنفسهم من خطر هذا الوباء، فحملات التوعية التلفزيونية تعتبر من أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الأفراد وبالتالي تشكيل اتجاهاتهم نحو سلوكيات ومواقف في حياتهم اليومية.

2. إشكالية الدراسة:

تلعب وسائل الإعلام دورا أساسيا في تقديم المعلومات وتوجيه الأفراد وتوعيتهم بمختلف الأحداث والمستجدات، التي تم مختلف فئات المجتمع خاصة في ظل الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات من حين إلى آخر، فمنذ ظهور وانتشار باء كورونا (COVID-19) وتساعد خطورته حرصت مختلف الوسائل الإعلامية على نشر الوعي الصحي لمنع تفشي هذا الوباء، حيث تضافرت جهود هذه الوسائل في شن حملات لتوعية الأفراد بخطورة هذا الوباء و بالخصوص حملات التوعية التلفزيونية.

فالتلفزيون له القدرة على إيصال الفكرة على أتم وجه باعتبار أنه وسيلة يتحد من خلالها الصوت والصورة، مما يجعل منه وسيلة مقنعة تلفت الانتباه والسمع أكثر من غيرها من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة، فتؤثر الصورة المتحركة مع الصوت بوجود فرص إبداعية هائلة ومرونة في تعزيز الرسالة الإعلامية. كما يستطيع التلفزيون الوصول لأكثر عدد من الجمهور في نفس الوقت وبسرعة فائقة على عكس باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث أنه يعتبر إحدى أكثر الوسائل



إقبالاً من الجماهير على اختلاف خصائصهم وأمزجتهم وعاداتهم، بما يجعل المواد المعروضة أكثر عرضة للمشاهدة، و بالتالي وصول الرسالة الإعلامية إلى كافة الجماهير.

فحملات التوعية التلفزيونية تلعب دوراً كبيراً في التثقيف والتوعية وإيصال المعلومة للمتلقين حول مختلف الأحداث والقضايا المتنوعة سواء الصحية أو الاجتماعية وغيرها، كما وقد هدفت هذه الحملات إلى توعية مختلف أفراد و فئات المجتمع، فقد خصصت حملات توعية لذوي الاحتياجات الخاصة سعياً لتقديم الإرشادات والتوجيهات لهذه الفئة في ظل انتشار وباء كورونا. فهذه الأخيرة تعد من أكثر فئات المجتمع حساسية وهشاشة.

وبالنظر إلى الدور الكبير الذي تلعبه حملات التوعية التلفزيونية هذه في نشر الوعي الصحي بجائحة وباء كورونا، ووجب معرفة مدى نجاح هذه الحملات في تحقيق أهدافها المرجوة و توعية فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، و هذا ما دفعنا إلى طرح التساؤل التالي:- ما هي اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة أزمة كورونا؟
3. تساؤلات الدراسة:

- ما مدى وعي ذوي الاحتياجات الخاصة بخطور وباء كورونا و طرق الوقاية منه و التعامل معه؟
- ما مدى تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لحملات التوعية التلفزيونية بوباء كورونا؟
- كيف يقيم ذوي الاحتياجات الخاصة حملات التوعية التلفزيونية في ظل أزمة كورونا؟
- ما هي مقترحات ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير حملات التوعية التلفزيونية في ظل أزمة كورونا؟

4. أهداف الدراسة:

- معرفة مدى وعي ذوي الاحتياجات الخاصة بخطور وباء كورونا و طرق الوقاية منه و التعامل معه.
- الكشف عن تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لحملات التوعية التلفزيونية حول وباء كورونا.
- معرفة تقييم ذوي الاحتياجات الخاصة لحملات التوعية التلفزيونية في ظل أزمة كورونا.
- معرفة مقترحات ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير حملات التوعية التلفزيونية في ظل أزمة كورونا.

5. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة في كونها تتطرق لأزمة صحية تمر بها المجتمعات في وقتنا الحالي وكذا خطورة هذا الوباء وبالأخص على فئة حساسة من المجتمع ألا وهي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، فالدراسة تواكب الواقع الحالي للمجتمعات، كما تعمل على البحث في موضوع اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية ومدى استفادتهم من المعلومات التي تقدمها هذه الحملات وذلك لمواجهة فيروس كورونا بأحسن الطرق و الأساليب و تقديم سبل الوقاية والتعامل مع هذا الوباء الخطير، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة قد تفيد القائمين على إعداد حملات التوعية التلفزيونية في إعادة تقييم حملاتهم ومضمونها.



6. نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية التي تهدف إلى وصف ظاهرة معينة و التي تتمثل في تحديد اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة لوباء كورونا. أما عن المنهج والذي يعد " ذلك الطريق المؤدي إلى كشف الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" (العساف، 2006، ص90)، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي «الذي يستهدف تصوير و توثيق الوقائع و الحقائق في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم و تركيب هذا لجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية و درجاتها أو شدتها و مستويات الاهتمام و التفضيل». (محمد، 2000، ص159)

7. مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي (أنجس، 2004، ص298)، ويتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة في ولاية ورقلة، فهو يشمل جميع الوحدات التي نرغب في دراستها. وانطلاقاً من خصائص مجتمع البحث و صعوبة حصره الذي يتطلب الكثير من الوقت والجهد، إضافة إلى ذلك غياب إطار واضح، وبالتالي وقع الاختيار على نوع من العينات غير الاحتمالية وهي العينة القصدية بحيث «يختار الباحث في هذه العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، مثل دراسة آراء و اتجاهات قادة الرأي، أو القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة، أو المرأة العاملة ومشاهدتها لبرامج المرأة على سبيل المثال» (محمد، 2000، ص141)، فقد تم اختيار 25 مفردة من مجتمع الدراسة بطريقة قصدية.

8. أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على المقابلة كأداة أساسية لجمع البيانات، فالمقابلة هي عملية تتم بين الباحث وشخص آخر أو مجموعة أشخاص، تطرح من خلالها أسئلة، ويتم تسجيل إجاباتهم على تلك الأسئلة المطروحة (منذر الضامن، 2007، ص96)، فالقائم بالمقابلة يمكن أن يشرح الغرض من الدراسة، ويمكن أن يشرح بوضوح أكثر المعلومات المحددة التي يريدتها وإذا أساء المستجوب فهم أو تفسير السؤال فإن القائم بالمقابلة يمكن أن يوضح الأمر بسؤال آخر وفي نفس الوقت فإن القائم بعمل المقابلة يستطيع أن يستشف و يقيم إخلاص وعمق نظرة الشخص المستجوب. (بدر، د س، ص338)

9. حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: يتمحور موضوع الدراسة حول رصد و تحليل اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة جائحة كورونا.
- الحدود الزمانية: تمتد الفترة الزمنية لانجاز هذه الدراسة من 01 فيفري 2021 إلى غاية 01 مارس 2021.
- الحدود البشرية: وتشمل فئة ذوي الاحتياجات الخاصة وبالتحديد في ولاية ورقلة.



10. المقاربة النظرية:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و التي تفترض بأن الأفراد يلجؤون إلى وسائل الإعلام للحصول على المعلومات التي يحتاجونها لتحقيق أهدافهم، فقد «نشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام منذ السبعينات و هي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور و وسائل الإعلام و النظام الاجتماعي». (مكاوي والشريف، 2000، ص125).

كما تقوم هذه النظرية «على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي إذ يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلي حاجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات من خلال تحقيق ثلاثة تأثيرات: معرفية، وعاطفية، وسلوكية، إذ أن ما يشعر به الفرد من غموض تجاه بعض القضايا يدفعه إلى البحث عن معلومات جديدة تليها وسائل الإعلام عادة، وفي المرحلة الثانية تتشكل المواقف وفيها تلعب العوامل الوسيطة والانتقائية دورا مهما تجاه قضية ما. ثم يبدأ الإعلام من خلال التخطيط المدروس لطرح القضايا بدفع الأفراد إلى اختيار المعلومات وتحليلها بالشكل الذي يناسب احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، ومن ثم التأثير على المخزون المعرفي لديهم وتحديد مواقفهم النهائية من المواضيع المختلفة». (الموسى، 2003، ص164)

وقد تم الاعتماد على هذه النظرية كونها تقدم تفسيراً لاعتماد الأفراد على حملات التوعية التلفزيونية وبالأخص فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، باعتبار أن هذه الحملات جزءاً من وسيلة إعلامية والتي هي التلفزيون وذلك بهدف الحصول على أبرز الأحداث والمستجدات حول وباء كورونا وبالتالي يلي حاجاتهم المعرفية.

11. تحديد مفاهيم الدراسة:

- ذوو الاحتياجات الخاصة: يعتبر ذوو الاحتياجات الخاصة كل فرد يختلف عن غيره في أحد الجوانب الشخصية بحيث يحتاج إلى خدمات معينة تختلف عن احتياج الأفراد العاديين (بن شريك، مسعودان، شنيخ، 2020، ص53)، كما يشمل مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة بصفة عامة قسمين «القسم الأول يتمثل في فئة الموهوبين، والقسم الثاني هم ذوي الإعاقات المختلفة أي أن ذوي الاحتياجات يصنفون إلى قسمين، فئة الموهوبين، وفئة المعاقون» (بن سولة، 2014، ص196)، بالإضافة إلى ذلك جاء «تعريف هام للأمم المتحدة يختص بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وهو يرى أن ذوي الاحتياجات الخاصة هو الشخص العاجز عن تأمين الضروريات العادية للحياة الفردية والاجتماعية بنفسه بصورة كلية أو جزئية بسبب قصور خلقي أو غير خلقي في قدراته الجسمانية أو العقلية». (بن شريك، مسعودان، شنيخ، 2020، ص60)

- وباء كورونا: هو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا) والاسم الإنجليزي مشتق كالأتي co هما أول حرفين من كلمة كورونا Carona و vi هما أول حرفين من كلمة فيروس Virus و D وهو أول حرف من كلمة Disease وأطلق على هذا المرض سابقاً اسم 2019 Novel وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي.

(بنبيدير، د س، ص67)



وفيروس كورونا المستجد (ncov) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر وفيروسات كورونا حيوانية المنشأ، أي أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر، اكتشف المرض في ديسمبر 2019 في مدينة ووهان وسط الصين، وأطلق عليه اسم ncov2019 وقد صنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 (جائحة). (بوعموشة، 2020، ص125-126)

- حملات التوعية التلفزيونية:

- الحملة: لغويا جمعها حملات وهو ما يحمل دفعة واحدة، حملة عيدان وحملة عسكرية، وهي كل عملية ذات مدة زمنية معينة وهدف دعائي. (المنجد في اللغة العربية، 2001، ص332)،

أما اصطلاحا تعد الحملات «تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة آخذين في الاعتبار التخطيط والمنهج والترويج والتوزيع وبحوث التسويق». (البكري، 2007، ص62)

- التوعية: يعرفها معجم مقاييس اللغة «التوعية مصدر وعي وهي التفهيم و التوضيح و الإرشاد وهي مأخوذة من الوعي وهو الحفظ والفهم والإدراك والعمل، والأصل في الوعي ضم الشيء»، كما أن الوعي يعرف بأنه «عملية تعليم الناس العادات الصحية السليمة ومساعدتهم على نبذ الأفكار والسلوكيات والاتجاهات الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم عن قصد، نتيجة الفهم والإقناع باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري» (قرة، د س، ص116)، فمفهوم التوعية يعتبر عملية تزويد الأشخاص و المجتمعات بالمعلومات والتوجيهات بهدف تغيير سلوكياتهم للأحسن.

- التلفزيون: يعد التلفزيون من أهم الوسائل السمعية البصرية انتشارا وتأثيرا في الجمهور فهو يعتبر «وسيلة لنقل الصور المتحركة والصوت في آن واحد وتخطب هذه الوسيلة جماهير لا تعد ولا تحصى في كل جهات العالم أينما وجدوا في مناوئهم، في الأماكن العامة والنوادي والمقاهي والمدارس». (أكلي، 2007، ص75).

ويعتبر التلفزيون جهاز لنقل الصوت والصورة معا، حيث يتكون من جهاز التقاط وأجهزة إرسال، اخترع من طرف العالم الانكليزي "بيرد" سنة 1926. (سليم، 2010، ص17).

- حملات التوعية التلفزيونية: تعرف الحملات الإعلامية بصفة عامة بأنها «الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية و الأساليب الابتكارية، لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها تعتمدها، وذلك باستخدام إستراتيجية أو أكثر عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد». (البكري، 2007، ص62).

كما يقصد بحملات التوعية التلفزيونية تلك البرامج التلفزيونية الموجهة لفئات معينة من الجمهور، تسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية معينة من خلال القيام بمجموعة من الجهود المخططة مسبقا، و تكون هذه الحملات للتوعية حول موضوع معين.

12. أهمية حملات التوعية التلفزيونية في نشر الوعي حول وباء كورونا:

تعتبر الصحة السليمة من ضروريات الحياة لدى الإنسان والتي يعمل جاهدا للحفاظ عليها خاصة في ظل الأزمة الصحية لوباء كورونا، وذلك من خلال الوقاية واتخاذ التدابير اللازمة لتجنب الإصابة بهذا الوباء الخطير، فهذا ما سعت لتحقيقه حملات التوعية التلفزيونية، فاهتمام الوسائل الإعلامية بالأوضاع الصحية للمجتمعات أمر لا بد منه، كونها المصدر



الأساسي والأول لنقل الأحداث والوقائع التي تعيشها المجتمعات، فتكمن أهمية حملات التوعية التلفزيونية في نشر الوعي حول وباء كورونا في النقاط التالية:

- العمل على تحسيس المجتمعات حول وباء كورونا بهدف تنبيه المجتمع وزيادة الوعي حول هذا الوباء.
- تقديم طرق التعامل مع هذا الوباء الخطير لتجنب الإصابة به من خلال تقديم جملة من الإرشادات الهامة على سبيل المثال: الحث على النظافة من خلال غسل اليدين و كذا استخدام معقمات طبية،بالإضافة إلى ضرورة ارتداء الكمامات الواقية.
- إقناع الجمهور المستهدف والتأثير عليه لتغيير اتجاهاته و التحسين من سلوكياته بغية الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا.
- الحث على مدى ضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي في ظل هذه الأزمة الصحية.

13. حملات التوعية التلفزيونية المخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة في القنوات الجزائرية:

تمت برمجة العديد من البرامج التوعوية في ظل أزمة كورونا التي تعرفها المجتمعات في الآونة الأخيرة، سعياً منهم للحد من انتشار هذا الوباء الذي يهدد حياة الأفراد والجماعات وتظهر جهود هذه القنوات التلفزيونية من خلال بث مقاطع توعوية بمشاركة مشاهير سواء رياضيين أو ممثلين، ومن أولى القنوات التي اهتمت بشن حملات توعوية رامية للحد من انتشار وباء كورونا نجد القناة الجزائرية العمومية الأولى أو ما تعرف بالقناة الأرضية التي بدورها برمجت العديد من الحملات التوعوية التي مست جميع فئات وشرائح المجتمع من بينها حملات خاصة بالأطفال مصممة على شكل رسوم متحركة تحتوي على ألوان وأشكال هادفة لتوعية فئة الأطفال خصيصاً، كما تم برمجة حملات أخرى موجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة تحتوي على لغة الإشارة بهدف تقديم توجيهات وإرشادات للتعامل مع وباء كورونا وكذا تجنب الإصابة به.

حتى وإن قلت حملات التوعية المخصصة لحماية ذوي الاحتياجات الخاصة، إلا أننا نجد أغلب حملات التوعية التلفزيونية تحتوي على رسومات توضيحية بهدف توضيح كيفية التعامل مع الوباء لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تضمنت العديد من الحملات إرشادات توعوية متحركة على سبيل المثال رسم توضيحي لغسل اليدين وكذا ارتداء الكمامات، بالإضافة إلى الحث على التباعد الاجتماعي ما بين الأفراد، كل ما سبق يعد بمثابة جهود قامت بها القنوات التلفزيونية لحماية فئة ذوي الاحتياجات الخاصة من هذا الوباء الخطير.

14. الجانب التطبيقي للدراسة:

تم في هذا الجانب استعراض نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال تطبيق أداة المقابلة على عينة الدراسة.

- السؤال الأول: ماذا تعرف عن حملات التوعية التلفزيونية المخصصة لوباء كورونا؟

عند سؤال أفراد العينة عن المعلومات التي يعرفونها حول حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة وباء كورونا، تم إجماع 79% من ذوي الاحتياجات الخاصة على أن هذه الحملات هي عبارة عن فقرات برامجية تتضمن معلومات حول الوباء وتقدم إرشادات وتوجيهات حول كيفية التعامل مع هذا الوباء، كما تقدم طرق الوقاية من الإصابة بهذا الوباء مثل ضرورة التقيد بالتباعد الاجتماعي وعدم الاختلاط وكذا الالتزام بالحجر الصحي، كما أجمع 21% من أفراد العينة على أن هذه



الحملات ركزت على ضرورة الالتزام بالنظافة من غسل يدين واستخدام معقمات خاصة عند الدخول إلى المنزل لتجنب الإصابة بهذا الوباء.

- السؤال الثاني: هل تشاهد حملات التوعية التلفزيونية المخصصة لمواجهة وباء كورونا بصورة منتظمة؟

عند طرح هذا السؤال على أفراد العينة تمت الإجابة بـ نعم من قبل 69% من أفراد العينة الذين أكدوا على اهتمامهم بهذه الحملات و يشاهدونها يوميا. أما 31% من باقي المبحوثين أكدوا على أن تعرضهم لهذه الحملات يكون عبر فترات زمنية متباعدة و ليست بصورة منتظمة و يومية.

- السؤال الثالث: ما هي أبرز القنوات التلفزيونية التي اهتمت بإعداد حملات توعية لذوي الاحتياجات الخاصة حول

وباء كورونا؟

عند سؤال أفراد العينة عن أبرز القنوات التلفزيونية التي اهتمت بإعداد حملات توعية لمواجهة وباء كورونا مخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة كان إجماع (76%) من المبحوثين على أن القنوات الجزائرية العمومية هي أبرز القنوات التي اهتمت بإعداد حملات توعية للوقاية من وباء كورونا، أما باقي المبحوثين أكدوا على أن قناة الشروق هي الأخرى اهتمت بإعداد حملات توعية تضمنت بعضها منها موجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة.

الجدول 1: يمثل السؤال الثالث

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	القنوات الجزائرية العمومية	19	76%
02	قناة الشروق	06	24%
03	قناة النهار	00	00%
04	قنوات أخرى	00	00%
	المجموع	25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال الرابع: هل ساعدتك حملات التوعية التلفزيونية حول وباء كورونا على اكتساب المعلومات؟

عند طرح هذا السؤال على المبحوثين كانت الإجابات التي حازت على أكبر تكرار هي أن هذه الحملات ساعدت جدا بتقديم المعلومات حول وباء كورونا، كما أكد بعض المبحوثين أن هذه الحملات قدمت بعض المعلومات فقط.

الجدول 2: يمثل السؤال الرابع

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	ساعدت جدا بتقديم المعلومات	21	84%
02	قدمت بعض المعلومات فقط	04	16%
03	لم تتطرق لكافة المعلومات حول الوباء	00	00%
	المجموع	25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال الخامس: ما مدى وعيك بمخاطر وباء كورونا؟



عند طرح هذا السؤال على أفراد العينة تم إجماع (72%) منهم على أن وباء كورونا هو وباء خطير يهدد حياة المجتمعات بالإضافة إلى كونه فيروس انتشر بصورة سريعة وهو ما يستدعي الخوف منه والعمل على الوقاية منه بكل الطرق والأساليب، أما (28%) من باقي أفراد العينة أكدوا على أن هذا الوباء مثله مثل الأنفلونزا الموسمية بحيث لا يستدعي الخوف أبدا.

الجدول 3: يمثل السؤال الخامس

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	وباء خطير	18	72%
02	وباء مزيف ليس له وجود	00	00%
03	الأمر لا يستدعي الخوف	07	28%
	المجموع	25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال السادس: ما هي أهم وسائل الوقاية من فيروس كورونا من وجهة نظرك؟
عند طرح سؤال ما هي أهم الوسائل للوقاية من وباء كورونا تم إجماع (84%) من أفراد العينة على أن الالتزام بالحجر الصحي هي أهم وسائل الوقاية من الإصابة بوباء كورونا، كما أكد البعض الآخر من أفراد العينة على أن المحافظة على ارتداء الكمامة وغسل اليدين هما أهم الطرق القادرة على حماية الشخص من الإصابة بهذا الوباء الخطير.

الجدول 4: يمثل السؤال السادس

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	الالتزام بالحجر الصحي	21	84%
02	المحافظة على ارتداء الكمامة	02	08%
03	غسل اليدين	02	08%
04	التباعد الاجتماعي قدر الإمكان	00	00%
05	جميع ما سبق	00	00%
	المجموع	25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال السابع: هل نجحت هذه الحملات الخاصة بالتوعية التلفزيونية لمواجهة فيروس كورونا في تحقيق أهدافها؟

عند سؤال أفراد العينة عن مدى نجاح حملات التوعية التلفزيونية كانت أغلب الإجابات أن هذه الحملات حققت نجاحا كبيرا وبالتالي وصلت لجميع أهدافها المرجوة، فقد أكد أفراد العينة على أن هذه الحملات قدمت العديد من المعلومات المفيدة والتي من خلالها يستطيع الشخص تجنب الوقوع في الأخطاء والتي ساعدت في الوقاية من هذا الوباء.



الجدول 5: يمثل السؤال السابع

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	ناجحة جدا	25	100%
02	حققت بعض أهدافها	00	00%
03	لم تكن مؤثرة	00	00%
المجموع		25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال الثامن: ما مدى استمرارية حملات التوعية الخاصة بفيروس كورونا؟

عند طرح السؤال حول مدى استمرارية هذه الحملات كانت الإجابات التي حازت على أعلى تكرار كما تشير النتائج في الجدول رقم (06) أن هذه الحملات بدأت مكثفة ثم قلت تدريجيا بنسبة 92%، كما أكد 08% من الباحثين أن هذه الحملات انقطعت في فترة من الزمن.

الجدول 6: يمثل السؤال الثامن

الرقم	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
01	مكثفة و قوية	00	00%
02	انقطعت في فترة من الزمن	02	08%
03	بدأت مكثفة ثم قلت تدريجيا	23	92%
المجموع		25	100%

المصدر: إعداد الباحثان

- السؤال التاسع: ما هي أهم المقترحات التي تراها مناسبة لتطوير حملات التوعية التلفزيونية حول وباء كورونا؟

عند طرح السؤال حول أهم المقترحات التي يراها أفراد العينة مناسبة لتطوير حملات التوعية التلفزيونية لمواجهة وباء كورونا أكد بعض الباحثين بضرورة تطوير هذه الحملات بإدراج فقرات تتضمن أطباء يوضحون كيفية التعامل مع هذا الوباء بخطوات مفصلة تساعد المتلقي على فهم كافة المعلومات حول هذا الوباء، كما قدم بعض الباحثين اقتراحات تمثلت في ضرورة إرفاق حملات التوعية التلفزيونية خاصة بلغة الإشارة مخصصة لفئة الإعاقة السمعية.



15. النتائج العامة للدراسة:

بعد إنهاء الجانب التطبيقي للدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تبين من خلال إجراء المقابلة مع عينة البحث أن اغلب أفراد العينة لديهم وعي بالمخاطر التي قد تلحق بهم من جراء الإصابة بوباء كورونا، كما أن معظم أفراد العينة يدركون جيدا مدى خطورة هذا الفيروس على صحتهم، بالإضافة إلى كونهم على علم بكافة طرق الوقاية منه و التعامل معه.
- بينت نتائج الدراسة كذلك أن أفراد العينة يتعرضون لحملات التوعية التلفزيونية حول وباء كورونا بصورة منتظمة.
- إضافة إلى أنه من خلال تطبيق أداة المقابلة مع فئة ذوي الاحتياجات الخاصة تبين لنا أنهم يقيمون حملات التوعية التلفزيونية على أنها ناجحة جدا و بالتالي حققت اغلب أهدافها المرجوة.
- قدم أفراد العينة جملة من المقترحات التي يرونها مناسبة بغية تطوير هذه الحملات و جعلها أكثر تأثيرا، كما أكد بعض من الباحثين على ضرورة توسيع اهتمامات هاته الحملات و جعلها أكثر دقة، وبالتالي ملامسة هذه الحملات لكافة فئات المجتمع دون استثناء، كما جاء في مقدمة مقترحات أفراد العينة ضرورة إعداد حملات بمشاركة أطباء يوضحون كل ما يخص من معلومات و إرشادات حول هذا الوباء، بالإضافة إلى تكثيف الحملات الخاصة بفئة الإعاقة السمعية باستخدام لغة الإشارة.



16. الخاتمة:

وفي الختام، وخلاصة لما تم استعراضه يمكننا القول أن حملات التوعية التلفزيونية من أهم وأبرز الوسائل الإعلامية التي حققت نجاحا في إيصالها للرسالة الإعلامية على أتم وجهه، فقد سعت هذه الحملات إلى توعية مختلف أفراد وشرائح المجتمع دون استثناء، وعملت على تقديم التوجيهات والإرشادات اللازمة لمواجهة هذا الوباء، وزيادة المعارف والمعلومات حول وباء كورونا، وكذا تحقيق التوعية والتثقيف الصحي للمجتمعات، هادفة إلى تغيير السلوكيات والاتجاهات الخاطئة للأفراد، فقد اهتمت ب فئة ذوي الاحتياجات الخاصة بهدف حمايتها من المخاطر باعتبارها فئة حساسة تحتاج إلى رعاية خاصة.

وعليه نخلص إلى تقديم التوصيات التالية:

- تكثيف حملات التوعية التلفزيونية المخصصة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة.
- العمل على تطوير هذه الحملات من خلال تخصيص حملات خاصة بذوي الإعاقة السمعية تستخدم من خلالها لغة الإشارة.
- الإكثار من هذه الحملات مع ضرورة الاستمرارية حتى يتمكن المتلقي من متابعتها وترسخ لديه كافة الإرشادات وطرق الوقاية التي تتضمنها هذه الحملات.
- الاستعانة بأخصائيين من مختلف المجالات من بينهم الأطباء والنفسانيين وعلماء الاجتماع والتربية وكذا المختصين في مجال إعداد الحملات لتحقيق نجاح كبير والوصول إلى كافة الأهداف المرجوة.



17. قائمة المراجع:

- المعاجم:
- ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، 6/124.
- المنجد في اللغة العربية، الطبعة الثانية، (الأردن: دار الشرق للطباعة، 2001).
- الكتب:
- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، د.ط، (الدوحة قطر: المكتبة الأكاديمية، (د س)).
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2004).
- حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، الطبعة الأولى، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000).
- سليمان الموسى عصام، المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة الخامسة، (الأردن: الكتاني للنشر والتوزيع، 2003).
- صالح بن محمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط4، (السعودية: مكتبة العبيكان، 2006).
- عبد النبي سليم، الإعلام التلفزيوني، ط1، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).
- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، الطبعة الأولى، (مصر: عالم الكتب، 2007).
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، الطبعة الأولى، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007).
- الأطروحات:
- فضيلة أكلي، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، دراسة ميدانية حول تأثير القنوات الرقمية الغربية على مراهقي كل من حي باب الواد، الأبيار، حيدرة، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2008.



- المقالات العلمية:

- عائشة قره، حملات التوعية الإعلامية الالكترونية -دراسة سيميولوجية لحملة الوقاية من سرطان الثدي-، مجلة مصداقية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، (د س).
- عمر بن شريك، مخلوف مسعودان، عبد الرحمان شنيخر، توظيف الانترنت لترفيه الخدمة النفسية الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة -دراسة لعينة من المختصين بمديرية النشاط الاجتماعي بالجللفة-، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد12، العدد02، 2020.
- لىسا بنيدير، رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد 19 والسيطرة عليه في المدارس الأمانة العامة، اليونيسيف، نيويورك، (د س).
- نعيم بوعموشة، فيروس كورونا (كوفيد19) في الجزائر -دراسة تحليلية-، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد02، العدد02، 2020.
- نور الدين بن سولة ، دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة -دراسة في الاستخدامات والأشباع الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر-، مجلة الحوار الثقافي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، عدد 2014.