التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في التلفزيون الجزائري من منظور الجمهور: دراسة مسحية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية

La couverture médiatique de la pandémie Coronavirus à la télévision algérienne du point de vue du public

- Une étude d'enquête d'un échantillon d'étudiants en sciences de l'information et de la communication - l'université de Médéa -

فندوشي ربيعة *.

1- قسم علوم الإعلام والاتصال– جامعة يحي فارس بالمدية (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2021/04/14؛ **تاريخ المراجعة:** 2021/04/24؛ **تاريخ القبول:** 2021/05/05

ملخص:

في ظل الانتشار الواسع لفيروس كورونا عرف التلفزيون الجزائري تحديات كبيرة في التعاطي مع الجائحة من أجل الحفاظ على صورته كهيئة إعلامية رسمية من جهة ومحاولة إرضاء جمهوره وإشباع رغباته من جهة أخرى، وتسعى هذه الدراسة إلى إبراز آراء واتجاهات عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في التلفزيون الجزائري من خلال ما قدمه من مضامين وأشكال وأساليب وخطابات إعلامية.

تبين من النتائج أن التلفزيون الجزائري – حسب آراء العينة من جمهور الطلبة – حاول الالتزام قدر المستطاع بالقواعد المهنية وضوابطها من خلال الموازنة في عرض أخبار كورونا دون تهويل أو تهوين مع الحفاظ على رسمية المصادر، لكن هذا لم يمنع من ظهور بعض الانزلاقات والانحرافات في الممارسة الإعلامية بسبب الارتباك من هول الجائحة التي مثلت أزمة صحية فعلية، حيث إن أمر معالجتها إعلاميا يتطلب الخبرة والمهارة والتخصص في مجال الإعلام الصحي.

الكلمات المفتاحية: التغطية الإعلامية؛ جائحة كورونا؛ التلفزيون الجزائري؛ جمهور وسائل الإعلام

Résumé :

Avec la flambée d'épidémie covid 19, la télévision algérienne a connu de grands défis pour faire face à la pandémie afin de préserver son image autant d'entreprise médiatique officielle d'une part et de tenter de satisfaire son public et ses désirs d'autre part. Cette étude vise à mettre en évidence les points de vue et les tendances d'un échantillon d'étudiants en Sciences de l'information et de la Communication de l'université de Médéa envers la couverture médiatique de la pandémie Coronavirus à la télévision algérienne à travers les contenus, les formes, les méthodes et les discours médiatiques.

D'après les résultats - selon le point de vue de son public d'étudiants - il s'avère que la télévision algérienne a tenté de respecter les règles professionnelles en équilibrant la présentation des actualités de Coronavirus sans intimidation ni sous-estimation tout en préservant l'officialité des sources, mais cela n'a pas empêché l'apparition de certains dérapages à cause de la confusion de la pandémie qui représentait une véritable crise sanitaire. Ce qui demande de l'expérience, des compétences et une spécialisation pour avoir la bonne couverture médiatique.

Mots clés: la couverture médiatique ; La pandémie coronavirus; la télévision algérienne; L'Audience des médias

*فندوشي ربيعة: **الإيميل: fendouchi.rabia@gmail.com**

1. مقدمة:

أدى إعلان الصين عن ظهور الإصابات الأولى في مدينة ووهان بفيروس كورونا إلى دخول العالم في حالة طوارئ غير مسبوقة، فاتخذت الدول إجراءات عديدة من أجل تحقيق التباعد الاجتماعي ومنع الفيروس من الانتشار، واتخذت وسائل الإعلام من جهتها إجراءاتها من أجل التصدي للجائحة، فأخذت على عاتقها مهمة نقل أخبار الفيروس وحدود انتشاره وأعداد الإصابات، ومهمة نقل التعليمات والتوجيهات والإرشادات التي تقدمها الجهات المختصة كالمؤسسات الصحية والأطباء والخبراء.

وعلى غرار بقية دول العالم استحوذ تفشي فيروس كورونا منذ بدايات انتشاره على اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية من خلال نشر كم هائل من الأخبار والمعلومات والتحليلات والآراء والتعليقات والصور، وازدادت أهمية وسائل الإعلام الجزائرية في هذا الظرف لما لها من مسؤولية في توعية المواطنين وإرشادهم لتجنب العدوى بالمرض. وبين الإعلام المسؤول الذي اتبع التغطية الإخبارية الهادئة والمتوازنة في التعامل مع أخبار الوباء دون الذهاب إلى حد التهويل وترهيب الناس، وإعلام الإثارة الذي لم يلتزم بأبسط القواعد المهنية والمسؤولية الأخلاقية في الحفاظ على أمن المجتمع وسلامة أفراده، وإعلام الإنكار الذي انتهج سياسة الهروب إلى الأمام بالاستخفاف بالجائحة والتقليل من مدى خطورة الوباء؛ حاول الإعلام الرسمي بالجزائر من خلال التلفزيون الجزائري تأدية مهامه الإعلامية ومسايرة الحدث يوميا بتقديم إحصائيات عن المصابين والوفيات والمتعافين، وتوضيح أسباب الإصابة، وشرح طرق الوقاية، وبث أخبار اكتشاف اللقاح وغيرها من الموضوعات التي شغلت اهتمام الصحافيين والجمهور على حد سواء منذ الأسابيع الأولى لظهور أولى الحالات في مدينة بوفاريك بولاية البليدة إلى يومنا هذا. ومن أجل تقييم هذه التغطية الإعلامية وإبراز مدى تحليها بالأداء المهني المحترف والتزامها بأخلاقيات وقواعد المهنة ونجاحها من وجهة نظر الجمهور باعتبار أن المشاهد هو الحلقة الأهم في عملية التلقي تسعى هذه الدراسة إلى البحث في آراء واتجاهات ومواقف جمهور التلفزيون العمومي الجزائري المتمثل في عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية نحو تغطية أخبار جائحة كورونا من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما هي آراء واتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا من طرف التلفزيون الجزائري؟

وتنبثق عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- ما هي آراء طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية في مضامين التلفزيون الجزائري الخاصة بجائحة كورونا ؟

- هل تعتبر الأشكال الإعلامية المستخدمة لمعالجة موضوع كورونا في التلفزيون الجزائري مناسبة لإشباع حاجات الجمهور حسب طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية؟

-كيف يقيم طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية أسلوب وأداء التلفزيون الجزائري في تغطيته لجائحة كورونا؟

1.1 الإجراءات المنهجية:

لمعالجة الموضوع يتم استخدام المنهج المسحي وأداة الاستبيان من أجل استطلاع عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية، سنة أولى ماستر الذين يتابعون برامج التلفزيون الجزائري، وبذلك فقد تم الاعتماد على العينة القصدية والتي تشير إلى: " العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات" (بن مرسلي،2003، ص 197). وقد تم توجيه الاستبيان الذي تضمن ثلاث محاور عن الموضوع إلى مجموعة الطلبة المهتمين بمشاهدة هذه القناة، ليتم الحصول على عدد من مفردات العينة قدّر ب 40 مفردة، عشر (10) طلبة من الذكور و(30) من الإناث. وللإشارة يبلغ العدد الإجمالي لطلبة الماستر سنة أولى في تخصصي سمعي بصري واتصال وعلاقات عامة خلال السنة الجامعية 2021/2020 بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية 225 طالب، وهكذا قدّرت نسبة تمثيل العينة لمجتمع البحث ب 17,77 %، وهي قيمة مناسبة جدا.

1. 2 أهداف الدراسة:

يستمد الإعلام الرسمي من خلال التلفزيون الجزائري أهميته من رضى الجمهور المتلقي، كما أن تطوره منوطا بما يتكون لدى هذا الجمهور من فكرة صادقة وثقة كبيرة، لأن الثقة والمصداقية عاملان حاسمان في الرضى العام، وهو الأمر الذي يتطلب قياسه واختباره عبر دراسات ميدانية للوقوف على مدى تحققه فعليا، سيما عندما يتعلق الأمر بتغطية مواضيع وظواهر وأحداث حساسة وخطيرة تمس الرأي العام والصحة العمومية. وعليه تهدف هذه الدراسة إلى إبراز آراء الطلبة واتجاهاتهم نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في التلفزيون الجزائري لمحاولة تقييم مدى تحلي هذه المؤسسة العمومية بالمسؤولية المهنية والأخلاقية والاجتماعية المناسبة في تغطيتها للأزمات الصحية وكشف مدى نجاحها في التعاطي مع موضوع كورونا بما يحمله من حساسية وخطورة من أجل الحفاظ على صورتها كهيئة إعلامية رسمية من جهة ومحاولة إرضاء جمهورها وإشباع رغباته من جهة أخرى.

1. 3 تعريف المصطلحات:

– **التغطية الإعلامية:** تعني: "عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوعه ومتى وأين وكيف وقع؟ وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر" (حجاب، 2003، ص 732).

– **التلفزيون الجزائري:** تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات

الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف. ويعتبر التلفزيون الجزائري أول قناة للمؤسسة العمومية للتلفزيون التي أنشئت في ديسمبر 1956 إبان الفترة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر، مقره الرئيسي بالجزائر العاصمة. يضمن التغطية عبر كامل التراب الوطني من خلال القناة الأولى أو الأرضية، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني في الدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي ومختلف القضايا الراهنة. تدير المؤسسة العمومية للتلفزيون حاليا ثمان قنوات تلفزيونية وطنية، وهي القناة الأولى، كنال ألجيري (2)، الإخبارية (3)، الأمازيغية(4)، قناة القرآن الكريم(5)، الجزائرية السادسة، قناة المعرفة (7)، وقناة الذاكرة (8) (موقع التلفزيون الجزائري https://www.entv.dz تاريخ الولوج 2021/02/22).

– **فيروس كورونا:** فيروسات كورونا فصيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضا تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). أما "كوفيد-19 " فهو المرض الناجم عن فيروس كورونا المستجد المسمى فيروس كورونا-سارس- 2. وقد اكتشفت منظمة الصحة العالمية هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31 ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية (موقع منظمة الصحة العالمية، https://www.who.int، تاريخ الولوج 2021/03/08).

– **جمهور وسائل الإعلام:** هو مجموع المتلقين أو جمهور وسائل الإعلام الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال تعرضه لمضامين وسيلة إعلامية. ويعرف الجمهور وفق مفهومه العددي على أنه: " مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية (محطة إذاعة، قناة تلفزيونية، صحيفة، أو موقع إلكتروني...) وهو بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم ولديهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية". (قسايسية، 2003، ص 49)

لدراسة الموضوع تضمنت خطة الدراسة إطار نظري وإطار تطبيقي، ليتم في الأخير تقديم النتائج والخاتمة.

2. الإطار النظري

شمل الإطار النظري من الدراسة عنوانين أساسيين، تضمن العنوان الأول كيفية معالجة التلفزيون الجزائري لجائحة كورونا وعرض أهم الحصص التي تناولت هذا الموضوع منذ بدايات انتشار المرض إلى يومنا هذا، وتضمن العنوان الثاني دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور ومواقفهم.

2. 1 التلفزيون الجزائري والتغطية الإعلامية لجائحة كورونا:

اهتم التلفزيون الجزائري على غرار بقية وسائل الإعلام الأخرى بجائحة كورونا مع بداية انتشار الفيروس في العالم والجزائر من خلال تعديل البرمجة ليبرز الموضوع في صدارة الأجندة الإعلامية وزيادة حجم التغطية وإنتاج برامج أو فقرات

جديدة أو تخصيص حلقات من برامج قائمة لتناول الموضوع. وقد تم الاستعانة باستوديوهات منزلية لتنشيط الحصص عن طريق تطبيقات التواصل المرئي– المسموع عبر الإنترنت من أجل بث البرامج أو التحاور مع الضيوف عن بعد في ظل التباعد الاجتماعي والحجر الصحي المنزلي الذي فرضته الجائحة على الناس في الأشهر الأولى. ولقد تم التركيز على الإحصائيات اليومية لانتشار المرض وأعداد حالات الوفيات في مختلف ولايات الوطن حسب البيانات الرسمية الصادرة عن اللجنة الصحية الممثلة لوزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات المتشكلة من الخبراء لرصد ما يتعلق بفيروس كورونا خلال الندوة اليومية التي تنظمها لتقديم بياناتها للصحفيين أمسية كل يوم (لحياني، https://www.alaraby.co.uk/medianews تاريخ الولوج 2020/05/19). وتنوع المحتوى الإعلامي في الأشهر الأولى للجائحة (الموجة الأولى للفيروس بداية من شهر مارس 2020) بين الاهتمام بالجوانب الصحية للمواطنين من جراء هذا المرض من خلال التوعية والإرشاد بسلوكيات معينة وبين الاهتمام بالآثار الاقتصادية والاجتماعية والنفسية للجائحة. واعتمد التلفزيون الجزائري على آراء الخبراء والمختصين في مجالات متعددة (طبية، نفسية، اجتماعية، اقتصادية...) من خلال نشرات الأخبار وبعض الحصص مثل برنامج دائرة الضوء، إرشادات طبية، الصحة في أسبوع، بالإضافة إلى الحملات التوعوية المستمرة في شكل ومضات، واستخدام شعار ثابت في أعلى يسار الشاشة " سلامتك بيدك" ...، وشهدت البلاطوهات نقاشات متعددة حول ارتفاع حالات الإصابة والوفيات، وعن الحجر الصحي وعن مساهمات الدولة في تموين الطبقات الهشة بالسلع والمواد الأساسية وعن الهبات التضامنية التي تكفلت بها الجمعيات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني.

مع الإشارة إلى أن أغلبية الأخبار والإحصائيات المقدمة كانت تعد بالاعتماد الكلي على السلطات الرسمية كمصادر للمعلومات سيما مع تخصيص موقع حكومي للإعلام مخصص لفيروس كورونا (covid19.cipalgerie.com) حيث تم إطلاق الموقع الذي يسيره المركز الدولي للصحافة إثر التعليمات التي قدمها الوزير الأول بتاريخ 17 مارس 2020 (موقع وكالة الأنباء الجزائرية، http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/ تاريخ الولوج 2020/04/28).

ومن الملاحظات المسجلة على المشهد الإعلامي الخاص بتغطية جائحة كورونا خلال الأشهر الأولى لظهور المرض هي منح السطات الجزائرية حق النقل الحصري لبعض الأحداث لقناة التلفزيون الجزائري العمومي على حساب بقية القنوات وذلك في أمثلة كثيرة مثل الترخيص بزيارة بعض المستشفيات أين كانت تتواجد الحالات المصابة أو في تغطية بعض الأخبار الخاصة بتزويد المستشفيات بالمساعدات الطبية الواردة من الصين....، وفي هذا الشأن صرح مدير التلفزيون الجزائري " أحمد بن صبان": " نحن نتفهم أن الدولة تعمل على توحيد المصدر في هذا الظرف، ربما سنصبح كتلفزيون في ما يتعلق بتوحيد المعلومة الرسمية كمصدر عمومي ورسمي لكل القنوات، ونحن مستعدون لكي نعطي الصور لزملائنا" (موقع النصر أون لاين، https://www.annasronline.com/index.php/ تاريخ الولوج 2020/05/21).

2. 2 جمهور وسائل الإعلام وتشكيل الاتجاهات

يمثل جمهور وسائل الإعلام الفئة المستهدفة من خلال العملية الإعلامية، وهو الذي يستقبل الرسالة ويفسر الرموز ويدرك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال تعرضه لمضامين وسيلة إعلامية، أو بوصفه كأحد أطراف العملية الاتصالية، سيما أن غاية المرسل أو القائم بالاتصال تبقى متجهة دائما إلى تحقيق هدف معين يسعى من خلاله إلى تعديل سلوك أو التأثير على اتجاهات ومواقف المتلقي. وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في عمليات توجيه اتجاهات الجمهور، حيث حظيت دراسة المواقف والاتجاهات بعناية كبيرة من طرف علماء النفس وعلماء الاجتماع، كل حسب موقعه ومجال اهتماماته، وهذا من أجل الوصول إلى معرفة العوامل التي تتحكم في تشكيلها وطرق تعديلها أو تغييرها خصوصا من طرف وسائل الإعلام. ويمكن توضيح دور وسائل الإعلام في توجيه اتجاهات الجمهور فيمايلي:

– **التقوية والتجديد:** "إن الرأي السائد في هذه الحالة هو أن الاتجاه يجنح جوهريا إلى ترسيخ نفسه"(مهنا، 1989، ص 108) ، وهذا ما يفسر فعالية وسائل الإعلام من خلال مسايرتها للآراء والاتجاهات القائمة لدى الجمهور من خلال تقديمها لرسائل تتناسب مع المواقف الأولية للأفراد حول المواضيع والقضايا التي تعالجها هذه الرسائل. وقد حاول علماء النفس وعلماء الاجتماع تفسير ظاهرة تقوية وسائل الإعلام للاتجاهات القائمة أو على الأقل المحافظة عليها من خلال عمليات التعرض، الاختيار والتذكر الانتقائي. فالأفراد من خلال هذه العمليات الثلاث يظهرون ميلا طبيعيا نحو التعرض لوسائل الإعلام التي تعرض معلومات تتناسب مع مواقفهم واتجاهاتهم القائمة، كما أنهم يجدون سهولة في تذكر تلك المواضيع التي تساند أو تشجع هذه الاتجاهات في مقابل تلك التي تتعارض معها (Derbaix , Bree, 2000, p 276-277.)

– **خلق اتجاهات جديدة:** قد تعمد وسائل الإعلام إلى خلق اتجاهات جديدة، وهذا عن طريق معلومات تبدو وكأنها تتعلق بقضايا أو مواضيع ليس لأحد بعد رأي محدد بشأنها، إن النتيجة المرجوة من هذه الطريقة هي أنها تسمح باجتياز حواجز التعرض والانتباه الانتقائي المتعلقة بالمواضيع التي ليس للجمهور أي معلومات حولها، مما يسهل مهمة غرس هذه الأفكار في نفوس هؤلاء الأفراد وتوجيههم إلى بناء اتجاهات حولها وفق ما ترمي إليه الرسالة الإعلامية دون أن يكون هناك أي تصادم بين هذه الأفكار والآراء المسبقة لديهم. إن فكرة خلق اتجاهات جديدة تقوم على افتراض مفاده أن هذه الفئات من الجمهور تتخذ مواقف حيادية وليس لها أي أحكام مسبقة حول المشكلة المطروحة عليهم، وأن الأفكار التي يراد نشرها بينهم تشكل بالنسبة إليهم حدثا جديدا تماما، ولذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار الصعوبات الكامنة في التحقق من أن هذه الفئة من الجمهور أو تلك تعتبر حيادية فعلا، وأنها خالية من أي أحكام مسبقة حول الموضوع المطروح عليها.

– **تغيير الاتجاهات:** إن تطور وسائل الإعلام وما نتج عنه من تغيرات على مستوى كم ونوع الرسائل التي تعالجها هذه الوسائل، إضافة إلى تطور الدراسات السيكولوجية وما أفرزته من نتائج بخصوص طرق وأساليب الإقناع والتأثير كان له مفعول ايجابي على تغيير الاتجاهات.

إن الاتجاهات سواء تلك التي تثبت لدى الأفراد إزاء قضية معينة والتي يعبر عن رأيه فيها، أو تلك التي تتخذ طابع جماعي عام والتي تتشكل باتفاق مواقف الجماعة اتجاه قضية معينة، " قد تشكل مفهوما عاما يرتبط بالخبرات والمعطيات التي يكتسبها هؤلاء الأفراد من بيئتهم الاجتماعية" (سعد، 1996، ص150). حيث " إن التحقيقات السوسيولوجية أثبتت أن الأفراد الذين يضطرون إلى ترك بيئتهم التي نشأوا فيها إلى بيئة اجتماعية أخرى لا يمكنهم التوفيق بين اتجاهاتهم الأولية وتلك التي تكون سائدة في البيئة الجديدة مما يفتح المجال أمام وسائل الإعلام للعمل على تغيير اتجاهاتهم نحو قضايا معينة، وتكون نسبة هذا التغيير أكبر كلما زادت درجة انحلال الروابط التي تجمع بين هؤلاء الأفراد والوسط الذي نشأوا فيه "(مهنا، 1989، ص 115).

إلى جانب تركيزها على العوامل السوسيولوجية نجد أن وسائل الإعلام قد تركز على العوامل النفسية لدى المتلقين من أجل العمل على تغيير اتجاهاتهم، لذلك يمكن تقديم تفسيرات لعملية تغير الاتجاهات من خلال ربط هذه العملية بالعوامل المتعلقة بشخصية الأفراد والفروق الفردية بينهم، إضافة إلى تفاعل هذه العوامل مع المتغيرات الخاصة بالرسالة الإعلامية.

3. الإطار التطبيقي:

تضمن الإطار التطبيقي تحليل البيانات الكمية والكيفية للدراسة الميدانية وهذا بعد تفريغ إجابات المبحوثين في الجداول ضمن ثلاث عناوين تمثل تساؤلات البحث. بحيث ومن أجل إبراز آراء واتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا من طرف التلفزيون الجزائري تم توزيع استمارات استبيانية حول الموضوع على عينة قصدية قدرها 40 مفردة من طلبة سنة أولى ماستر المتابعين لبرامج هذه القناة، وتشكلت العينة من 10 ذكور بمعدل 25 %، و30 من الإناث بنسبة 75%.

وبعد تفريغ البيانات وتحليلها تم الحصول على المعطيات التالية:

3 . 1 آراء الطلبة في مضامين التلفزيون الجزائري الخاصة بجائحة كورونا

يتضمن هذا المحور أربع أسئلة، يتم تحليل إجابات المبحوثين عنها كما يلي:

الجدول 1: برامج التلفزيون الجزائري ومدى كفايتها للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	8	20	2	5
إناث	14	35	16	40
المجموع	22	55	18	45

يرى المبحوثون المقدر عددهم 22 بنسبة 55 % أن برامج التلفزيون الجزائري المخصصة لموضوع جائحة كورونا كانت كافية لتغطية أخبار ومعلومات هذا الموضوع، أما عدد الذين يعتبرون أن هذه البرامج كانت غير كافية فقد قدر ب 18 مبحوث بنسبة 45 %. مع الإشارة إلى أن هذا التوجه الموافق للاقتراح شمل الذكور بنسبة 20 % والإناث بنسبة 35 %، أما بخصوص المعارضين لهذا الاقتراح من الجنسين فقدرت نسبة الإناث ب 40 % ونسبة الذكور ب 5 %. ويبدو من خلال المقارنة بين الجنسين أن الإناث غير راضيات عن كفاية حجم برامج التلفزيون الجزائري لتغطية موضوع كورونا، وربما هذا يعود إلى أن الإناث هن الأكثر متابعة لبرامج التلفزيون بحكم مكوثهن في البيت أطول من الذكور، وهن شغوفات بمعلومات أكثر عن فيروس كورونا ومتابعة أخباره وتطوراته وكيفية الوقاية منه... أما مجموع النسب بين الجنسين فيبين أن عدد البرامج التي تناولت موضوع كورونا في التلفزيون الجزائري كانت كافية لكن ليس كثيرا مقارنة بخطورة المرض وحساسيته، مما يبرز أن القناة لم تبالغ في تناول موضوع كورونا بالرغم من إدراجه في صدارة الأجندة الإعلامية، وهذا جاء متوافقا مع المعايير المهنية والأخلاقية العالمية للممارسة الإعلامية، حيث وفي هذا الإطار تقدم "شبكة الصحفيين الدوليين" في " الدليل المهني لقواعد الكتابة الصحفية عن فيروس كورونا" أهم المعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميون أثناء تغطية الأخبار والموضوعات المتعلقة بفيروس كورونا هي إحداث التوازن بين تغطية موضوعات كورونا، وتلبية احتياجات وأولويات الجمهور من الخدمات الإخبارية، فيجب عدم الإخلال بحق الجمهور في المعرفة وخصوصا لأن موضوعات فيروس كورونا تحتل مرتبة متقدمة في أجندة وسائل الإعلام في الدول المختلفة، كما ينبغي عدم التفريط في حق الجمهور من التزود بالأخبار والموضوعات في المجالات المختلفة (قنديل، https://menaeditors.com/ ، تاريخ الولوج 2021/01/13) .

الجدول 2: مساهمة برامج التلفزيون الجزائري في عرض أخبار كورونا والتوجيهات الوقائية

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	8	20	2	5
إناث	20	50	10	25
المجموع	28	70	12	30

تبين أن 28 مبحوث بنسبة 70% يعتبرون أن برامج التلفزيون الجزائري ساهمت في نقل الأخبار والتوجيهات الوقائية الخاصة بمرض كورونا بشكل جيد، في حين يقدر عدد الذين يعتبرون أن هذه البرامج لم تساهم في نقل المعلومات اللازمة عن كورونا بطريقة جيدة ب 12 مبحوثين أي بنسبة 30 %، وتبين هذه النسب أن جمهور الطلبة المستجوبين على العموم راضون عن ما حملته مضامين برامج القناة من معلومات وأخبار ونصائح وتعليمات تخص المرض.

وبالمقارنة بين إجابات الجنسين فإن نسبتها عرفت نفس التوجه الذي يؤيد رضا الجمهور بحيث تم تسجيل نسبة 50% لدى الإناث و 20 % لدى الذكور، وهي أرقام معتبرة تعكس مدى نجاح التلفزيون الجزائري في إلمامه بتوصيل المعلومات والإرشادات الوقائية المناسبة لجمهوره سيما أن هذا المرض عالمي، والشروحات والمعلومات كانت كافية ومتوفرة في وكالات الأنباء العالمية والوطنية بالإضافة إلى المصادر المتخصصة والخبيرة مثل الأطباء وإطارات الصحة .

الجدول 3: مدى استخدام المضامين الإيجابية بخصوص جائحة كورونا

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	5	12,5	5	12,5
إناث	13	32,5	17	42,5
المجموع	18	45	22	55

تبين من إجابات المبحوثين أن 18 مبحوث بنسبة 45 % يجدون أن المضامين التي بثها التلفزيون الجزائري حول مرض كورونا كانت إيجابية تدعو للتفاؤل وذلك من خلال عرض قصص الشفاء، وعدم التضخيم في عرض الإحصائيات...، أما النسبة الغالبة فتتمثل في المبحوثين الذين يرون أن التلفزيون الجزائري لم يستخدم المضامين الإيجابية وذلك بعدد يقدر ب22 مبحوث بنسبة 55 % ، بحيث تعتبر هذه المجموعة أن المضامين كانت سلبية لا تحمل في طياتها معاني التفاؤل بسبب بث بعض الصور والأرقام والأساليب المخيفة. وبالمقارنة بين الجنسين فهناك فارق طفيف في الإجابات، فاقت فيها نسبة الإناث عن نسبة الذكور بخصوص التوجه نحو اعتبار أن المضامين كانت سلبية وهذا بنسبة 42,5 %، وهذا يرجع ربما إلى خصائص جنس الإناث المتمثلة في كونهن عاطفيات أكثر ويتملكهن الخوف أمام الارتفاع المتزايد لأرقام الوفيات والصور الخاصة بدفن الموتى والرسائل السلبية المختلفة ...

وعلى العموم يتبين أن توجه الإجابات كان نحو عدم نجاح التلفزيون الجزائري في بث المضامين الإيجابية للجمهور التي تبث روح التفاؤل بين المواطنين، وهذا يعود حسب المبحوثين إلى الارتباك الذي أصاب مختلف وسائل الإعلام أمام هول هذه الجائحة، وعدم توفر الخبرة لدى الصحافيين في مجال الإعلام الصحي الذي يتطلب التخصص والمهارة والقدرة على التحكم في معالجة هذا النوع من المواضيع منعا لإثارة الذعر في أوساط المجتمع.

الجدول 4: اختيار الشخصيات المناسبة لمناقشة موضوع كورونا في برامج التلفزيون الجزائري

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	7	17,5	3	7,5
إناث	21	52,5	9	22,5
المجموع	28	70	12	30

يقدر عدد المبحوثين الذين يرون أن التلفزيون الجزائري قد أحسن اختيار الشخصيات المتخصصة والخبيرة لعرض ومناقشة موضوع كورونا في بلاطوهات البرامج والأخبار ب 28 مبحوث أي بنسبة 70 %، أما الذين يرون العكس فقدّر عددهم ب 12 مبحوثين بنسبة 30%. وبمقارنة إجابات الجنسين فكانت تنحو بالاتجاه الإيجابي، حيث تم تسجيل 52,5 % لدى الإناث، و17,5 % ، وهي قيم معتبرة أكدت على رضا جمهور الطلبة من الجنسين في هذا الشأن. وللعلم فإن التلفزيون الجزائري استعان بخبرات الأطباء والمختصين في علم الأوبئة في تنشيط الحصص مثل حصة إرشادات طبية، وحصة الصحة في أسبوع واستضافة بعض الإطارات والمسؤولين في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات خلال النشرات الإخبارية لتقديم بعض الإحصائيات وتوضيح كيفية الوقاية والتعليق على بعض الظواهر والسلوكات الصادرة عن بعض المواطنين... وحسب أغلب المبحوثين فإن التلفزيون الجزائري باعتماده على المتخصصين والخبراء من داخل وخارج الوطن من أجل الإعلام عن كورونا كان عند حسن ظن المتلقين به، لأنه أخذ الأمر بجدية خاصة وأن وسائل الإعلام تمثل مصدرا مهما من مصادر تشكيل الوعي لدى الفرد سيما عندما يتعلق الأمر بصحته.

3. 2 الأشكال والبرامج الإعلامية الخاصة بجائحة كورونا في التلفزيون الجزائري ومدى مناسبتها لإشباع حاجات الجمهور

تضمن هذا المحور ثلاث أسئلة، تظهر تحليل البيانات الخاصة بها فيما يلي:

الجدول 5: التنويع في توظيف الأجناس الإعلامية لمعالجة موضوع كورونا بالتلفزيون الجزائري

الجنس / الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	6	15	4	10
إناث	23	57,5	7	17,5
المجموع	29	72,5	11	27,5

يقدر عدد المبحوثين الذين يرون أن برامج التلفزيون الجزائري اعتمدت على التنويع في توظيف الأجناس الإعلامية ب 29 مبحوث بنسبة 72,5 %، أي يعتبرون أن هناك استخدام موفق لتشكيلة الأنواع الصحفية مثل الأخبار والتقارير

والروبورتاجات والمقابلات، سواء في النشرات الإخبارية أو في البرامج الصحية. أما الذين يرون أن التلفزيون الجزائري لم يستغل مختلف الأجناس الإعلامية لإبراز أهمية الموضوع وتفاصيله فكان عددهم11 مبحوث بنسبة 27,5%.

وبالمقارنة بين الجنسين فهناك اتفاق واضح في إجابات الذكور والإناث من الطلبة المستجوبين على نجاح التلفزيون في التنويع في استخدام مختلف الأجناس الإعلامية، وهذا بنسبة 57,5 % للإناث و 15 % للذكور ، مقابل عدد الرافضين الذي كان قليلا من الجنسين وهذا ب 17,5 % للإناث و 10% للذكور.

وللإشارة فإن سمات وخصائص الأجناس الإعلامية تساعد كثيرا في تبسيط المعلومات للجمهور خاصة أن جائحة كورونا هي من المواضيع الصحية التي تتطلب التفسير الطبي والوقائي، مما يستوجب توظيف المقابلات مع الشخصيات العلمية والخبيرة، كما يستوجب استخدام التقارير الإخبارية لنقل الوقائع المتعلقة بالمرض بكل التفاصيل ومن المصادر الحية، ... وهذا ما اعتمده التلفزيون الجزائري في تغطياته الإعلامية.

الجدول 6: الاعتماد على الأشكال الإعلامية المساندة لتغطية موضوع كورونا

الجنس / الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	8	20	2	5
إناث	20	50	10	25
المجموع	28	70	12	30

يرى 28 مبحوث أي بنسبة 70 % من العدد الإجمالي بأن برامج التلفزيون الجزائري اعتمدت على بعض الأشكال الإعلامية المساندة لتغطية موضوع كورونا مثل الفيديوهات، صور ورسومات الغرافيك، الإنفوغراف، جداول الإحصائيات، الدراسات العالمية ...، ويقدر عدد الذين يرون العكس ب 12 مبحوث بنسبة 30 %.

وبخصوص إجابات الجنسين فكانت متفقة في هذا الشأن، وهذا ما تؤكده النسب التي أجابت بنعم، حيث تم تسجيل 50 % عند الإناث و 20 % عند الذكور. وحسب المبحوثين فإن هذه الوسائل مهمة جدا لتوضيح المعطيات للجمهور وتسهم في تلبية احتياجاته، خاصة في تفسير توزيع الإحصائيات وتبسيط الأرقام، وهذا ما كانت تنتهجه لجنة رصد ومتابعة كورونا في عرضها للحصيلة اليومية للإصابات بالفيروس عبر الوطن، ليتم بثه عبر مختلف وسائل الإعلام ومن بينها التلفزيون الجزائري. كما أن الاعتماد على رسومات الغرافيك والفيديوهات والصور تساعد في توضيح مكونات الفيروس مثلا ، وتشرح كيفية انتقاله ، وكيفية الوقاية منه، وهذا ما تم توظيفه في الومضات الإعلانية الخاصة بالحملات التحسيسية في التلفزيون الجزائري للتوعية من مخاطر الفيروس وكيفية الوقاية منه عن طريق الشروحات المتعلقة بالمداومة على غسل اليدين والتباعد الاجتماعي وارتداء الكمامة...

الجدول 7: أنواع المصادر التي تم اللجوء إليها لجمع المعلومات الخاصة بكورونا

الجنس / الإجابة	المصادر الرسمية	النسبة (%)	المصادر غير الرسمية	النسبة (%)
ذكور	4	10	6	15
إناث	16	40	14	35
المجموع	20	50	20	50

يرى 20 مبحوث بنسبة 50 % أن التلفزيون الجزائري قام باللجوء إلى المصادر الرسمية بشكل كلي من أجل جمع المعلومات مثل الوزارات والتقارير الحكومية...، في حين يرى 20 مبحوث بنسبة 50 % بأن القناة اعتمدت على المصادر غير الرسمية مثل المواطنين في المستشفيات والأماكن العمومية. جاءت النسبة متعادلة بين المبحوثين وكذلك بين الجنسين تقريبا، وهذا دليل على أن التلفزيون الجزائري قام بالتنويع في مصادر المعلومات، وهذا من منظور جمهوره من الطلبة المستجوبين. وللإشارة تمثلت المصادر الرسمية بخصوص هذا الموضوع في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، والتي انبثقت منها لجنة مستقلة لرصد ومتابعة وباء كورونا لتكون المصدر الرسمي لأي إحصائيات وهذا بعد التضارب في الإحصائيات في بداية انتشار الفيروس التي روجت لها العديد من وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي. حيث اعتمد التلفزيون الجزائري بشكل كبير على معطيات هذه اللجنة وتقارير معهد باستور باعتباره الهيئة العلمية الوطنية الوحيدة المكلفة بالتحاليل في الفترات الأولى لانتشار الفيروس.

وللإشارة وبخصوص الاعتماد على مختلف المصادر، أكد المختصون على ضرورة الانتباه إلى مصادر المعلومات في المواضيع الصحية ومنها جائحة كورونا، فلا يجب أن يعتبر الصحافيون أن كل شخص يعمل في المجال الصحي يصلح أن يقدم إفادات عن مرض كورونا، وبالتالي يجب أن يتأكد الصحافي من خبرات المصدر التي تؤهله لتقديم معلومات وافية عن المرض، وعليه إنساب المعلومات إلى مصادر واضحة ومعرّفة تعريفا صحيحا لاسمها ورتبتها وتخصصها... ، كما يجب التفرقة بين مصادر المعلومات الأولوية، والخبرات المستقلة، فالمصادر الأولية هي مصادر ذات صلة مباشرة بالموضوع ويجب أن تكون معلنة، أما الخبرات المستقلة فهم الخبراء المعنيون بالموضوع، والذين لديهم خبرات مهنية وأكاديمية متنوعة تؤهلهم لإبداء آرائهم حول الموضوع مثل: المتخصصون في علوم الفيروسات، وعلوم الأوبئة، ومكافحة العدوى، ... (قنديل، https://menaeditors.com/ تاريخ الولوج 2021/01/13).

3. 3 تقييم أسلوب وأداء التلفزيون الجزائري في تغطيته لجائحة كورونا من منظور جمهور الطلبة

تضمن هذا المحور أربع أسئلة، يتم عرض إجابات المبحوثين عنها فيما يلي:

الجدول 8: طريقة المعالجة الإعلامية لموضوع كورونا من طرف التلفزيون الجزائري:

الجنس / الإجابة	مخاطبة العاطفة	النسبة (%)	مخاطبة العقل	النسبة (%)	الموازنة بينهما	النسبة (%)
ذكور	3	7,5	2	5	5	12,5
إناث	11	27,5	7	17,5	12	30
المجموع	14	35	9	22,5	17	42,5

تبين من خلال الإجابات أن 14 مبحوث بنسبة 35 % يرون بأن التلفزيون الجزائري عالج موضوع كورونا بمخاطبة عواطف ومشاعر المشاهدين عن طريق الصور المؤثرة والاستمالات العاطفية، في حين يرى 9 مبحوثين بنسبة 22,5 % أن الخطاب الإعلامي لبرامج التلفزيون الجزائري المتعلقة بكورونا كان موجها إلى الجانب العقلي لدى الجمهور بالتحليل المنطقي. وقد تم تسجيل عدد 17 مبحوث بنسبة 42,5 % يرون أن التلفزيون الجزائري استطاع أن يوازن بين مخاطبة عواطف ومشاعر المشاهدين ومخاطبة الجانب العقلي، حيث جمع بينهما ضمن محتويات برامجه، وهذا التوجه كانت قيمته معتبرة في أوساط المبحوثين، وهذا يبرز أن التلفزيون الجزائري حاول من خلال تغطيته لجائحة كورونا أن يلعب على وتري العاطفة والعقل مع بعض من باب الترغيب والترهيب في آن واحد لإقناع الجمهور بخطورة المرض من جهة ودفعه بأخذ النصائح والإرشادات على محمل الجد من أجل الوقاية من جهة أخرى .

وبمقارنة إجابات الجنسين فكانت نسبها متوافقة مع التوجه العام للإجابات سواء من الإناث أو الذكور.

الجدول 9: توجه التلفزيون الجزائري في تغطيته لجائحة كورونا إلى الإنقاص من خطورة المرض وقيمة الموضوع

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	4	10	6	15
إناث	15	37,5	15	37,5
المجموع	19	47,5	21	52,5

تبين أن 19 مبحوث بنسبة 47,5 % يرون أن التلفزيون الجزائري حاول أن ينقص من قيمة مرض كورونا وخطورته خلال التغطية الإعلامية، في حين أجاب 21 مبحوث بنسبة 52,5 % بأن التلفزيون الجزائري لم يقلل من قيمة المرض وخطورته. وبملاحظة الإجابات لدى الجنسين فإن الذكور كانوا أكثر من الإناث في اعتقادهم أن التلفزيون الجزائري لم

يتوجه نحو الإنقاص من خطورة المرض وذلك بنسبة 15 % ممن أجابوا بلا مقارنة ب 10 % بمن أجابوا بنعم. أما نسبة إجابات الإناث فكانت متساوية بين نعم و لا بنسبة 37,5 % في الحالتين.

وتبرز النسبة البارزة في إجابات المبحوثين الذين اعتبروا أن التلفزيون الجزائري كان مباشرا في تقديم المعلومات عن كورونا باعتباره مرض خطير دون إنكار لذلك كانت منطقية وصائبة ، وهذا ما أكده المبحوثون الذين يرون أن حجب المعلومة يدفع المواطن للحصول عليها من مصادر أخرى خارجية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا والإنترنت والفضائيات المتاحة، وهو الأمر الذي فهمه صحافيو هذه القناة حسب إجابات المبحوثين. كما أن حجب وسائل الإعلام للحقائق يؤدي إلى التشكيك والتلفيق، وفقدان الثقة بهذه الوسائل، وعدم تلبية فضول المواطنين في الحصول على المعلومة الدقيقة.

الجدول 10: توجه التلفزيون الجزائري إلى الإثارة والتهويل في عرض أخبار كورونا

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	7	17,5	3	7,5
إناث	18	45	12	30
المجموع	25	62,5	15	37,5

يرى 25 مبحوث بنسبة 62,5 % أن التلفزيون الجزائري انتهج أسلوب الإثارة والتهويل في عرض أخبار كورونا، في حين يعتقد 15 مبحوث بنسبة 37,5 % أن التلفزيون الجزائري ابتعد عن نهج التهويل والإثارة. وجاءت نسبة إجابات الذكور والإناث المؤيدة لهذا التوجه متشابهة ، فأغلبية الطلبة تقريبا دعموا الاقتراح الأول. ويرجع المبحوثون أسلوب الإثارة المعتمد في برامج التلفزيون الجزائري في عدم التدقيق في استخدام المصطلحات وعدم توظيف العديد من الألفاظ على النحو الأمثل مثل تلك التي وظفها الصحافيون في موضوعاتهم مثل: "حظر التجوال"، و"الاشتباه في الإصابة"، و"تشخيص الإصابة بالمرض"، "تفشي المرض"، و"الحجر المنزلي"، و"المصاب" و"ارتفاع عدد الإصابات"...، وهو الأمر الذي يوحي بالتهويل سواء عن قصد أو بدون قصد.

وفي هذا الشأن يقدم د."ياسر عبد العزيز" الخبير الإعلامي ومدير مكتب صحيفة "الشرق الأوسط" اللندنية بالقاهرة بعض المعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميون أثناء تغطية جائحة كورونا منها أن تكون تعليقات الصور مناسبة لطبيعة الموضوع، وألا تحمل الألفاظ المستخدمة ما يؤدي إلى بث الهلع والخوف بين المواطنين، بالإضافة إلى ضرورة تجنب نشر صور المصابين أو المتوفين جراء الإصابة بفيروس كورونا حتى لا ينتهك الصحافيون خصوصية الأفراد ويزيد من معاناة أسرتهم (قنديل، https://menaeditors.com/ تاريخ الولوج 2021/01/13).

الجدول 11: سعي التلفزيون الجزائري إلى تحقيق السبق الصحفي على حساب أخلاقيات المهنة في تناوله موضوع كورونا

الجنس الإجابة	نعم	النسبة (%)	لا	النسبة (%)
ذكور	3	7,5	7	17,5
إناث	13	32,5	17	42,5
المجموع	16	40	24	60

تبين من الإجابات أن 16 مبحوث بنسبة 40 % يعتقدون أن التلفزيون الجزائري سعى إلى تحقيق السبق الصحفي في التغطية الإعلامية لجائحة كورونا على حساب أخلاقيات المهنة مثل الموضوعية والمصداقية والنزاهة...، في حين الذين يرون أن التلفزيون لم يهدف إلى تحقيق السبق الصحفي على حساب الأخلاقيات فكان عددهم يقدر ب 24 مبحوث بنسبة 60 % وهي نسبة معتبرة مقارنة بالإجابات الأخرى. وبمقارنة إجابات المبحوثين من الجنسين فأخذت نفس المنحى ب 42,5 % لدى الإناث و 17,5 % لدى الذكور.

حيث يعتبر أغلبية المبحوثين من الجنسين أن الصحافيين بالتلفزيون الجزائري التزموا بتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية خلال التغطية الإعلامية لموضوع كورونا عن طريق نقل الأحداث والأخبار بالكلمة المسموعة والمشهد المرئي بكل شفافية وصدق وموضوعية وحيادية، وهذا من أجل التخفيف من حدة التوتر الذي يشعر به الجمهور، ولإيقاف الشائعات والأخبار المضللة التي روجها الكثيرون خصوصا على صفحات الفايسبوك. ويرى المبحوثون أيضا أن من أخلاقيات المهنة لا يفضل اللهث وراء السبق الصحفي أثناء تغطية الموضوعات الصحية مثل فيروس كورونا، حتى لا يكون الصحافي جزءا من ماكينة إثارة الرعب والفزع التي انتهجتها بعض الوسائل الإعلامية العالمية والمواقع الإلكترونية.

4. تحليل النتائج :

توافقت إجابات الطلبة المبحوثين من الجنسين في العديد من أسئلة الاستبيان، ولم تسجل إلا بعض الاختلافات الطفيفة في بعض النقاط بينهما. حيث تبنت هذه الإجابات على العموم نفس الرؤية في عرض آرائهم ومواقفهم من الموضوع بشكل علمي ومنطقي، وهذا بحكم تخصصهم كطلبة في علوم الإعلام والاتصال. ويمكن تقديم أهم النتائج المتوصل إليها في التحليل التالي:

4. 1 أبرزت نتائج الدراسة أن جمهور التلفزيون الجزائري من طلبة الإعلام بجامعة المدية المبحوثين يرون أن مضامين البرامج الخاصة بجائحة كورونا التي بثتها القناة منذ ظهور الفيروس إلى يومنا هذا كانت كافية على العموم لنقل الأخبار والتوجيهات المناسبة للموضوع، وهذا دليل على أن التلفزيون الجزائري حاول إحداث التوازن في التغطية الإعلامية مع المحافظة على تلبية احتياجات الجمهور وعدم الإخلال بحقه في المعرفة بهذا الموضوع وتزويده بالأخبار والموضوعات في المجالات المختلفة، من خلال عدم المبالغة في تناول موضوع كورونا بالرغم من إدراجه ضمن أولويات أجندته الإعلامية.

كما تم تسجيل رضى الجمهور المبحوث عن نوع البرامج وما حملته من أخبار عن فيروس كورونا ونصائح وتعليمات وإرشادات للوقاية منه، خصوصا مع الاختيار الموفق للشخصيات من أطباء وخبراء وإطارات ومسؤولين، لكن في نفس الوقت تم تسجيل ارتباك في التعاطي مع هذا الموضوع من خلال توظيف بعض الألفاظ والمصطلحات غير المناسبة. وفي هذا الشأن وباعتبار هذا الموضوع يندرج ضمن مواضيع الأزمات الصحية فإنه يتطلب التخصص والمهارات والخبرة في إطار الإعلام الصحي من أجل تفادي أي انزلاقات أو ارتباك.

4. 2 إن الأشكال الإعلامية المستخدمة لمعالجة موضوع كورونا في التلفزيون الجزائري كانت مناسبة إلى حد ما لإشباع حاجات الجمهور حسب رأي جمهور طلبة الإعلام بجامعة المدية المبحوثين من خلال توظيف الأجناس الإعلامية المختلفة من أخبار وتقارير ومقابلات... قصد إثراء النقاش في الحصص والنشرات، وتم تدعيم هذه الأجناس بأشكال إعلامية توضيحية كالفيديوهات والصور والرسومات ...

أما بخصوص مصادر المعلومات فقد اعتمد التلفزيون الجزائري على الجهات الرسمية بشكل ملحوظ وذلك من خلال تصريحات المسؤولين وإحصائيات وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، كما تم اللجوء إلى آراء الخبراء وأحيانا استطلاع آراء المواطنين. وهذا الأمر يعود إلى الطابع العمومي لهذه المؤسسة من جهة، وإلى التوجيهات الصارمة للدولة بخصوص توحيد مصدر المعلومة عبر تشكيل لجنة رصد ومتابعة تفشي فيروس كورونا.

4. 3 اعتمد التلفزيون الجزائري في تغطيته لجائحة كورونا –حسب المبحوثين– على الخطاب الإعلامي المتوازن بين العاطفي والعقلاني وهذا نظرا لجدية الموضوع الذي يحتاج إلى الترغيب والترهيب في نفس الوقت، دون التقليل من مخاطر المرض وقيمة الموضوع لأن حجب الحقائق يؤدي إلى التشكيك والتلفيق، وفقدان الثقة لدى الجمهور، وهذا ما يجب أن يلتزم به التلفزيون الجزائري على غرار باقي وسائل الإعلام لأن عدم تلبية فضول المواطنين في الحصول على المعلومة الدقيقة يؤدي إلى عزوف المشاهد عن المتابعة والتوجه إلى وسائل أخرى سيما مع الانتشار الواسع للفضائيات والوسائط التكنولوجية الحديثة القادرة على توفير المعلومات في زمنها الحقيقي.

وحسب نتائج الدراسة لقد حاول التلفزيون الجزائري الالتزام بقواعد وأخلاقيات المهنة من موضوعية ومصداقية ونزاهة... على حساب تحقيق السبق الصحفي، وهذا أمر منطقي باعتباره مؤسسة عمومية تسعى لأداء مهامها وفق ما يقتضيه الصالح العام.

5.خاتمة:

واجه قطاع الإعلام في الجزائر الأزمة الصحية التي أفرزها وباء كورونا بتحديات كبيرة لكونها حالة حساسة ومفاجئة ألقت بظلالها على مجالات متعددة من جهة، و لكون وسائل الإعلام الجزائرية لم تكن مهيّأة للممارسة الإعلامية خلال الأزمات من جهة أخرى. وفي ظل هذه الظروف الاستثنائية ازدادت مسؤولية التلفزيون الجزائري باعتباره مؤسسة عمومية تضطلع بخدمة الصالح العام سيما مع الاهتمام المتزايد للمواطنين بالموضوع، فاهتم بتخصيص مساحات معتبرة من التغطية الصحفية لقصص وأخبار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19). وبسبب الانتشار السريع للوباء بدا الهلع والذعر في أوساط المجتمع، فظهرت ضرورة تأطير بعض السلوكيات الاجتماعية من خلال التوجيه والإرشاد لمنع تفشي الفيروس، وكان للتلفزيون الجزائري على غرار بقية وسائل الإعلام عبر التراب الوطني دور في محاولة التأثير في الجماهير بتبليغهم بالمعلومة الصحيحة عن المرض وبث التعليمات والتوجيهات الصائبة من أجل الوقاية.

وفي ظل هول الجائحة والارتباك الذي ساد الأجواء العالمية والوطنية في كل المجالات سيما في قطاع الإعلام وقع بعض الصحفيين العاملين في التغطيات العلمية والصحية في صعوبة بالغة خصوصا أنهم يتعاملون مع تقارير طبية قد تتضمن معلومات متناقضة أو غير رصينة. وهذا ما تم تسجيله في الممارسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري حسب رأي جمهور المشاهدين من خلال العينة المبحوثة في هذه الدراسة والمتمثلة في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية، فتأرجحت هذه الممارسة بين التهويل والتهوين لتكون مصدرا للرعب والتخويف في بعض الأحيان، وحاولت أن تبث الروح الإيجابية وبث الثقة بالجهات الصحية وكفاءتها وإمكانياتها في مواجهة الفيروس أحيانا أخرى. وقد حرص التلفزيون الجزائري على التقيد بالمصادر الرسمية بناء على تعليمات وزارة الاتصال في توجيه أداء الصحافة، على ضوء الخطة التي رسمتها الدولة لمواجهة وباء كورونا المستجد، باعتماد القنوات الرسمية مصادر لنقل المعلومات، وإلزام الصحافيين بضوابط أخلاقية لممارسة النشاط الإعلامي في هذه الظروف الاستثنائية.

6.قائمة المراجع:

الكتب:

1- إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام. (الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية، 1996)

2- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.(الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003).

3- حجاب مُحَّد، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثاني.(القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)

4- مهنا فريال، تقنيات الإقناع في الإعلام الجماهيري، الطبعة الأولى.(دمشق: دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، 1989)

5- قسايسية علي، دراسات جمهور وسائل الإعلام، الوسيط في الدراسات الجامعية، ج 2.(الجزائر: دار هومة، 2003)

6- Derbaix Christian , Bree Joel, (2000) Comportement Du Consommateur Présentation Des Textes Choisis. (Paris : Economica)

المواقع الإلكترونية:

1- لحياني عثمان، الحكومة الجزائرية تشدد الرقابة على الإعلام بشأن كورونا، بتاريخ 2020/03/23 https://www.alaraby.co.uk/medianews تاريخ الولوج 2020/05/19

2- موقع وكالة الأنباء الجزائرية، تخصيص موقع حكومي للإعلام حول فيروس كورونا،17 مارس 2020. http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/ تاريخ الولوج 2020/04/28

3- موقع منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد-19) نشر بتاريخ 12 أكتوبر 2020 ، https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub تاريخ الولوج 2021/03/08 الساعة 14.00

4- موقع النصر أون لاين، معلومات مغلوطة وفيديوهات مفبركة ومناشير للاستهزاء: وسائل الإعلام في مواجهة خطر الحملات الدعائية عبر مواقع التواصل، بتاريخ: 09 أفريل 2020 https://www.annasronline.com/index.php/ تاريخ الولوج 2020/05/21

5- موقع التلفزيون الجزائري، https://www.entv.dz تاريخ الولوج 2021/02/22 الساعة 11.30

6- قنديل أسماء، القيم المهنية والأخلاقية لتغطية موضوعات فيروس "كورونا" ، 24 مارس 2020 https://menaeditors.com/training/268-coorona تاريخ الولوج 2021/01/13، الساعة 14.00