

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



Faculté des Sciences Sociales et Humaines

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

القسم : علوم الإعلام والاتصال

السنة: الثالثة ليسانس

التخصص : اتصال

العنوان :

دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة
كورونا

"قناة النهار TV نموذجاً"

(دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم الاتصال جامعة البويرة)

مشروع تخرج مقدم لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال

إشراف الأستاذة:

د. أوشن جميلة.

إعداد الطلبة:

فرحات وسيم.

خدير رابح.

السنة الجامعية 2022/2021





الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و بنوره تنزل البركات
نشكر الله العلي القدير ونحمده على ما هدانا ووفقنا عليه في هذا
العمل المتواضع نتقدم بجزيل الشكر و التقدير للأستاذة المشرفة
أوشن جميلة على توجيهاتها وإرشاداتها القيمة لإخراج هذا العمل
وتشجيعها التي أحسنت توجيهها و لم تبخل علينا بالنصح و
الأفكار.

والى كل من ساهم وساعدنا بأي شكل من الأشكال من قريب أو
من بعيد .

إليكم جميعا ألف شكر.





إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى أهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتتبع هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة
الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما
نورا لدربي.

لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال تساندني، وإلى رابع واقني الأخ الفاضل
الذي كان عوناً لنا طيلة مشوارنا الجامعي

ومن كل قلبنا نهديكم هذا العمل وتقبلوا منا كل الشكر والتقدير.

وسيم، رابع



خطة الدراسة :

مقدمة.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية

2- تساؤلات الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أسباب اختيار الموضوع

5- أهمية الدراسة

6- نوع الدراسة

7- منهج الدراسة

8- أدوات جمع البيانات والمعلومات

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة

10- مجالات الدراسة

11- تحديد المفاهيم والمصطلحات

12- الدراسات السابقة

13- المقاربة النظرية

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : تأصيل مفاهيمي للحملات الإعلامية التلفزيونية

تمهيد.

المبحث الأول : مقارنة نظرية للتلفزيون

المبحث الثاني : مدخل مفاهيمي للحملات الإعلامية الصحية

المبحث الثالث : كيفية تصميم الحملات الإعلامية التلفزيونية

خلاصة.

الفصل الثاني : مقاربات مفاهيمية حول الإعلام الصحي والثقافة الصحية خلال جائحة كورونا

تمهيد.

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للإعلام الصحي

المبحث الثاني : عناصر الثقافة الصحية

المبحث الثالث : مدخل عام لجائحة كورونا

خلاصة.

المحور الثالث : الإطار التطبيقي

المبحث الأول: بطاقة فنية حول قناة النهار TV

خاتمة.

ملخص الدراسة :

لقد تناولنا في دراستنا التي جاءت تحت عنوان دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا (دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم الاتصال جامعة البويرة) قناة النهار TV نموذجا، التي تتدرج ضمن الدراسات الاستطلاعية، بحيث تمحورت إشكالية الدراسة حول ما هو دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية في ظل جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة؟

لقد اعتمدنا على المنهج المسحي في هذه الدراسة التي أجريت على عينة من طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة، كما استعنا في دراسة هذا الموضوع على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المطبقة على عينة قصدية من طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة، بغرض معرفة دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا.

الكلمات المفتاحية: الحملات الإعلامية التلفزيونية، الثقافة الصحية، جائحة كورونا، الطلبة، قناة النهار TV.

Study summary :

in our study titled: the role of television media campaigns in disseminating health culture during the Corona pandemic (an exploratory study on a sample of students from the communication department of the university of bouira), we dealt with Al Nahar TV as a model, so that the problem of the study revolved around the role of television media campaigns broadcast by Al Nahar TV channel in spreading health culture in light of the corona pandemic among students of the communication department of bouira university?

We have relied on the survey method in this study, which was conducted on a sample of students from the communication department at the university of bouira, spreading health culture during the Corona pandemic.

Key words: TV media campaigns, health culture, Corona pandemic, students, Al Nahar TV channel.

مقدمة

مقدمة:

تعتبر الحملات الإعلامية التلفزيونية من المواضيع الهامة التي أصبحت تشكل محور الاهتمام العالمي لأنها عبارة عن نشاط اتصالي، يهدف إلى نشر الثقافة والتوعية لدى الجمهور من خلال الجهود المكثفة والمستمرة، التي يقوم بها القائم بالاتصال سواء جمعيات أو هيئات أو إعلاميين، وذلك باستخدام أفضل الطرق وانسب الوسائل الإعلامية لاستقطاب الرأي العام من خلال أسس ومقاييس مناسبة.

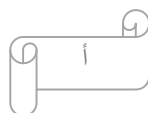
لقد أصبحت مشكلة الصحة من أهم المواضيع التي يجب أن تحظى باهتمام بالغ وقسط أوفر في مختلف دول العالم، حيث تحمل الثقافة الصحية أهمية قصوى في حياة الأفراد و المجتمعات، ومن أهم المؤسسات المعنية بالتنقيف الصحي نجد مؤسسة الأسرة والمؤسسة التعليمية والمؤسسة الإعلامية، التي تهدف إلى خلق ثقافة صحية، ونظرا لأهمية الحملات الإعلامية التلفزيونية في عملية نشر الثقافة الصحية و إرساء دعائمها في تنمية مفاهيم التنقيف الصحي تأتي هذه الدراسة لتتعرف من خلالها على دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا التي تهدف إلى رفع مستوى الثقافة الصحية لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة من الإصابات بالأمراض والمخاطر ومضاعفتها خاصة مع انتشار جائحة كورونا في الآونة الأخيرة التي أصبحت تستلزم نشر الثقافة الصحية بالإجراءات الاحترازية للوقاية من هذا الفيروس.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه الكشف عن الدور الذي تلعبه الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية من خلال ما تبثه قناة النهار TV من مضامين صحية.

وقد اشتملت هذه الدراسة على ثلاث محاور جاءت على النحو الآتي:

الإطار المنهجي المتمثل في الإشكالية ، تساؤلات الدراسة ، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع ، أهمية الدراسة ، نوع الدراسة ، منهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات والمعلومات ، مجتمع البحث وعينة الدراسة ، مجالات الدراسة ، تحديد المفاهيم و المصطلحات ، الدراسات السابقة والمقاربة النظرية.

الإطار النظري الذي تم التطرق فيه إلى فصلين، الفصل الأول جاء تحت عنوان تأصيل مفاهيمي للحملات الإعلامية التلفزيونية، أما الفصل الثاني الذي جاء بعنوان مقاربات مفاهيمية حول الإعلام الصحي والثقافة الصحية خلال جائحة كورونا.



الإطار التطبيقي للدراسة فقد تطرقنا فيه إلى بطاقة تقنية لقناة النهار TV و استمارة الاستبيان .



المحور الأول: الإطار المنهجي

- 
- 1- الإشكالية
 - 2- تساؤلات الدراسة
 - 3- أهداف الدراسة
 - 4- أسباب اختيار الموضوع
 - 5- أهمية الدراسة
 - 6- نوع الدراسة
 - 7- منهج الدراسة
 - 8- أدوات جمع البيانات والمعلومات
 - 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة
 - 10- مجالات الدراسة
 - 11- تحديد المفاهيم والمصطلحات
 - 12- الدراسات السابقة
 - 13- المقاربة النظرية

1- الإشكالية :

يشكل الإعلام بكافة وسائله التقليدية والحديثة أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، وقد لعبت دورا في حياة المجتمعات الإنسانية في مختلف أماكن العالم، حيث أن وسائل الإعلام قادرة على تشكيل عقول الأفراد وأفكارهم، وتوجيه سلوكياتهم، وتغيير معتقداتهم، لذا أصبحت وسائل الإعلام عامة والجديدة خاصة تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل لأجل تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع سواء في شتى المجالات الحياتية ما بين الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والصحية خاصة في ظل أن الإعلام عامة يعد أحد الاحتياجات الهامة الأساسية للفرد والمجتمع، فالإعلام يلعب دورا هاما في رفع مستوى الثقافة والوعي والفهم واتخاذ القرارات.

يعتبر التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية بالرغم من الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، فقد حافظ التلفزيون على مكانته وجمهوره مقارنة بالراديو والصحيفة، وهذا راجع إلى خصائصه وجمعه بين الصورة والصوت واعتماده في كثير من الأحيان على الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث يعتبر هذا الأخير الوسيلة الأولى للتنقيف وتوعية الجماهير عن كل المشاكل التي تؤثر على حياته، وذلك بمختلف أشكاله الحوارية، وبرامج الحملات الإعلامية التلفزيونية التنقيفية.

بحيث تعد الحملات الإعلامية التلفزيونية من أهم الأشكال المعبرة عن البيئة الاجتماعية الثقافية للجمهور، لأنها تنطوي على التحليل الدقيق للمواقف والظروف المتعلقة بالشخص المستهدف، فهي مجموعة من الجهود المخططة و المدروسة، تستهدف جمهورها من خلال الرسائل التي تبثها، باستخدام مختلف أساليب الإقناع العاطفية و العقلية للتأثير في سلوك المتلقين، ولتلك الحملات أبعاد عدة سواء كانت ثقافية، اجتماعية أو معنوية لدى أفراد المجتمع، وهي تختلف حسب مضمونها وشكل تعبيرها واستراتيجياتها، فمنها حملات التوعية الدينية، حملات التوعية البيئية، حملات التوعية والثقافة الصحية، حيث أن هذه الأخيرة تهدف إلى نشر الثقافة الصحية بين الأفراد خاصة خلال جائحة كورونا.

تعتبر الثقافة الصحية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة وتحويلها إلى أنماط سلوكية على مستوى الفرد والمجتمع باستخدام الأساليب التربوية الحديثة الهادفة لرفع المستوى الصحي والاجتماعي للفرد والمجتمع، وبالتالي رفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض أو التقليل ما أمكن من المضاعفات وهذا ما نعيشه حاليا في ظل جائحة كورونا، وفي هذا الإطار تلعب الحملات الإعلامية التلفزيونية دورا أساسيا في توجيه سلوك

الأفراد والجماعات في نشر الثقافة الصحية، ويظهر ذلك من خلال الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV التي عالجت موضوعات صحية، وبناء على ما سبق نطرح التساؤل المحوري التالي: ما هو دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة؟

2- التساؤلات الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة للحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV ؟
- ما هي دوافع إقبال طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة على متابعة الحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV ؟
- هل تساهم الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة ؟

3- أهداف الدراسة:

- معرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة للحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV .
- التعرف على دوافع إقبال طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة على متابعة الحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV .
- معرفة مدى مساهمة الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة .

4-أسباب اختيار الموضوع:

- الرغبة الشخصية في تناول موضوع الحملات الإعلامية التلفزيونية ومعرفة علاقتها بالثقافة الصحية .

- الرغبة في اختبار المعارف النظرية في ميدان التخصص إعلام واتصال وبالذات في موضوع الحملات الإعلامية التلفزيونية من خلال العمل الاستطلاعي.
- الرغبة منا في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.
- إدراكنا للحاجة المتزايدة لمكتبة العلوم الإنسانية إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية، المتخصصة التي تصب في هذا المجال.
- معرفة درجة فعالية الحملات الإعلامية التلفزيونية وهل تلعب دورا هاما في نشر الثقافة الصحية خلال أزمة كورونا.
- حداثة الموضوع، إذ يشكل ربط بين متغيرات الدراسة بالشكل الذي هي عليه طرحا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر، رغم قلة المراجع.
- كون الظاهرة ملفتة للانتباه خاصة مع الانتشار الواسع لفيروس كورونا .

5- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوعا هاما ألا وهو الثقافة الصحية، هذه الأخيرة التي بدأت تطرح نفسها وبإلحاح في الآونة الأخيرة مع الانتشار الواسع والكبير للأمراض وهذا ما نعيشه في الفترة الأخيرة خاصة خلال جائحة كورونا، وترجع أهمية الدراسة إلى:

يعد هذا الموضوع إضافة علمية لما يجب أن تقوم به الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تقدمها قناة النهار TV ودورها في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا وما تقدمه من آراء ومقترحات في مثل هذه الأزمات، كما تسعى هذه الدراسة إلى إثراء التراث العلمي حول الموضوع وأن تكون هذه الدراسة منطلقا لدراسات جديدة متعلقة بالحملات الإعلامية التلفزيونية والثقافة الصحية.

بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تكمن أهميتها في الوقوف عن كثب على هذه الظاهرة، ومعرفة مدى إقبال الطلبة على الحملات الإعلامية التلفزيونية التثقيفية الصحية التي تبثها قناة النهار TV، إلى جانب تجنيد مختلف المؤسسات الإعلامية وحثها على تناول هذه الظاهرة والتخطيط لحملات إعلامية من أجل تنمية الثقافة الصحية في المجتمع، كون الحملات الإعلامية التلفزيونية وسيلة هامة لتكوين جمهور واع ومتقف

تجاه القضايا الصحية، و دراسة الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر التثقيف الصحي على غرار باقي الحملات في المجتمع، ومعرفة مدى إقبال الطلبة على الحملات الإعلامية ومدى استفادتهم منها.

6- نوع الدراسة :

- دراسة استطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساسا جوهريا لبناء البحث كله ، وذلك لما يمكن للباحث تحقيقه من خلالها ، إذ تهدف الدراسة الاستطلاعية إضافة للتحقيق من صلاحية أدوات البحث إلى تعميق المعرفة بالموضوع المراد دراسته.

هي عبارة عن بحوث أو دراسات يلجأ إليها الباحث عادة لاكتشاف ظاهرة جديدة لم يسبق البحث فيها أو لاكتشاف أجزاء جديدة لم تخضع للبحث من قبل في ظاهرة ما.

وتعرف أيضا على أنها نوع من أنواع الأبحاث التي يقوم بها الباحث من أجل دراسة ميدانية، ويطلق عليها أيضا بالبحث الصياغي أو الكشفي أو التمهيدي.¹

ومن أهداف الدراسة الاستطلاعية نجد:²

- استكشاف ميدان الدراسة الأساسية بصورة عامة.
- التعرف على مدى ملائمة أداة الدراسة على العينة المختارة
- التعرف على مدى فهم عينة الدراسة لعبارات الاستبيان وإجراء التعديلات اللازمة لتطبيقها في الدراسة الأساسية.
- الوقوف على أهم العراقيل والصعوبات التي من الممكن أن تعترض سبيل الباحثة لتفاديها في الدراسة الأساسية.

¹ محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص232.

² رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر، سوريا، 2000، ص115.

وقد اعتمدنا على هذا النوع من الدراسة لمعرفة واكتشاف ظاهرة جديدة لم تخضع للبحث من قبل، ولأن دراستنا تعد من الدراسات الجديدة في علوم الإعلام والاتصال نسعى من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دور الذي تلعبه الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا، ومحاولة تفسير وتحليل مختلف الآراء والأفكار وإعطاء مقترحات مناسبة وصولاً إلى توصيات مفيدة تخدم جميع الأطراف المعنية بهذه الدراسة.¹

7- منهج الدراسة :

المنهج هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر، يقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها، طرق علاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها.²

عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة.

يعرف المنهج كذلك على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة، وهو مجموعة القواعد العامة التي توجه الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية.³

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا، فإنها تندرج ضمن الدراسات الاستطلاعية لأن هذا النوع من البحوث يهدف إلى التعرف على المشكلة المراد دراستها وبالتالي فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج المسحي .

المنهج المسحي هو منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة وتصور الواقع الاجتماعي، ويساهم أيضاً في تحليل ظواهره وتفسيرها، ومن ثم الخروج باستنتاجات منها.⁴

¹ رجاء وحيد الدويدري، مرجع سبق ذكره، ص134.

² محمد عبد العلي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، د.ط، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص78.

³ المرجع نفسه، ص85.

⁴ رجاء وحيد الدويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، مرجع سبق ذكره، ص129.

لقد قمنا بتوظيف المنهج المسحي لأننا نتناوله في مجال دراسة استطلاعية لأن مجال هذه الدراسة قد يكون كبيراً، وفي مجالنا نتناوله في مجال الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV (طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة) فقد قمنا بتوظيفه عن طريق جمع البيانات لكل فرد من أفراد المجتمع أو من الهيئة المسوَّحة، وقد قمنا باختيار العينة بشكل علمي دقيق لكي تكون ممثلة تمثيلاً واقعياً للمجتمع أو الهيئة المراد دراستها بشكل صحيح.

8- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تستوجب بعض الأبحاث لجوء الباحث إلى بعض الوسائل الميدانية ويسمى البعض بالتقنيات الحية للحصول على المعلومات الضرورية لإنجاز بحثه، وهذه الأدوات والأساليب متعددة ومتنوعة نذكر منها استمارة الاستبيان .

لقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان لجمع المعلومات فيما يخص موضوع دراستنا حول "دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية قناة النهار نموذجاً".

- استمارة الاستبيان:

يعد الاستبيان من أدوات البحث العلمي وأصبح الأكثر شيوعاً وفي الآونة الأخيرة، ازداد استخدام الاستبيان في البحوث العلمية حتى أنه أصبح الأداة الأولى التي تجمع بها المعلومات التي يمكن على ضوءها اختيار فروض الدراسة، واختيار العينة الممثلة.¹

يقصد بالاستبيان تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم للمبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن البيانات والمعلومات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب مختلفة.²

فقد استخدمنا الاستبيان لأننا به يمكننا التعرف على الحقائق التي تخدم دراستنا فيما يخص صفات العينة والأدوار التي تقوم بها في تجسيد دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر

¹ محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، التفكير والبحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص 242.

² عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص 371.

الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا، ومنه توصلنا إلى بناء استمارة الاستبيان والتي تتضمن وبالتحديد (23) سؤالاً بين أسئلة مغلقة، أسئلة مفتوحة، أسئلة شبه مفتوحة، مقسمة على (04) محاور رئيسية، وبعد ذلك تم تقديمها للأستاذة المشرفة التي قدمت لنا ملاحظات من خلالها تم إجراء تعديلات عليها.

وقد تضمنت استمارة الاستبيان على (04) محاور وهي كالآتي:

المحور الأول: المتمثل في البيانات الشخصية لأفراد العينة، المكونة من 04 أسئلة .

المحور الثاني: المتعلق بمعرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة للحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV ، المكون من 08 أسئلة المحددة من السؤال 05 إلى السؤال 12.

المحور الثالث: المتمثل في التعرف على دوافع إقبال طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة على متابعة الحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV ، المكون من 05 أسئلة المحددة من السؤال 13 إلى السؤال 17.

المحور الرابع: الذي يتحدث حول معرفة مدى مساهمة الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة، المكون من 06 أسئلة المحددة من السؤال 18 إلى السؤال 23.

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

- مجتمع البحث:

يستعمل مفهوم مجتمع البحث لتعبير على جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، فهو جميع الأفراد أو الأشخاص أو المؤسسات الذين يكونون موضوعاً في البحث.¹

ويعرف أيضاً على أنه مجموعة من الأفراد التي يريد الباحث أن يصدر عنها بيانات وصفية أو تحليلية.

¹ ربحي مصطفى عليان ومحمد غنيم، أساليب البحث العلمي، ط4، دار الصفاء، الأردن، 2010، ص68.

وكمفهوم عام يعرف مجتمع البحث على أنه جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة، لذا فإن الباحث يسعى إلى إشراك جميع أفراد المجتمع ، لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيرا، بحيث لا يستطيع الباحث إشراكهم جميعا.¹

وعليه فإن مجتمع بحث الدراسة دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا (قناة النهار TV) هو جميع طلبة جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، وهو مجتمع كبير الحجم لا يمكن إجراء مسح شامل عليه، لهذا اخترنا في هذه الدراسة أسلوب المسح بالعينة.

- عينة الدراسة:

وتعرف العينة بأنه الجزء الذي يتم اختياره من مجتمع لتطبيق الدراسة عليه، وفي الدراسات الإنسانية بما في ذلك دراسات الإعلام لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من مجتمع إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على سائر أفراد مجتمع كما يمكن القول بأنها جزء من مجتمع الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة من مجتمع بأكمله.²

فاختيار العينة يجب أن يتم بناءا على إجراء تسمح لنا أن نقدر الدرجة التي يعتبر فيها أفراد العينة ممثلين للمجتمع الذي تم انتقاؤهم منه، فيما يتعلق ببعض المتغيرات ذات الصلة بالبحث أو الدراسة التي نحن بصدد التخطيط لإجرائها فيما تعينه كلمة ممثلة قطعا لا تشير إلى أن العينة مطابقة أو مماثلة تماما لمجتمع الدراسة فيما يتعلق بالمتغيرات قيد الدراسة.³

والعينة التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي العينة القصدية التي تعرف بأنها "العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة ومنه ينتقي الباحث أفراد عينة بما يخدم أهداف دراسته وبناء علة معرفته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص وغيرها.⁴

¹ فايز جمعة النجار، أساليب البحث العلمي، ط2، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص120.

² عدنان حسن الجدري ويعقوب عبد الله أبو جلو، الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في البحوث التربوية والإنسانية، ط2، للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص43.

³ المرجع نفسه، ص46.

⁴ حامد خالد، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط1، جسور للنشر، الجزائر، 2008، ص129.

وعليه فإن عينتنا في هذه الدراسة هي عينة من طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة حيث اعتمدنا في اختيار مفرداتها بناءً على الخبرة الشخصية والعلمية وتقييمنا الشخصي للخصائص التي يجب توفرها في عينة الدراسة، والتي يجب أن تحمل سمات معينة تتعلق بمشكلة البحث.

10- مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بجامعة أكلي محند اولحاج بالبويرة.

المجال الزمني: أجريت هذه الدراسة بداية من 27 مارس 2022 إلى 07 جوان 2022 .

المجال البشري: طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة.

11- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

مفهوم الدور:

اصطلاحاً:

تعريف بديل: يمثل الدور تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من الأشخاص في إطار معين.¹

هو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوك التي يتوقع أعضاء الجماعة أن يروه فيمن يشغل وظيفة ما، أو يحتل وضعاً اجتماعياً معيناً، والدور يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما.²

إجرائياً:

يعرف الدور إجرائياً في دراستنا على أنه الوظيفة التي تؤديها وتسعى لتحقيقها الحملات الإعلامية التلفزيونية في التنقيف على مستوى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة .

¹ حسناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، ط3 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 ، ص15 .

² رسمي عبد المالك رستم وآخرون، مداخل التربية لوقاية الطلاب من خطر الإدمان(سلسلة الدراسات: المشكلات السلوكية في المؤسسات التربوية)، الجزء4، دن، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، 2012، ص64.

مفهوم الحملات الإعلامية التلفزيونية:

مفهوم الحملة:

اصطلاحاً:

تعرف الحملات أنها تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة

اجتماعياً أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة آخذين في الاعتبار التخطيط والمنهج والترويج والتوزيع وبحوث التسويق.¹

أو هي عبارة عن نشر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة أو زيادة استعمال صنف أو إشهار مؤسسة تنتج السلعة، و ذلك بصورة مخططة مستمرة و لفترة متواصلة بهدف الحصول على رد فعل يتلاءم مع هدف المعلن.²

إجرائياً:

يمكن القول أن الحملة هي جل النشاطات الاتصالية الصحية التي تهدف إلى تقييم معلومات، وإحداث تغيرات في سلوكيات واتجاهات طلبة قسم الاتصال من خلال توجيه رسالة ذات مضمون صحي لهم مستخدمة في ذلك مختلف الوسائل الاتصال كالتلفزيون.

الحملة الإعلامية التلفزيونية :

اصطلاحاً:

الحملة الإعلامية التلفزيونية تعرف بأنها تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفاً، تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها و من خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها و ذلك لفترة زمنية

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، مصر، 2007، ص 62.

² محمد فريدة ومحمود عزت، المصطلحات الإعلامية، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1980، ص 333.

محددة، كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا و اختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معه.¹

ويمكن القول أنها "سلسلة من المواد الصحفية (أو الإعلانية) المتناسقة تستخدم موضوعا أو مسألة محددة وتخطيط لإنجاز هدف معين وقد تكون محلية أو قومية، وتستمر من عدة أسابيع إلى عدة سنوات ويمكن أن تكون مع شيء أو ضد شيء معين.²

إجرائيا :

هي كافة الأنشطة الاتصالية المنظمة المخططة والمقصودة التي تعتمد عليها قناة النهار TV والتي تقوم وفق قواعد وأسس علمية، تستهدف طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة من اجل تحقيق نشر ثقافة صحية لديهم .

مفهوم الثقافة الصحية :

اصطلاحا:

هو عملية تزويد الأفراد أو المجتمع بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم واتجاهاتهم فيما يتعلق بأمور الصحة تأثيرا ايجابيا نحو الأفضل.³

يرى زهير السباعي أن التنقيف الصحي هو عملية التي نستخدم فيها وسائل التعليم والإعلام والاتصال كي ننقل للناس المعرفة حيال الوقاية من الأمراض وعلاجها بحيث يمكن استخدام هذه المعرفة بهدف تطوير صحتهم وصحة أسرهم ومجتمعاتهم.⁴

¹ صابر سليمان عسران، تخطيط و تنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، اتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري، يوليو 2005، ص 31.

² عزت، محمد فريد، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية- انجليزي عربي-، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.س، ص102.

³ الشاعر عبد المجيد وآخرون، مبادئ في الصحة العامة، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص279.

⁴ محمد الحنفاوي، الصحافة و التوعية الصحية ، دار العلم و الايمان لنشر و التوزيع، 2014، ص56.

إجرائيا :

هي قدرة طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة على ترجمة المعلومات الصحية التي يتلقاها من الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV إلى سلوكيات صحية سليمة تساعد في المحافظة على صحته وصحة أفراد أسرته.

مفهوم الطلبة الجامعيين :

اصطلاحا :

يعرف الطالب الجامعي بأنه النخبة المثقفة في المجتمع يتلقى تكوينه وتعليمه في مؤسسات التعليم العالي أو الجامعي ويكتسي بذلك أهمية بالغة باعتباره إنسان له خصائص تميزه عن باقي الفئات الأخرى.¹

كما عرف إسماعيل علي سعيد الطالب الجامعي: بأنه فئة عمرية تشغل وضعا متميزاً في بناء المجتمع وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته.²

إجرائيا:

الطلبة الذين نحن بصدد دراستهم هم طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة الذين يشاهدون ويتابعون الحملات الإعلامية التلفزيونية (قناة النهار TV)، وهؤلاء الطلبة يختلفون من حيث الفئة العمرية والجنس ومكان الإقامة.

مفهوم فيروس كورونا:

وباء كوفيد - 19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019 ، وقد تحول كوفيد - 19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.³

¹ إسماعيل علي سعيد، الشباب و التنمية في المجتمع السعودي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1989، ص370.

² المرجع نفسه، ص370.

³ رياض حمدوش، احمد دعاس، وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في تعبئة الرأي العام العالمي و في الحد من انتشار وباء كورونا (كوفيد 19)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، ص166.

تعرف المنظمة العالمية للصحة فيروس كورونا على أنه :

سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض لأشد وخامة مثل المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس).

12- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من أهم الخطوات والمراحل التي لا ينبغي على الباحث إهمالها سواء بمراجعتها و الاطلاع عليها أو عرضها أو توظيفها .

كما تعتبر الدراسات السابقة بأنها تلك الدراسات التي أنجزت من قبل وأعدت خلال فترات زمنية ماضية فهي تساعد الباحث في تكوين فكرة عامة شاملة عن الموضوع المدروس، وهي تعتبر من التراث النظري الذي يلجأ له الباحث من خلال قراءته، المعمقة له تساعد الدراسة السابقة الباحث في صياغة الإشكالية وبناء الإطار المنهجي.

- الدراسة الأولى:¹

دراسة عيسى بوكرموش لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان :إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية دراسة وصفية إستراتيجية التوعية المرورية سنة 2012-2013 جامعة الجزائر 3.

حاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي والذي يتمثل في: كيف ينسق المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق جهوده الاتصالية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية ؟ حيث انطلق الباحث في هذه الدراسة بإشكالية مفادها أن حملات التوعية العامة التي تتبناها الدول ضرورة ملحة في دول العالم. حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي أما في ما يخص أدوات جمع البيانات فقد تم استخدام أداتين هما المقابلة و الملاحظة.

ومجتمع البحث هو أطراف التوعية لولاية غرداية وهو مجتمع كافي لإجراء الدراسة عليها باعتبارها جزء من مشروع التوعية.

¹ عيسى بوكرموش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية دراسة وصفية إستراتيجية التوعية المرورية، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012-2013).

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج هي :

ارتفاع حوادث المرور بعد سنة 2011 وهذا راجع حسب دراسته إلى :

- غياب تفعيل حقيقي لقانون المرور الساري وقت إذن وهو قانون المرور لسنة 2010
- تزامن تفعيل القانون الجديد بإطلاق الحملة السنوية التوعية التي أطلقتها الإذاعة الوطنية تحت إشراف المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق.
- الربيع العربي بالجزائر وما نتج عنه احتجاجات الشارع الجزائري لأزمة "السكر والزيت" الأمر الذي أدى إلى تعامل السلطات بمرونة من خلال وضع حواجز أمنية للسائقين إلا ذلك كانت له نتائج وخيمة.

موقف الدراسة الحالية من هذه الدراسة :

تعد هذه الدراسة التي يتم اعتقادها دراسة متشابهة للدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك معها في أحد المتغيرات، وبالرغم من اتفاقها في نقاط إلا أنها تختلف في نقاط أخرى يمكن عرضها على النحو التالي:

أوجه التشابه :

- تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الحملات الإعلامية وإبراز أهميتها في التقليل أو الحد من الظواهر السلبية.
- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في إبراز دور وسائل الإعلام في نشر التوعية والتثقيف وتغيير السلوكيات السلبية وتعزيز السلوكيات الإيجابية.
- تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في نوع المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي.

أوجه الاختلاف :

- تختلف هذه الدراسة على دراستنا في اختيار نوع العينة حيث تم الاعتماد في دراستنا على العينة القصدية، أما في الدراسة السابقة فقد تم الاعتماد على مجتمع البحث فقط على أنه كاف لإجراء الدراسة عليه.
- اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أداة جمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة السابقة على أداتين: هما الملاحظة والمقابلة، أما في دراستنا فقد اعتمدنا على أداة الاستبيان.
- هناك اختلاف في الأهداف، حيث لكل باحث أهدافه التي يريد تحقيقها من خلال دراسته.
- تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في محددات الدراسة (المكانية، الزمنية، البشرية).

أوجه الاستفادة:

- استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في الوصول إلى المنهج الملائم لهذه الدراسة.
- استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في إثراء الإطار النظري .

الدراسة الثانية:¹

دراسة أحمد ريان باريان لنيل شهادة ماجستير في علم الإعلام تحت عنوان: دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، بجامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، سنة 2002-2003.

حاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض؟ وتهدف الدراسة إلى التعرف على مصادر التثقيف الصحي للمرأة السعودية ومدى متابعتها لوسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي، ومدى الاستفادة منها. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، ولجمع البيانات والمعلومات استخدم أداة المقابلة وكذلك استمارة الاستبيان وذلك حسب طبيعة البحث وأهدافه.

وقد اختار الباحث لدراسته مجتمع بحث مكون من (450) مفردة من النساء السعوديات لمدينة الرياض. تضمنت على عينة عشوائية من إحياء مدينة الرياض (راقية، ومتوسطة، وشعبية) ووفق لارتفاع أو انخفاض مستوى تكلفة ونوع السكن.

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج هي:

- وجود اختلاف في مصادر التثقيف الصحي لدى المرأة السعودية سواء من حيث نوعها أو درجة متابعتها.
- إن أخبار الموضة والمطبخ كانت أكثر المواد الإعلامية متابعة بالنسبة للمرأة السعودية يليها الأخبار الفنية، ثم البرامج المنوعة، بينما احتلت الأخبار الصحية المرتبة الخامسة.
- تعدد القيم التي اكتسبتها أو ترغب باكتسابها من مصادر التثقيف الصحي، وبالتالي ينعكس على تنوع مجالات الإشباع المتحقق من وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي.
- وجود اتجاه ايجابي إلى حد كبير من قبل المرأة السعودية حول دور وسائل الإعلام في مجال التثقيف والتوعية الصحية.

¹ أحمد ريان باريان ، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة لنيل شهادة الماجستير، المملكة العربية السعودية: كلية علوم الإعلام والاتصال، بجامعة الملك سعود، (2002-2003).

موقف الدراسة الحالية من هذه الدراسة :

تعد الدراسة الثانية من الدراسات المتشابهة مع الدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك معها في أحد المتغيرات، وبالرغم من اتفاقها في نقاط إلا أنها تختلف في نقاط أخرى يمكن عرضها على النحو التالي:

أوجه التشابه:

- تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في أحد متغيرات موضوع الدراسة وهو الثقافة الصحية.
- تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في اختيار نوع المنهج الملائم (المنهج المسحي) وفي اختيار نوع الأداة وهي أداة الاستبيان.
- تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في إبراز دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الصحية ولفت الانتباه إليها .

أوجه الاختلاف:

- تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في اختيار أداة الدراسة، ففي دراستنا قمنا باختيار أداة الاستبيان فقد أما في هذه الدراسة فقد تم اختيار أداتين: هما المقابلة والاستبيان.
- هناك اختلاف يكمن في اختيار نوع العينة ففي دراستنا اعتمدنا على العينة غير العشوائية (العينة القصدية) أما في هذه الدراسة فقد تم الاعتماد على العينة العشوائية.
- تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في محددات الدراسة (المكانية، الزمنية، البشرية).

أوجه الاستفادة:

- استفدنا من هذه الدراسة في اختيار نوع المنهج الملائم (المنهج المسحي) .
- استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في الوصول إلى أداة الدراسة المناسبة (أداة الاستبيان).
- استفادت الدراسة من هذه الدراسة في اختيار وبناء المدخل النظري المفسر للدراسة.

الدراسة الثالثة:¹

دراسة عبد السلام المعاينة لنيل رسالة الماجستير تخصص الصحافة والإعلام تحت عنوان: دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا"، السنة الجامعية 2013-2014 ، بجامعة البترا، الأردن.

حاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي يتمثل في: ما دور برنامج (صحتك بالدنيا) الذي يث على التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي؟.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي دراسة في برنامج (صحتك بالدنيا)، من خلال التعرف على مدى متابعة الجمهور لبرنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي، ومدى استفادة الجمهور من برنامج (صحتك بالدنيا) من معلومات صحية وتأثير برنامج (صحتك بالدنيا) في التثقيف الصحي ومستوى الوعي الصحي لدى المجتمع الأردني. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي وعلى أداة الاستبيان وتم توزيعها على (450) من أفراد المجتمع الأردني.

تمثل مجتمع البحث على الأسر الأردنية بالعاصمة عمان، حيث تم اختيار عينة عشوائية ممثلة لأحياء العاصمة عمان (أحياء راقية، أحياء متوسطة، أحياء شعبية)، وفقاً لمستوى ارتفاع أو انخفاض الدخل وتكلفة ونوع السكن.

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج هي:

- (72.64 %) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يتابع برنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي لأن الجمهور يتابعون البرنامج لغايات التثقيف الصحي، ولأن البرنامج يناقش قضايا تهم المجتمع الأردني.

- (76.71 %) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يستفيدون من برنامج (صحتك بالدنيا) ، وهذا يعود إلى أن البرنامج يستضيف أطباء مختصين بالقضايا التي يناقشها مما يشجع المواطنين على الاتصال والاستفادة من خبرات هؤلاء الأطباء.

1 عبد السلام المعاينة، دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا"، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (الأردن، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام السنة الجامعية، بجامعة البترا، 2013-2014).

- (93.73 %) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يرون أن هناك أثر لبرنامج صحتك بالدنيا في التنقيف ومستوى الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني.

- (6.72 %) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يرون أن برنامج صحتك بالدنيا يلعب دورا مهما في عملية التنقيف الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني.

موقف الدراسة الحالية من هذه الدراسة :

تعد الدراسة الثالثة من الدراسات المتشابهة مع الدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك معها في أحد المتغيرات، وبالرغم من اتفاقها في نقاط إلا أنها تختلف في نقاط أخرى يمكن عرضها على النحو التالي:

أوجه التشابه:

- تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الثقافة الصحية، وإظهار دور وأهمية التنقيف الصحي في التقليل أو الحد من الظواهر السلبية وتعزيز من الظواهر الإيجابية.
- تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في إبراز دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الصحية.
- تتفق دراستنا مع هذه الدراسة في نوع المنهج وهو المنهج المسحي وفي نوع أداة الدراسة وهي أداة الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

- تختلف دراستنا مع هذه الدراسة في اختيار نوع العينة، حيث أن في دراستنا تم الاعتماد على العينة القصدية وفي الدراسة السابقة تم الاعتماد على العينة العشوائية.
- هناك اختلاف في الأهداف، حيث لكل باحث أهدافه التي يسعى إلى تحقيقها من خلال البحث في موضوع دراسته .
- اختلاف محددات الدراسة (المكانية، الزمنية، البشرية).

أوجه الاستفادة:

- استفدنا من هذه الدراسة في اختيار نوع المنهج الملائم (المنهج المسحي) .
- استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في الوصول إلى أداة الدراسة المناسبة (أداة الاستبيان).
- استفادت الدراسة من هذه الدراسة في اختيار وبناء المدخل النظري المفسر للدراسة.

13- المقاربة النظرية :

ترتبط دراسة دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وخصوصا الحملات الإعلامية التلفزيونية بوصفها نوعا من الإعلام الحديث الذي يفترض به أن يعتمد على تزويد الناس بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات.

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها نظرية بيئية والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقة بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.¹

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم ووسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، الحملات وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية و الاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.
- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.²

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص124.

² حسين عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سبق ذكره، ص315.

نشأتها:

ظهرت هذه النظرية في العقد السابع من القرن الماضي على يد كل من " ملفين ديفليير " و " ساندربول روكيتشا " : وهما المؤسسان الحقيقيان لهذه النظرية، والتي جاءت في كتابيهما نظريات وسائل الإعلام وانطلقت المنهجية الأولى لهذه النظرية من خلال النظام الاجتماعي الواسع لتأثير وسائل الإعلام حيث أن وسائل الإعلام طالبت بإحداث اندماج ما بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي.¹

فكرة النظرية:

تتمثل فكرة نظرية الاعتماد في "أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة".

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على "علاقة اعتمادية، بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي مع أحد أجزائها، مثل التلفزيون أو الصحافة أو الإذاعة".

وتقوم نظرية الاعتماد بتحديد " طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعمل النظرية على تعريف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، وكذلك دورها في أوقات التغير والأزمات.²

¹ بسام عبد الرحمان المشاقية، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة، عمان، 2011، ص95-96.

² منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص181.

فرضيات النظرية:

تعتمد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفروض هي :

- انطلقت هذه النظرية من فرض أساسي وهو أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقف السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على زيادة الاعتماد أو قلته، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع نتيجة وجود تهديد ما أو صراع أو حدث مؤثر (جائحة كورونا) كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما هو الحال نجد أنه وفقاً لفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإذا اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد في ظل جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) فهذا الحدث مؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد والمجتمعات.

- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة للأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

- اختلاف حاجات الجمهور وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام¹.

مدى ملائمة النظرية مع الدراسة الحالية:

بما أن هذه النظرية تنطلق من فرض أساسي وهو أن الجمهور (الطلبة الجامعيين) يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وباعتبار أن الحملات الإعلامية التلفزيونية المقدمة من طرف قناة النهار TV هي موضوع الدراسة، حيث أن هذه الأخيرة لها دور كبير في عملية نشر الثقافة والمعرفة بين الطلبة الجامعيين كما تعتبر الصحة من أهم ما يهتم به الإنسان فهو دائماً يسعى للحصول على المعلومات الدقيقة والتفصيلية التي تخص موضوع الصحة خاصة وقت انتشار الأوبئة والأمراض، حيث تؤثر نظرية الاعتماد على العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور (الطلبة الجامعيين) وتولي أهمية كبيرة للأحداث والأزمات وحالة عدم الاستقرار التي تعيشها المجتمعات في وقت ما، والتي تؤدي بشكل مباشر

² منال هلال المزاهرة، نفس المرجع السابق، ص 183.

إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام، كما هو في المجتمع الجزائري الآن وما يمر به جراء جائحة كورونا، حيث تفترض هذه النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام أي الحملات الإعلامية التلفزيونية بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار الصحية من أجل تكوين ثقافة صحية ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات انتشار المرض والتي يسود فيها الخوف والقلق، وهذا ما يؤكد الاعتماد على هذه النظرية في تفسير هذه الدراسة لموضوع دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا (قناة النهار TV نموذجاً).



المحور الثاني:

الإطار النظري

الفصل الأول :

تأصيل مفاهيمي للحملات الإعلامية التلفزيونية

تمهيد.

المبحث الأول : مقارنة نظرية للتلفزيون

المبحث الثاني : مدخل مفاهيمي للحملات الإعلامية الصحية

المبحث الثالث : كيفية تصميم الحملات الإعلامية التلفزيونية

خلاصة.

الفصل الثاني :

مقاربات مفاهيمية حول الإعلام الصحي والثقافة الصحية خلال
جائحة كورونا

تمهيد.

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للإعلام الصحي

المبحث الثاني : عناصر الثقافة الصحية

المبحث الثالث : مدخل عام لجائحة كورونا

خلاصة.



المحور الثالث:

الإطار التطبيقي

بطاقة فنية حول قناة النهار TV:

كانت أولى التجارب لجريدة النهار التي أطلقت قنواتها TV في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق و البلاد و الأجواء والخبر وغيرها من الصحف الأخرى وهي أول قناة إخبارية في الجزائر .

قناة النهار الجزائرية هي قناة إخبارية تبث برامجها على الأقمار الصناعية الثلاثة النابل سات و تيلسات و بدر 05 ، حيث بعد نجاح جريدة النهار الجزائرية فقرر إنشاء قناة النهار الجزائرية للانتقال من الصحافة و الإعلام إلى المكتوب إلى السمعي البصري ، حيث لاقت نجاحا كبيرا .

- مديرها : أنيس رحمانى .

- اختصاصها : إخبارية .

- التأسيس : 2012 .

- المقر الاجتماعي : الجزائر .

- موقع الويب : الموقع الرسمي لقناة النهار .

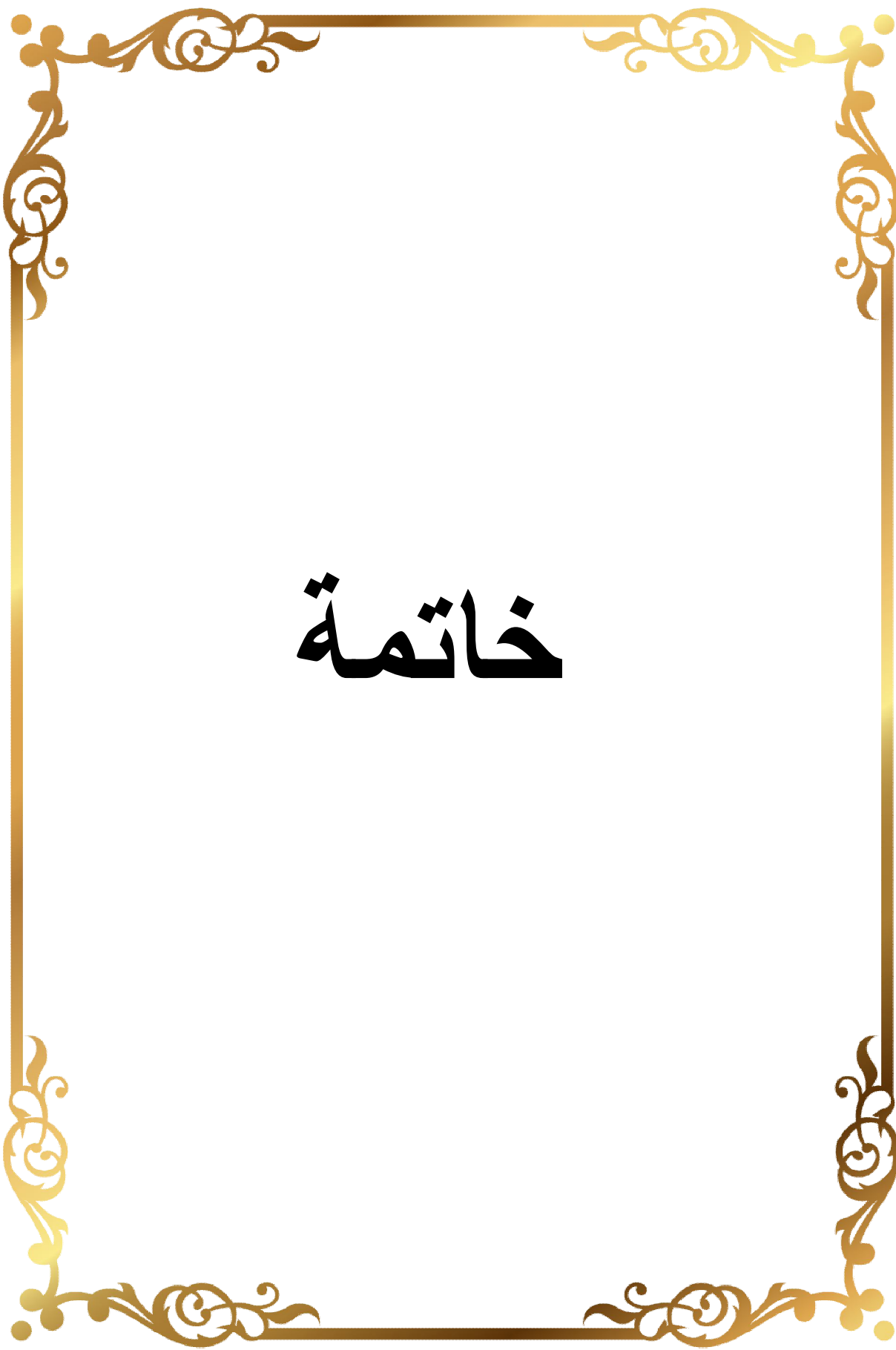
- تردد القناة على النابل سات : $27500 * 3/4 * 10922 \text{ v} - 2 * \text{dvb-simpej}$.

وهي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين و الصحفيين الجزائريين .

نبذة عن القناة :

انطلق البث التجريبي يوم 06 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر و نور اليقين مغريش ،¹ اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات تهتم القناة بالشأن الإخباري و السياسي في الجزائر ، حيث أن برامجها كانت مزيجا بين نشرات الأخبار و الرياضة و أخبار الاقتصاد في الجزائر ، و كذا أخبار الصحف الوطنية و هذا من خلال برنامج بين السطور ، عرفت القناة بعدم حيادها في القناة ، خاصة أثناء الحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية الجزائرية سنة 2014 فقد شن عليها و على الجريدة التابعة لها بعض الناشطين الإلكترونيين حملات مقاطعة سبب ما وصفوه تفاهة القناة وتصغيرها لعقول المشاهدين و التحيز لجهة على حساب الآخر .

1 تاريخ الاطلاع 24/03/2022 على الساعة 18:00 http //ar .wikibidia.com .



خاتمة

خاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا هذه التعرف على دور الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة خلال جائحة كورونا، ومن احد أسباب اختيارنا لهذا الموضوع هو تفشي الأمراض والأوبئة خاصة فيروس كورونا وكذلك معرفة مدى وعي الناس وثقافتهم الصحية خلال الأزمة التي عاشها العالم ككل.

ومن خلال هذه الدراسة حاولنا إبراز أهمية هذه الحملات الإعلامية في التوعية والتثقيف الصحي للطلبة، وزيادة معرفتهم بالأمور التي تخص القضايا الصحية، إلا أن هذه الحملات تبقى رهينة المحتويات والمضامين الإعلامية التي يبثها التلفزيون، والأهم من ذلك هو فتح الباب أمام الحملات الإعلامية التثقيفية مع التكيف مع بثها سعيا لتحقيق مجتمع واع، يستطيع الوقوف أمام الصعوبات والتحديات المفروضة عليه.

ومن خلاله يمكننا إعطاء مجموعة من التوصيات و الاقتراحات تتمثل في ما يلي :

- العمل على زيادة نسبة الحملات الإعلامية التلفزيونية لتعزيز مفهوم الصحة للجميع والمساهمة في نشر الثقافة والوعي الصحي وخاصة الوقاية من الأمراض والأوبئة.
- دراسة المواعيد المناسبة لبث الحملات الإعلامية التلفزيونية لضمان بلوغ الثقافة الصحية إلى اكبر عدد ممكن من الطلبة.
- العمل على تصميم حملات إعلامية تلفزيونية تلفزيونية متخصصة في مجال التثقيف الصحي.
- ضرورة توفير الإمكانيات والوسائل والأدوات المادية عن طريق رفع ميزانية قطاع الصحة.
- دعوة مدراء ومخططي الحملات الإعلامية التلفزيونية إلى وضع سياسات جديدة في تخطيط وطرق تقديم هاته الحملات الإعلامية التلفزيونية للتأثير على المشاهد.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

- 1- إسماعيل علي سعيد، الشباب و التنمية في المجتمع السعودي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1989.
- 2- البكري فؤاد عبد المنعم ، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، مصر، 2007.
- 3- الجدري عدنان حسن و أبو جلول يعقوب عبد الله، الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في البحوث التربوية والإنسانية، ط2، للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 4- الحنفائي محمد، الصحافة و التوعية الصحية ، دار العلم و الإيمان لنشر و التوزيع، 2014.
- 5- حامد خالد، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط1، جسور للنشر، الجزائر، 2008.
- 6- دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر، سوريا، 2000.
- 7- الشاعر عبد المجيد وآخرون، مبادئ في الصحة العامة، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 8- عليان ربحي مصطفى وغنيم محمد، أساليب البحث العلمي، ط4، دار الصفاء، الأردن، 2010.
- 9- عبد الله محمد عبد الرحمان و بدوي محمد، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
- 10- عزت، محمد فريد، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية- انجليزي عربي-، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.س.
- 11- فريدة محمد وعزت محمود، المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1980.
- 12- محمد الجبور حسناء ، الإعلام البيئي، ط3 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 .

13- محمد عبد العلي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، د.ط، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

14- المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.

15- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة، عمان، 2011.

16- مكايي حسن عماد، السيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.

17- نوفل محمد بكر، محمد أبو عواد فريال، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010.

18- النجار فايز جمعة، أساليب البحث العلمي، ط2، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

ثانيا: المذكرات والرسائل الجامعية

1- باريان أحمد ريان ، دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (المملكة العربية السعودية: كلية علوم الإعلام والاتصال، بجامعة الملك سعود، 2002-2003).

2- بوكرموش عيسى، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية دراسة وصفية إستراتيجية التوعية المرورية، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012-2013).

3- المعاينة عبد السلام، دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا"، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (الأردن، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام السنة الجامعية، بجامعة البترا، 2013-2014).

ثالثا: المجلات.

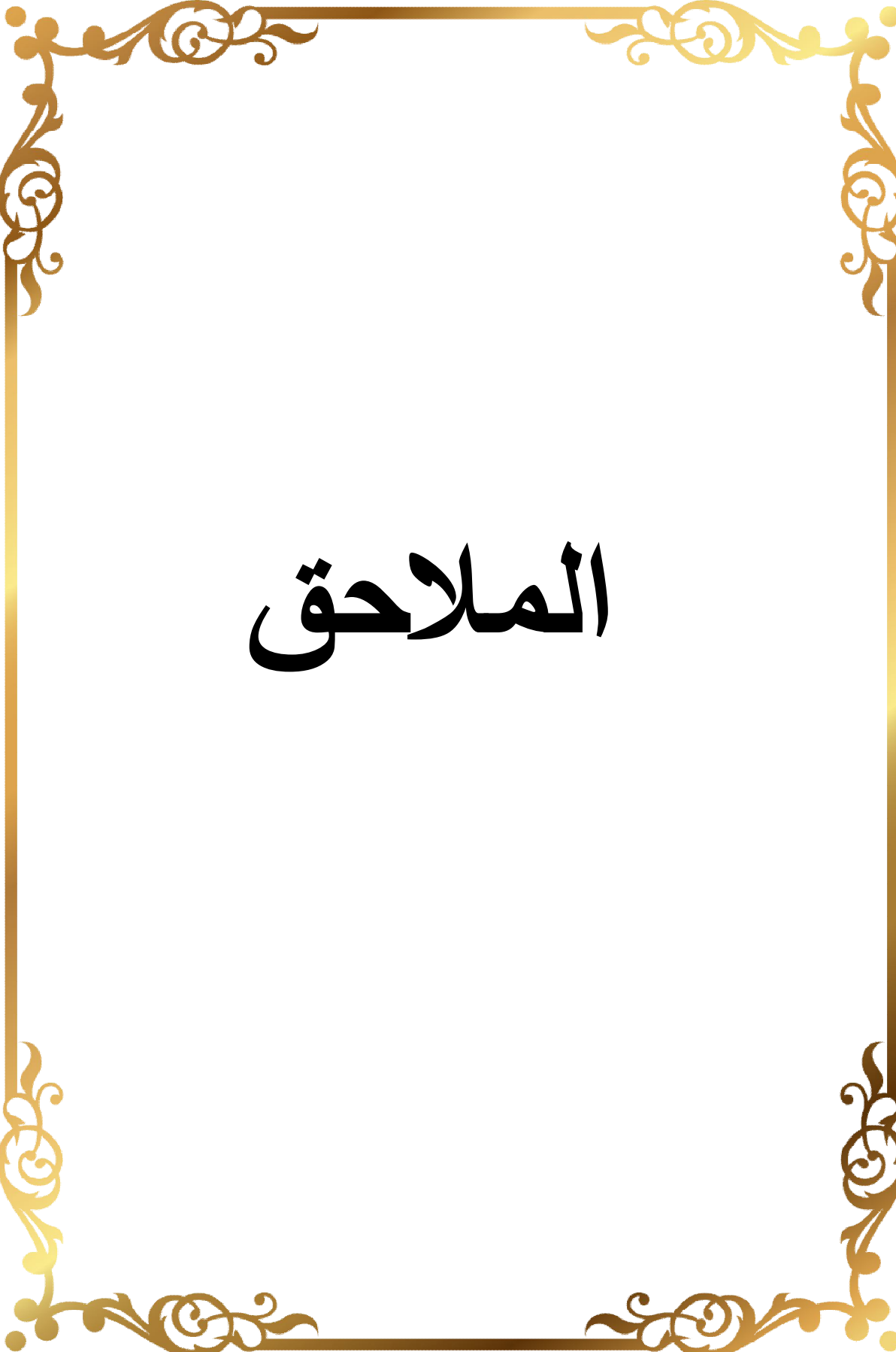
1- حمدوش رياض، دعاس احمد، وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في تعبئة الرأي العام العالمي و في الحد من انتشار وباء كورونا (كوفيد 19)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020.

2- رسمي عبد المالك رستم وآخرون، مداخل التربية لوقاية الطلاب من خطر الإدمان(سلسلة الدراسات: المشكلات السلوكية في المؤسسات التربوية)، الجزء4، د.ن، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية.

3- عسران صابر سليمان ، تخطيط و تنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، اتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري، يوليو 2005.

رابعاً: المواقع الإلكترونية

1 - تاريخ الاطلاع 24/03/2022 على الساعة 18:00 .[http //ar .wikibidia.com](http://ar.wikibidia.com) .



الملاحق

الملحق رقم 01: لوغو قناة نهار TV





الملحق رقم 02: استمارة الإستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

السنة: الثالثة ليسانس

التخصص: اتصال

العنوان:

دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في نشر الثقافة الصحية
خلال جائحة كورونا
" قناة النهار TV نموذجاً "
(دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم الاتصال جامعة البويرة)

عزيزي المشارك:

شكراً جزيلاً لتعاونك معنا في إتمام هذا البحث، نحن نقدر تماماً وقتك الثمين الذي سوف تبذله لملء هذه الاستمارة. لذلك نرجو منكم تحري الدقة في إجاباتكم وذلك لمساعدتنا في الخروج بنتائج دقيقة . ومرة أخرى نشكركم على حسن تعاونكم ولكم منا كل التقدير ويرجى العلم أن جميع بيانات الدراسة سرية، ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذة:

إعداد الطلبة:

د.أوشن جميلة.

- فرحات وسيم

- خذير رابح

السنة الجامعية 2021 / 2022

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- 1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
- 2- العمر : أقل من 18 ☐ من 19 إلى 30 ☐ أكثر من 30 ☐
- 3- المستوى التعليمي : السنة الثانية اتصال ☐ السنة الثالثة اتصال ☐ السنة أولى ماستر ☐ السنة الثانية ماستر ☐
- 4- المستوى المعيشي : جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة طلببة قسم الاتصال بجامعة البويرة للحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV .

- 5 - هل تشاهد قناة النهار TV ؟ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐
- 6- هل تشاهد قناة النهار TV عبر ؟ شاشة التلفزيون ☐ البث المباشر عبر الانترنت ☐ من خلال تسجيلات اليوتيوب ☐

أخرى.....

- 7- متى تشاهد قناة النهار TV: صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐ حسب الظروف ☐
- 8- ما هي الأماكن التي تشاهد فيها قناة النهار TV ؟ المنزل ☐ الجامعة ☐

أخرى.....

- 9 - ما المدة التي تقضيها في مشاهدتك قناة النهار TV ؟ أقل من ساعة ☐ ساعة ☐ ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

- 10- هل تشاهد الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV ؟ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- 11- أي من هذه الحملات الإعلامية التلفزيونية التي أثارت اهتمامك ؟ حملة التبرع بالدم ☐
حملة التلقيح ضد فيروس كورونا ☐ حملة الوقاية من السيدا ☐

أخرى.....

- 12- منذ متى وأنت تشاهد هذه الحملات الإعلامية التلفزيونية ؟ أقل من سنة ☐ من سنة إلى 3 سنوات ☐ أكثر من 3 سنوات ☐

المحور الثالث: دوافع إقبال طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة على متابعة الحملات الإعلامية التلفزيونية على قناة النهار TV.

- 13- لماذا تتابع قناة النهار TV ؟ الترفيه والتسلية ☐ التثقيف ☐

الوعي بما يجري من أحداث ☐ متابعة المستجدات على الساحة الوطنية والدولية ☐

أخرى.....

- 14- ما هي أسباب متابعتك لقناة النهار TV ؟ تقدم حقائق ومعلومات ☐ نقلها للأحداث بسرعة مصداقية الأخبار ☐ تناقش معظم القضايا التي تخص الشباب الجزائري ☐

أخرى.....

- 15- لماذا تتابع الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تعرض على قناة النهار TV ؟

لأنك معني بموضوع الحملة ☐ لأنك مجبر على مشاهدتها في انتظار عودة البرنامج ☐
لأنها حملة ذات منفعة عامة ☐

أخرى.....

- 16- هل أغنتك الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV على متابعة باقي الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث في القنوات الأخرى؟ نعم ☐ لا ☐

لماذا.....

17- ما هي طبيعة الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تشاهدها؟ وقائية ☐ علاجية ☐
تعليمية ☐ تثقيفية ☐

المحور الرابع : مساهمة الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV في نشر الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة البويرة.

18- ماذا يمثل لك مفهوم الثقافة الصحية؟ تعلم معارف صحية ☐ عملية تزويد الأفراد بالمعلومات الصحية ☐ إدراك الفرد للظروف الصحية المحيطة به ☐

أخرى.....

19- ما هي الأسباب التي تجعلك تقبل على مشاهدة الحملات الإعلامية التلفزيونية الخاصة بالثقافة الصحية؟ مجرد فضول ☐ اكتساب معارف صحية جديدة ☐ الوقاية من بعض الأمراض ☐

أخرى.....

20- ما هي معلوماتك حول فيروس كورونا؟

.....

21- هل قدمت الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV معلومات كافية حول فيروس كورونا؟ نعم ☐ لا ☐

22- من وجهت نظرك إلى أي مدى نجحت الحملات الإعلامية التلفزيونية التي تبثها قناة النهار TV في تلبية احتياجات جمهورها؟ نجحت بدرجة كبيرة ☐ نجحت بدرجة متوسطة ☐ لم تنجح ☐

لماذا.....

23- هل ساهمت الحملات الإعلامية التي تبثها قناة النهار في تشكيل ثقافة صحية لديك؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك.....



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	- شكر وتقدير
	- إهداء
	- خطة الدراسة
	- ملخص الدراسة بالعربية
	- ملخص الدراسة بالانجليزية
أ - ب	- مقدمة
المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	1- الإشكالية
04	2- تساؤلات الدراسة
04	3- أهداف الدراسة
04	4- أسباب اختيار الموضوع
05	5- أهمية الدراسة
06	6- نوع الدراسة
07	7- منهج الدراسة
08	8- أدوات جمع البيانات والمعلومات
09	9- مجتمع البحث وعينة الدراسة

11	10- مجالات الدراسة
11	11- تحديد المفاهيم والمصطلحات
15	12- الدراسات السابقة
21	13- المقاربة النظرية
27-25	المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة
	الفصل الأول: تأصيل مفاهيمي للحملات الإعلامية التلفزيونية
	تمهيد
	المبحث الأول: مقاربة نظرية للتلفزيون
	1- مفهوم التلفزيون
	2- نشأة وتطور التلفزيون
	3- خصائص التلفزيون
	4- وظائف التلفزيون
	5- إيجابيات وسلبيات التلفزيون
	المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي للحملات الإعلامية التلفزيونية
	1- مفهوم الحملات الإعلامية التلفزيونية
	2- خصائص الحملات الإعلامية التلفزيونية
	3- أهداف الحملات الإعلامية التلفزيونية
	4- أهمية الحملات الإعلامية التلفزيونية

	5- أنواع الحملات الإعلامية التلفزيونية
	المبحث الثالث: كيفية تصميم الحملات الإعلامية التلفزيونية
	1- التخطيط للحملات الإعلامية التلفزيونية
	2- صياغة الحملات الإعلامية التلفزيونية
	3- تحديد الجمهور المستهدف في الحملات الإعلامية التلفزيونية
	4- تحديد وسائل الاتصال في الحملات الإعلامية التلفزيونية
	5- عوامل نجاح حملات الثقافة الصحية
	خلاصة
	الفصل الثاني: مقاربات مفاهيمية حول الإعلام الصحي والثقافة الصحية
	خلال جائحة كورونا
	تمهيد
	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإعلام الصحي
	1- مفهوم الإعلام الصحي
	2- أهمية الإعلام الصحي
	3- خطوات عملية الإعلام الصحي
	4- المشكلات و الصعوبات التي تواجه الإعلام الصحي
	5- تقييم أداء الإعلام الصحي
	المبحث الثاني: عناصر الثقافة الصحية

	1- مفهوم الثقافة الصحية
	2- أهمية الثقافة الصحية
	3- أهداف الثقافة الصحية
	4- مجالات الثقافة الصحية
	5- وسائل الثقافة الصحية
المبحث الثالث: مدخل عام لجائحة كورونا	
	1- مفهوم فيروس كورونا
	2- بداية انتقال فيروس كورونا (كوفيد-19)
	3- أعراض فيروس كورونا وطرق الوقاية منه
	4- دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في تحقيق الثقافة الصحية خلال جائحة كورونا
	5- نموذج لمساهمة الإعلام الصحي في نشر الثقافة الصحية
	خلاصة
المحور الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
29	- بطاقة فنية حول قناة النهار TV
31	- خاتمة
33	- قائمة المصادر والمراجع
35	- الملاحق
42	- فهرس المحتويات