الجمـهورية الجـزائريـة الديمـقراطية الشعبية
République algérienne démocratique et populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
– البويرة –
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Université Akli Mohand Olhaj - bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
faculté des sciences sociales et humaines

قسم التاريخ

تخصص: اتصال و علاقات عامة

عنوان المذكرة:

المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا (COVID-19) في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
قناة النهار نموذجا دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج بيتك حياتك.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

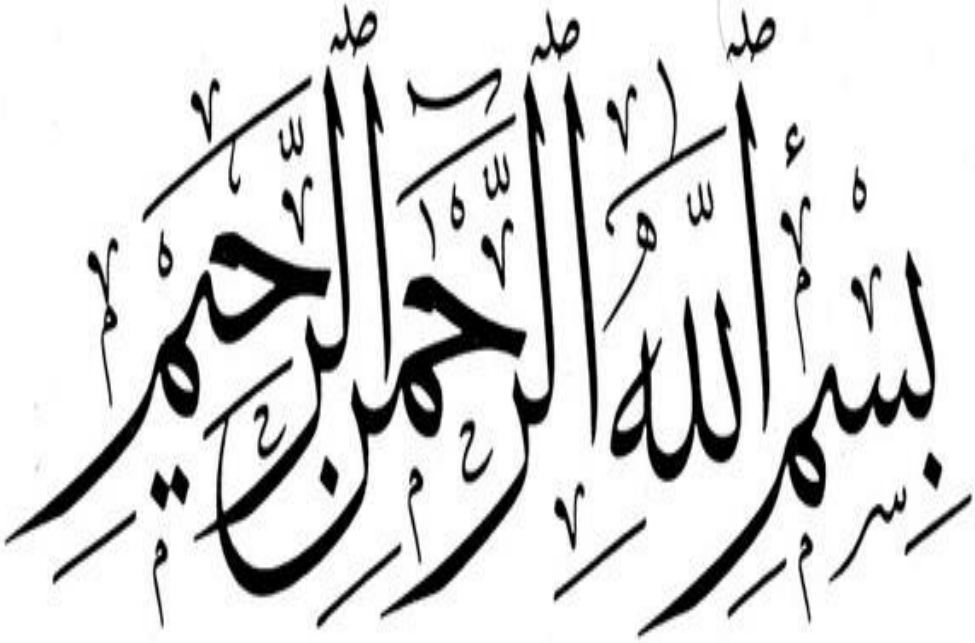
من إعداد الطالبة:

- بوشريقن أمينة

إشراف الأستاذ (ة):

- اخلف كنزة

السنـــــــة الجامعية : 2020 / 2021


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل على نعمة الإسلام

الحمد والشكر لله على ما أوصلني إلى هذا المقام

انه لمن دواعي السرور بعد إنجاز هذا العمل المتواضع أن أتوجه بالشكر والحمد لله عز وجل الذي وفقني لإتمام هذا العمل، ومهد لي طريق العلم، وهداني إليه.

كما أتوجه بخالص الشكر والامتنان بعد الله سبحانه وتعالى إلى الوالدين الكريمين السبب الأول في هذا النجاح.

ومن باب الاعتراف بالجميل وإحقاقا للحق أتقدم بخالص الشكر والعرفان وأسمى عبارات الثناء والتقدير إلى من تبنى هذا العمل بكل إخلاص إلى الأستاذة الكريمة و الفاضلة " **أخلف كنزة** ". لإشرافها على انجاز هذا العمل وعلى مساعدتها على إنجاز مذكرتي وعلى كل ما أفادتني به من معلومات ونصائح و اقتراحات وعلى رحابة صدرها فجزاها الله خيرا وبارك لها في الدنيا والآخرة.

كما أتوجه بشكري الجزيل إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تكرمهم بقبول مناقشة هذه الرسالة

كما أتقدم بكل عبارات الامتنان والشكر إلى كل أساتذة قسم اتصال و علاقات عامة.

وفي الأخير أرجو من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة المتربصين المقبلين على التخرج.

إهداء

وبعد فضل الله عليا لإتمام هذا العمل، أهدي ثمرته

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى من احمل اسمه بكل افتخار..أرجوا من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار أبي الغالي " سعيد"

إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب والى معنى الحنان والتفاني..إلى بسمة الحياة وسر الوجود..إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة " مسعودة "

إلى إخوتي و أخواتي و سندي في الحياة: جميلة . جمال . رزيقة . زهرة. حمزة. و خصوصا أختي الغالية على قلبي و أمي ثانية " نورة "

فأنا اليوم أقوم بإهداء لكم بحث تخرجي و أنا أتمنى من الله أن يطيل لي في أعماركم و يرزقكم دائما بالخيرات.

ملخص الدراسة باللغة العربية

تناولنا في دراستنا، موضوع " المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة قناة النهار نموذجا دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج " بيتك حياتك ". و التي سعينا من خلالها التعرف على كيفية معالجة البرنامج ظاهرة انتشار فيروس كورونا و تداعياته على المجتمع، و كذلك التعرف على أهم المواضيع المطروحة التي تخص انتشار فيروس كورونا و اتجاه البرنامج من معالجته لهته المواضيع .وبناء على ذلك قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف كانت معالجة قناة النهار الفضائية الجزائرية الخاصة ظاهرة انتشار فيروس كورونا و تداعياته؟ و ما الأطر الرئيسية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لأبرز القضايا و الأحداث لانتشار فيروس كورونا التي تناولتها عينة البرنامج محل الدراسة ؟

قد اعتمدنا لإجراء الدراسة على منهج المسح بالعينة كونه يعد احد المناهج الملائمة لمثل هذه الدراسات وذالك من اجل إبراز ملامح الظاهرة وتقديم المعلومات الكافية عنها بواسطة أداة تحليل مضمون لتحليل المادة الإعلامية التي جاءت في البرنامج المتعلقة بالظاهرة المدروسة وقد وقع اختيارنا للعينة بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة، أما عن الشق النظري للدراسة فقد تناول فصلين الفصل الأول تناول جائحة فيروس كورونا والإعلام و الفصل الثاني تناول القنوات التلفزيونية الفضائية.

و توصلت الدراسة في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها :

_جاءت " التوجيهات و الإرشادات" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا التي تناولها برنامج محل الدراسة.

_خصص البرنامج مدة زمنية كبيرة لمعالجة مواضيع انتشار فيروس كورونا و هذا دليل على اهتمامه بهته القضية و تعريف بها أوساط المجتمع.

_ اعتمد البرنامج على العديد من الأنواع الصحفية أثناء عرضه للظاهرة و كان اتصال بالهاتف و الفيديو أكثر استخداما.

_جاء الفيديو في الترتيب الأول من حيث اعتماد برنامج محل الدراسة، كوسيلة من وسائل الجذب في تناوله للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا.

_ تصدر إطار " التحذير و التخويف " مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا.

_ تصدرت فئة الإيجابي المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا.

ـ حقق البرنامج عدة أهداف من وراء معالجته للظاهرة تمثلت في التوعية و تقديم المعلومات عن الفيروس.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، فيروس كورونا، القنوات الفضائية.

Résumé d'étude en français

Dans notre étude, nous avons discuté du sujet du « Traitement médiatique du phénomène de propagation du CORONA virus dans les chaînes satellitaires privées algériennes - la chaîne Al-Nahar comme modèle - une étude analytique d'un échantillon des épisodes de l'émission « Bitek Hyatek ».

À travers lequel nous avons cherché à savoir comment le programme abordait le phénomène de la propagation de la COV et ses implications pour la société,

Il s'agit également d'identifier les sujets les plus importants liés à la diffusion de COV et l'orientation du programme dans l'abordation de ces sujets. Par conséquent, nous avons soulevé la question clé suivante :

En quoi le traitement de la chaîne satellitaire privée algérienne Al-Nahar a-t-il été le phénomène de la propagation du virus CORONA et de ses répercussions ? Quels sont les principaux cadres utilisés dans le traitement médiatique des questions et des événements les plus importants de la propagation du COV abordés par l'échantillon du programme en question?

Nous nous sommes appuyés sur la méthode de l'enquête par sondage, car c'est l'une des approches appropriées pour de telles études afin de mettre en évidence les caractéristiques du phénomène et de fournir suffisamment d'informations à son sujet grâce à un outil d'analyse garanti pour analyser le matériel d'information fourni dans le programme lié au phénomène étudié et une délégation que nous avons choisie pour l'échantillon dans la méthode de l'échantillon aléatoire régulier,

En ce qui concerne l'aspect théorique de l'étude, deux chapitres traitaient de la pandémie de COV et des médias, et le second traitait des chaînes de télévision par satellite.

L'étude a finalement trouvé un ensemble de résultats, dont les plus importants étaient:

- lesconseils et les orientations classés au premier rang en termes de sujets les plus importants liés à la crise du virus CORONA abordés par le programme en question.
- Le programme a consacré beaucoup de temps à aborder les questions de la propagation de COV, ce qui témoigne de son intérêt pour la question et de sa définition au sein de la communauté.
- Le programme s'est appuyé sur de nombreux types de journalisme lors de sa présentation du phénomène et la communication téléphonique et vidéo était plus couramment utilisée.

- La vidéo a été classée première en termes d'adoption du programme d'études, en tant que moyen d'attraction dans son traitement des sujets liés à la crise du Coronavirus.

Le cadre d'alerte et d'intimidation est l'introduction des cadres utilisés pour aborder les sujets liés à la crise du COV. .

- La catégorie positive s'est classée première en termes d'orientation des sujets liés à la crise COV.
- Le programme a atteint plusieurs objectifs dans la lutte contre le phénomène, à savoir la sensibilisation et l'information sur le virus.

les mots clés : traitement des médias**.** Corona virus**.** chaînes privées.

خطة البحث

المقدمة

أولا: الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. نوع الدراسة ومنهجها
6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. الدراسات السابقة
9. المقاربة النظرية لدراسة
10. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

ثانيا: الإطار النظري

الفصل الأول: الإعلام وجائحة فيروس كورونا

تمهيد

المبحث الأول: جائحة فيروس كورونا

أولا: تعريف مرض فيروس كورونا

ثانيا: أسباب إعلان الفيروس جائحة دولية

ثالثا: انتشار فيروس كورونا حول العالم

رابعا: تداعيات جائحة فيروس كورونا

المبحث الثاني: دور الإعلام في مواجهة وباء كورونا

أولا: أساليب وسائل الإعلام للحد من ظاهرة انتشار فيروس كورونا

ثانيا: علاقة وسائل الإعلام بإستراتجية إدارة جائحة كورونا

ثالثا: أهمية الإعلام في ظل انتشار جائحة كورونا

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

تمهيد

المبحث الأول: الفضائيات التلفزيونية

أولا: نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها

ثانيا: أنواع الفضائيات التلفزيونية

ثالثا: وظائف الفضائيات التلفزيونية

رابعا: أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع

المبحث الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة

أولا: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري بالجزائر.

ثانيا: نشأة القنوات الجزائرية الخاصة.

ثالثا: أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة.

رابعا: التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة.

خلاصة الفصل

ثالثا: الإطار التطبيقي

تمهيد

المبحث الأول: مدخل تعريفي لبرنامج " بيتك حياتك"

أولا: بطاقة تقنية لنهار Tv

ثانيا: تعريف إجرائي لبرنامج بيتك حياتك

المبحث الثاني: تحليل بيانات دراسة و نتائجها

أولا: عرض البيانات و تحليلها كميا و كيفيا

ثانيا: النتائج العامة لدراسة

ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة

الاقتراحات و التوصيات

خاتمة

مقدمة

مقدمة

تعد الأزمات والكوارث والأمراض المستوطنة مادة خصبة لوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تحظى بتغطية على نطاق واسع ، فالأمراض الوبائية لا تقتصر على مجال الصحة العامة والطب السريري فقط ؛ بل هي قضية اجتماعية، ومسألة أمنية عالمية تهدد الأمن العالمي، فمع كل جائحة تَضرب العالم يُكتَب تاريخ جَديد للبشريّة وتَرتَسم خارطة مختلفة للتّوازنات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للبلدان وحياة الإنسان واستقراره وأمنه ، ويحفل التاريخ بالكثير من التجارب السابقة للانتشار الواسع للجائحات والأوبئة عبر الدول، والتي يمكن من خلالها أن نعرف أن مثل هذه الصدمات الكبرى تعطل الأنظمة الاقتصادية والسياسية، وتغير مجرى العلاقات الدولية؛ فقد ارتبطت الأزمات الناتجة عن الجائحات بتأثيرات سلبية هائلة على صحة واقتصاد وأمن المجتمعات الوطنية و العالمية و لقد تم تسجيل العديد من حالات تفشي الأمراض والأوبئة الهامة عبر التاريخ، كالطاعون والكوليرا وأنواع مختلفة من الأنفلونزا، كالأنفلونزا الأسبانية في بدايات القرن العشرين، ومؤخرًا سارس وأنفلونزا الطيور، وحاليًا كوفيد19، فما يعيشه العالم اليوم إثر تفشي هذا الفيروس هو صورة مماثلة لتداعيات أكثر الجائحات والأوبئة التي ضربت البشريّة عبر حقبات تاريخية مختلفة.

فلقد ساهمت أزمة كورونا في خلق واقع استثنائي غير مسبوق، وأرغم كافة الدول على توظيف إمكانياتها لمواجهة الفيروس المستجد ، وأدخل العالم في حالة طوارئ صحية مستمرة ، وما ترتب عليها من تعامل الحكومات مع الظروف الاستثنائية المستجدة ، ويواجه العالم مع كوفيد 19 عدة أزمات في أزمة واحدة، فلقد تسببت جائحة كورونا بأزمة صحية عالمية أدت إلى أزمات اقتصادية واجتماعية ، كما باتت تهدد حالة الاستقرار السياسي في العالم، فقد تعدى انتشار المرض الحدود الجغرافية للصين ليشمل جميع أنحاء العالم وليَفرِض على الدول مجموعة من الترتيبات الصّارمة لوقف تفشيه القاتل بين البشر؛ إلا أن تداعياته كان لها الأثر العميق على اقتصاديات البلدان وسياساتها من الداخل والخارج.

ومع كل هذا يظل الإعلام الوسيلة الأكثر استخدامًا من قبل الدول كافة للتعريف بالأزمة وعرض تداعياتها بما يتوافق مع كل دولة وسياستها في العرض، وقد قامت وسائل الإعلام كافة بمتابعة تداعيات تلك الجائحة منذ ظهورها الأول في ديسمبر 2019 ؛ ولكن زاد هذا الاهتمام مع تفشي هذا الوباء في كل دولة من دول العالم وبمتابعة الدور الإعلامي العالمي نجد أن الإعلام عامة والصحافة خاصة تقوم بدور مهم في متابعة تلك الأزمة خاصة ومع زيادة المخاوف من التفشي في المجتمعات ؛ فعمدت وسائل الإعلام إلى حملات التوعية الصحية والبرامج والمبادرات للتوعية

من خطر هذا الوباء، وذلك في ظل ما تقوم به الدول في اتخاذ بعض الإجراءات الاحترازية للتصدي لتفشي المرض ويتوقف معرفة الجمهور بهذا الوباء على درجة الاهتمام التي تعامل بها الإعلام لمعالجة هذه الأزمة.

وفي ظل ظروف الحظر الصحي الذي فرضته الدولة لمواجهة تداعيات أزمة كورونا المستجد، وتواجد معظم الناس في البيوت لفترات طويلة، لم يكن لدى الجمهور سوى وسائل الإعلام لتصبح المصدر الأساسي للأخبار، وكان على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أن تقوم بأداء وظيفتها في نقل الصورة الحقيقية والصحيحة عن أهم وآخر المستجدات، وقد فرضت أخبار فيروس كورونا نفسها على كافة الوسائل إلى الحد الذي أصبحت تسيطر فيه على مجريات الأمور.

ومن وسائل الإعلام التي كانت حاضرة وبقوة منذ أزمة فيروس كورونا الفضائيات، إذ أدى أغلبها دوراً ايجابياً في هذه الأزمة بتوفير المعلومات عن الفيروس والأخبار بشأنه والدعوة إلى الحذر والمطالبة بالاستعداد بوضع الخطط المناسبة واتبعت أغلب الفضائيات تغطية إعلامية (تحليلية)، وتفسيرية، ونقدية لتناول الأبعاد المختلفة للأزمة. وغيرت الكثير من الفضائيات خريطة البث وأولويات القضايا بما يخدم هدفي التعريف والتوعية، وقامت بجهود عظيمة جعلها طرفاً مباشراً في إدارة الأزمة، وليس مجرّد وسيط أو ناقل أخبار بين الحكومات والشعوب، وكان لافتاً أنَّ فضائيات أوروبا والولايات المتحدة واليابان، وفي معظم الدول لم تقصر جهودها وأداءها على المجتمعات المحلية، إدراكاً منها لشمولية الأزمة، وأنَّ الوباء عابرٌ للحدود. واستشعرت هذه "المسؤولية" في كلّ الدول تقريباً، بما فيها دول عربية وأفريقية وفي أقصى بقاع الأرض، ومنها الجزائر.

والفضائيات الجزائرية مثل زميلاتها في كل دول العالم، كانت أمام تحدٍ في المستطاع، وهو تقديم معلومة صحيحة بعيدة عن التهويل، ومساعدة المواطنين والشعوب على فهم تركيبة ''الفيروس'' وطريقة الوقاية منه، من خلال الحملات الإشهارية التي كانت تقوم بها، وكذا ''البلاطوهات'' التي تمّ فيها استقبال متخصصين في المجال وملمّين بالموضوع.خاصة بعد فتح مجال السمعي البصري عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ظهور العديد من القنوات التلفزيونية الخاصة بشكل غير مسبوق.

إذ تعد هذه الأخيرة من أهم الإنجازات الإعلامية التي عرفها المشهد الإعلامي الجزائري حيث سمحت بكسر حواجز تقليدية وساهمت في توسيع آفاق المشاهدين وفتح أبواب المعرفة وسهلت تداول الأخبار وتبادل وجهات النظر،وساهمت في توسيع مجالات عدة لما تقدمه من برامج علمية و ثقافية،سياسية وصحية، و بذلك أصبحت القنوات الجزائرية الخاصة ببرامجها ومضامينها المتعددة والمتنوعة تشكل جزء من نسيج المجتمع الجزائري و كيانه

وأصبحت تؤثر في أفراد هذا المجتمع على اختلاف ثقافاتهم و مستوياتهم. خاصة برامج التي قدمتها في إطار تصدي لتفشي فيروس كورونا.

ونظرا لأهمية هذا الموضوع أردنا أن نعرف ما مدى نجاح البرامج التي تقدمها القنوات الجزائرية الخاصة في التوعية من خطورة فيروس كورونا و مدى نجاحها في تغطية الأزمة و معالجتها إعلاميا من خلال قناة النهار نموذجا، فجاءت هذه الدراسة لمعالجة هذا الموضوع وتقسم الدراسة إلى:

الجانب المنهجي حيث تم التطرق فيه إلى إجراءات المنهجية للدراسة من تحديد الإشكالية وذكر أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع الذاتية و الموضوعية، و عرض منهج و أدوات الدراسة، كذلك مجتمع الدراسة و عينته، ثم الدراسات السابقة و عرض أهم مفاهيم الدراسة.

الجانب النظري قسم إلى فصلين, أما عن الفصل الأول فتم تطرق فيه إلى جائحة كورونا و تداعياتها المختلفة على كافة الأصعدة و انتشارها حول العالم، و كذا دور الإعلام في محاربة هذه الجائحة و أهميته الكبيرة الذي لعبها في مواجهة الفيروس، أما الفصل الثاني كان عن الفضائيات نشأتها و تأثيرها عن المجتمع، و نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة و تحرير نشاط السمعي البصري و أهم التحديات التي تواجه هذه القنوات.

الجانب التطبيقي للدراسة وتضمن تحليلا لموضوع دراستنا والإجابة عن التساؤلات التي طرحت في الدراسة للخروج بنتائج وتوصيات وأخيرا خاتمة هذا الموضوع.

الإطار المنهجي

الإطـــار المنـــهجي

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. نوع الدراسة ومنهجها
6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. الدراسات السابقة
9. المقاربة النظرية لدراسة
10. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

شكل تطور وسائل الإعلام والاتصال منذ بداية منتصف القرن العشرين وما تلاها قفزات واسعة تجسدت انطلاقاتها بمقياس الزمن المتسارع بحيث كان لها أثر بالغ في ظهور عدة وسائل منها السمعية البصرية، التي تعمل على تنمية المجتمع في جميع مجالات الحياة ونظرا لدورها الكبير في مجال تثقيف أفراد المجتمع وتوعيتهم.

و من بين هذه الوسائل التلفزيون والذي يبقى الوسيلة الأولى التي لها صدى واسع من قبل جماهيرها وهذا يرجع بطبيعة الحال لتوفره على سمات تميزه عن باقي الوسائل الأخرى كالصورة والصوت والحركة، وكذا اختراقه للحدود الجغرافية الأمر الذي ساعد في هذا تطور المذهل للأقمار الصناعية، وهذا الأخير ساهم بشكل كبير في انتشار وتنوع القنوات الفضائية خاصة بعد التحرر والانفتاح الإعلامي الذي عرفته الساحة الإعلامية في السنوات الأخيرة، والذي شهده قطاع السمعي البصري في أغلب المناطق العربية، وبالتالي يمكن القول أن هذه القنوات أصبحت شريكا فاعلا في عملية إدراك المجتمع للواقع المعاش، ويرجع ذلك لمحاولتها نقل ما يحدث فيه، والجزائر شأنها شأن الدول العربية واكبت هذا التنوع الفضائي، ورفعت الحظر عن إنشاء المؤسسات الإعلامية التلفزيونية، ما أدى لظهور القنوات الفضائية الخاصة، وذلك من خلال فتح المجال أمام إنشاء قنوات تابعة للقطاع الخاص، تتمتع بهامش من الحرية والاستقلالية في الممارسة الإعلامية، حيث سعت من خلال شبكتها البرنامجية المتنوعة، والتي تبث على مدار الأيام أن تخلق رأي عام بهدف تحقيق الريادة، ما ساعدها في التوغل أكثر في أعماق المجتمع، وتقربه من المواطن.

و كغيرها من وسائل إعلامية تركز على إبراز الأحداث العالمية في أولويات أجندة البث و التركيز عليها أول بأول لتكون مرجع للمواطن في تقصي الحقائق، ولعلى أهم حدث بارز في الوقت الحالي هي جائحة فيروس كورونا التي تعتبر من أحدث الأزمات التي شهدها العالم منذ ربع الأخير من سنة 2019 التي لا تزال أثارها الصحية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية على العالم أجمع. بطريقة تكاد تكون غير مسبوقة، ولم تحصل حتى في أكبر الحروب العالمية وذلك نظرًا لانتشارها في جميع أنحاء العالم، وما تسببت به من شلل وتعطيل لمفاصل الحياة في كل البلاد بطريقة قل مثيلها، وبالرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها البشرية بعلمائها ودولها ومراكز أبحاثها المتطورة للقضاء على هذه الجائحة؛ فإنها لا تزال قائمة، فبرغم من أن بعض الدول أعلنت عن توفر اللقاحات غير أن فيروس الهلع و الخوف من أثار اللقاح حالا دون القضاء عن هذه الجائحة.

و جراء ذلك حظيت هذه الأزمة بتغطية إعلامية كبيرة من قبل القنوات الفضائية الجزائرية، قصد مواكبتها لهذا الحدث الذي أثار هلع ومخاوف كبيرة لدى الرأي العام الجزائري.ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في:

كيف كانت معالجة قناة النهار الفضائية الجزائرية الخاصة ظاهرة انتشار فيروس كورونا و تداعياته؟ و ما الأطر الرئيسية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لأبرز القضايا و الأحداث لانتشار فيروس كورونا التي تناولتها عينة البرنامج محل الدراسة ؟

و على ضوء السؤال المحوري يمكن تحديد تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

- كيف كانت المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا في برنامج " بيتك حياتك " من ناحية الشكل و المضمون ؟
- ما هي الأطر التي تم توظيفها من خلال برنامج " بيتك حياتك " في معالجة المواضيع المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟
- ما هي الأهداف التي يسعى برنامج بيتك حياتك تحقيقها خلال معالجته لظاهرة انتشار فيروس كورونا ؟

2. أهمية الدراسة

- تنبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع وهو فيروس كورونا المستجد وخطورته على المجتمع صحيا واقتصادياً وسياسيا .
- ترجع أهمية الموضوع كونه يدرس القنوات الخاصة التي تعد أحد المصادر الهامة التي يعتمد عليها الجمهور في إشباع حاجته الإعلامية.
- تبرز قيمة هذه الدراسة كونها من الدراسات التي تدرس المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا في الفضائيات الجزائرية الخاصة بحيث لم أتمكن من الحصول على أي رسالة أو مذكرة درست هذا الموضوع تحديدا مما يعطي طابع الجدة لهذه الدراسة.
- تنبع أهمية الدراسة من أهمية الوقوف على طريقة معالجة فضائيات جزائرية لتداعيات هذه الأزمة و بهذا فهي تسهم في تقييم الخدمة الإعلامية الموجهة للجمهور و ذلك من خلال التعرف على أوجه التميز والقصور فيما تقدمه من محتوى إعلامي لتعرف على مدى نجاح في إدارة الأزمة الصحية أو إثارة حالة من الذعر و الهلع بين المواطنين.

3. أهداف الدراسة

إن قيمة أي بحث في علوم الإعلام و الاتصال هي ارتباطه ارتباطا وثيقا بقيمة الأهداف و النتائج التي يرمي إلى تحقيقها و الوصول إليها فعلى قدر علميتها و خدمتها للفرد و المجتمع على حد سواء تكون قيمة هذا البحث، هذا

من جهة و من جهة أخرى فانه يجب على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع الأهداف التي تكون عونا له و أساسا و يرتكز في توجيه بحثه في مختلف مراحله و محطاته فلا يمكن تصور بحث دون وجود أهداف مسبقة تحكمه و عليه فإن من خلال هذه الدراسة أسعى إلى تحقيق الهدف العام و المتمثل في التعرف على دور الفضائيات التلفزيونية في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا، من خلال قناة النهار نموذجا.

و يتفرع عن هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية هي:

- التعرف على معالجة برنامج " بيتك حياتك " لجائحة فيروس كورونا من حيث الشكل و المضمون.
- معرفة مستوى المعالجة الإعلامية المقدمة، و مدى مواكبتها و تغطيتها لهذا موضوع و التعريف به وبخطورته في أوساط المجتمع الجزائري.
- الكشف عن كيفية مساهمة برنامج "بيتك حياتك" في التعريف بوباء فيروس كورونا و كيفية الوقاية منه.
- محاولة تقييم و تحليل دور و فعالية الإعلام في إبلاغ رسالته الصحية على الخصوص ومدى قدرته على توعية الجمهور.

4. أسباب اختيار الموضوع

أ. أسباب ذاتية:

- رغبتي الشخصية في دراسة هذا الموضوع وتعمق فيه أكثر.
- الاهتمام والميول الشخصي بالمواضيع الصحية ولهذا النوع من الإعلام.
- قلة الدراسات المتناولة لهذا الموضوع لحداثته و التي بفعل أصبح يحتاج إلى دراسة و بحوث ميدانية.

ب. أسباب موضوعية:

- الاهتمام الواسع الذي أصبح يحظى به مجال صحي على التلفزيون.
- معرفة كيف تناولت فضائيات ظاهرة انتشار فيروس و ذلك من خلال قيام بدراسة وصفية تحليلية لمضمون ما جاء في برنامج بيتك حياتك.
- معرفة مدى قدرة الفضائيات الجزائرية الخاصة في معالجة المواضيع الصحية.
- محاولة معرفة صحة الادعاءات الموجهة للإعلام الجزائري من اللامسؤولية اتجاه المجتمع من خلال أساليب المعالجة الإعلامية.

5. نوع الدراسة ومنهجها

أ. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي يعرفها " scates " بأنها:جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة وبوضع جماعة من الناس أو عدد من الأشياء أو مجموعة من الظروف أو فصيلة من الأحداث أو نظام فكري أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراستها.[1]

تهدف هذه الدراسة إلى جمع معلومات وبيانات عن الظواهر والوقائع التي يقوم الباحث بدراستها لاستخلاص دلالتها، اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كميا وكيفيا ،عرض صورة دقيقة لملامح الظاهرة، الكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكـيف وصـلت إلى صورتها الحالية، تحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل.[2]

وبما أن دراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية فهي تستهدف وصف وتحليل المواد الإعلامية التي جاءت في برنامج بيتك حياتك الذي يعرض على قناة النهار، والتي تناول من خلالها ظاهرة انتشار فيروس كورونا في الجزائر واستنباط بعض الخصائص السائدة في هذه المواد والتي يمكن أن تساعدنا في تحديد ملامح انتشار هذه الظاهرة داخل المجتمع الجزائري وطبيعة المعالجة الإعلامية لها.

ب. منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد تحديد خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة لبلوغ نتيجة ما، و لا يكون هذا إلا بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة المتطرق إليها.

ويعرف المنهج بأنه: فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لم يعرفها الآخرين.[3]

عرف عبد الرحمان بدوي من جهته المنهج بأنه: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته.حتى يصل إلى نتيجة معلومة.[4]

---

[1] مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص126.

[2] نفس المرجع، ص127.

[3] صونيا قوراري: اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير،تخصص إعلام واتصال، جامعة بسكرة، 2011، ص34.

[4] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص283.

وتحقيقا لأهداف الدراسة ومتطلباتها فان هذا يقودنا إلى اختيار منهج أساسي يسمح بالإجابة على التساؤلات المدرجة في موضوع بحثنا، وقد ارتأينا في هذا الصدد أن نختار المنهج المسحي كونه يعد احد المناهج الملائمة للدراسات الوصفية إذ يعتبر منهج المسح بأنه الطريقة العلمية التي تستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عنها.

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الوصفية على **المنهج المسحي** الذي يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية حيث يستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية و السلوكية و لا سيما في أبحاث الإعلام والاتصال قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات و على كيفية تقديمها إلى القراء.

إن تصميم الأبحاث المسحية يبدأ أولا بتحديد ما نرغب في مسحه من معلومات وبيانات تحديدا دقيقا على مستوى طرح الإشكالية وتسطير الأهداف المتوخاة ووضع خطة التنفيذ التي تشمل تحديد مجتمع البحث والحيز المكاني الذي ينتمي إليه ،وكذا فترة الانجاز بالإضافة إلى ضبط عملية جمع المعلومات من خلال شرح الأسباب العلمية التي كانت وراء توظيف الباحث لأداة البحث هذه أو تلك وتوضيح نقطة تحليل المعلومات والبيانات تحليلا كميا.[1]

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة

أ. مجتمع البحث:

مجتمع البحث أو المجتمع العام يعني جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر، ويكون المجتمع في تحليل المحتوى هو جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة، أو مجموعة الصحف التي يتم اختيارها خلال فترة الدراسة، أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، أو الأفلام التي عرضت خلال فترة التحليل.[2]

تسعى هذه الدراسة إلى تقديم وصف موضوعي لبرنامج " بيتك حياتك " على القناة النهار الفضائية، وبالرجوع إلى إشكالية الدراسة يتضح أن مجتمع البحث متمثل في جميع حلقات برنامج " بيتك حياتك " المقدم في قناة النهار و الذي تم بثه بشكل يومي في الفترة الممتدة من مارس 2020 إلى شهر أفريل 2020 التي عرفت بانتشار الكبير لفيروس كورونا.

---

[1] نفس المرجع، 289-291

[2] عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1993، ص156.

ب. عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها مجموعة من الأفراد المختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالا مختلفة بناءا على نوعية وظروف البحث، وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي.[1]

فالعينة المستخدمة في البحث العلمي هي نموذج يشمل و يعكس جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات مفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث.[2]

في إطار هذه الدراسة تم اعتماد على **العينة العشوائية المنتظمة** التي يتم فيها تقسيم المجتمع الأصلي إلى مجموعات متساوية العدد أو الفئات، ثم يتم اختيار المفردة الأولى عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى، وعلى ذلك الأساس

تنظم باقي المفردات إلى عينة.[3]

كما يتميز هذا النوع من العينات بانتظام الفترات أو الأعداد بين وحدات الاختيار، بحيث تكون المسافة بين عدد وأخر واحدة في جميع الحالات.[4]

في هذه الدراسة تم اختيار هذا النوع من العينات دون غيره لأنها أكثر تمثيلا لمجتمع البحث وأيضا من خلالها نستطيع الحصول على مواضيع متنوعة من البرنامج، و في هذه الدراسة تم تطبيقها كالأتي:

اختيار العدد الأول و ترك مسافة انتظام عددين ثم اختيار العدد الموالي و هكذا تم في الأخير الحصول على 11 عدد من برنامج " بيتك حياتك " و فيما يلي جدول يوضح العدد و اليوم الذي يمثل كل تاريخ من تواريخ مفردات العينة المقدرة ب (11) عدد.

[1] دلال القاضي، محمود البياني: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، ط1،دار الحامد، الأردن، 2008،ص149.

[2] عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسة و الإعلام،ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص212.

[3] أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، د ط، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982، ص327.

[4] عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص138.

برنامج بيتك حياتك	
العدد	التاريخ
1	24مارس 2020
2	27 مارس 2020
3	30 مارس 2020
4	2 أفريل 2020
5	5 أفريل 2020
6	8 أفريل 2020
7	11 أفريل 2020
8	14 أفريل 2020
9	17 أفريل 2020
10	20 أفريل 2020
11	23 أفريل 2020

جدول رقم (1) يوضح أعداد عينة محل الدراسة من برنامج " بيتك حياتك " حسب العينة العشوائية المنتظمة.

7. أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول المشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها، أو لفحص فرضياتها و يجب على الباحث أن يقرر مسبقاً الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته، و أن يكون ملماً بالأدوات و الأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي.[1]

أما الأدوات المستعملة في هذه الدراسة فهي: استمارة تحليل المحتوى و الملاحظة.

[1] ربحي مصطفى عليان، محمد عنيم: أساليب البحث العلمي، ط4، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2010، ص68.

أ. الملاحظة:

المختصون يجمعون على أن الملاحظة تعتمد أساسا على حواس الباحث وقدرته على ترجمة ما لاحظه إلى عبارات ومعاني ودلالات فهي مصدر أساسي للحصول على البيانات و المعلومات اللازمة لموضوع الدراسة.
الملاحظة عبارة عن تفاعل و تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر احدهما الباحث والأخر المستجيب أو المبحوث لجمع معلومات محددة حول موضوع معين، ويلاحظ أثناءها الباحث عن ما يشار عن ردود فعل على المبحوث.[1]

- **تعريف إجرائي للملاحظة:**

تم الاعتماد على الملاحظة في هذه الدراسة من خلال الملاحظة الغير المباشرة عن طريق جهاز التلفزيون و كيفية معالجة برنامج بيتك حياتك لظاهرة انتشار فيروس كورونا.

ب. تحليل المضمون:

هو وسيلة بحث غير مباشرة تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة، المرئية و الأفلام المصورة،[2] تبدأ باختيار عينة من مادة محل التحليل و تصنيفها و تحليلها كما و نوعا[3] . فهو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية و غير اللغوية الظاهرة دون الباطنة، الساكنة منها و المتحركة، شكلا و مضمونا، و التي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح و هادف.

و من خلال مجمل ما ورد أعلاه نخلص إلى تعريف لتحليل المضمون، فهو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة و على الأخص في علوم الإعلام و الاتصال.[4]

و قد تم اعتماد على استمارة تحليل المضمون في هذه الدراسة كأداة لجمع البيانات و التي تعد من أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم الرسائل الإعلامية المراد تحليلها، حيث الشكل والمضمون حيث يستند الباحث في عملية جمع البيانات على الأسلوب الكمي و الكيفي كمضمون ووسيلة الاتصال بصفة أساسية.[5]

---

[1] أحمد حسين الرفاعي: مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، ط2، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن، 2005، ص221.

[2] عواطف عبد الرحمن، نادية سالم، ليلى عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، د ط، دار الفكر العربي لنشر و التوزيع، مصر، 1983، ص13.

[3] أحمد رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، د ط ، دار الفكر العربي لنشر و التوزيع، مصر، 2004،ص71.

[4] مرجع نفسه، ص73.

[5] بتول عبد العزيز رشيدة ، فاتن علي مراد: المعالجة الصحفية لقضايا البيئة الاقتصادية في الصحافة العراقية دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجا، مجلة كلية الأدب، العدد 99، ص833.

- **تعريف إجرائي لتحليل المحتوى:**

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة تحليل المحتوى من أجل تحليل مضمون برنامج بيتك حياتك، وتحقيق أهداف الدراسة.

أما النقاط الأساسية الواجب اعتمادها في تحليل المضمون فهي كالتالي:

أولا: تحديد فئات التحليل:

إن اختيار فئات التحليل يعتبر الخطوة الأولى في تحليل المضمون، فالفئات هي التقسيمات والتوزيعات، الأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتواصل إليها في المادة المدروسة، و هذا بناءا على ما تتحد فيه من صفات أو تختلف فيه من خصائص.[1]

و قد تم اعتماد في هذه الدراسة على فئات تحليل التالية:

_ فئات الشكل كيف قيل؟

تهتم فئات الشكل، أو التي تجيب على السؤال كيف قيل؟ بالقوالب والأنماط التي قُدمت من خلالها المادة الإعلامية... والتي تتمثل في هذه الدراسة في مايلي:

- فئة مدة بث البرنامج
- فئة القوالب الإعلامية المستخدمة
- فئة طبيعة اللغة المستخدمة
- فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين
- فئة البداية الافتتاحية
- فئة النهاية الختامية

[1] أحمد بن مرسلي: مرجع سابق، ص265.

_ فئات المضمون.... ماذا قيل؟

تهتم فئات المضمون، أو التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟ بتقسيم أجزاء مضمون المراد تحليلها إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة، وهذه الأجزاء تحدد انطلاقا من إشكالية الدراسة وأهدافها و التي تتمثل في هذه الدراسة في مايلي:

- فئة الموضوع
- فئة عناصر الجذب
- فئة مصادر المعلومات
- فئة الجمهور المستهدف
- فئة المتدخلين في البرنامج
- فئة جغرافيا الحدث
- فئة اتجاه معالجة
- فئة أبعاد المعالجة
- فئة أطر المعالجة
- فئة أسلوب العرض
- فئة الاستمالات الإقناعية
- فئة الحلول
- فئة الأهداف

ثانيا: تحديد وحدات التحليل:

تعتبر وحدات التحليل إحدى أهم الخطوات في تحليل المضمون و التي يتم على أساسها جرد المواد المدروسة وحساب ترددها ضمن عينة الدراسة، و لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على وحدات تحليل تالية:

وحدة الموضوع أو الفكرة: تمثل هذه الوحدة أهم وحدات التحليل، وأكثرها فائدة ونقد إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية و الدعائية والاتجاهات والقيم والمعتقدات.[1]

[1] منال هلال المزاهرة: بحوث الإعلام الأسس و المبادئ، دار الكنوز للمعرفة، الأردن، 2010، ص173

وحدة الزمن: المدة الزمنية قد تُوحي لنا بأهمية الموضوع المعروض، فإذا طال عرضها فهذا يعنى أن التركيز عليها مهم وإذا قصر فيعني العكس، فقد تُستعمل هذه الوحدة لدراسة شكل المادة المعروضة، و هي تعني أن الباحث يقيس المدة الزمنية التي استغرقها المحتوى في طريقة عرضه، كأن تكون الثواني أو الدقائق أو الساعات، أو أبعد من ذلك حيث يمكن دراسة عرض المحتوى على أيام أو أسابيع أو شهور أو السنوات.[1]

ثالثا: اختبار صدق و ثبات التحليل

_ **صدق التحليل:** الصدق يشير إلى درجة استقلالية الإجابات عن الظروف العَرَضية للبحث، ومن ثمة إلى مدى صلاحية أداة جمع البيانات لقياس ما وضعت لقياسه، لأن الصدق يرتبط أساسا بقابلية تكرار التجارب والاكتشافات العلمية، ولن يتأتى إلا بمعاينةٍ وأدواتِ جمعِ بياناتٍ ومعالجةٍ إحصائيةٍ مناسبة؛ أما الثبات فيشير إلى الانتظام أو إلى الحد الذي يتم فيه فهم نتائج المقياس فهما صحيحا، أي بمدى دقة النتائج وعلوّ درجة التوافق في حالة تكرارها، في وقت آخر من طرف باحث آخر، ومن ثم قابلية تعميمها.[2]

و قد تم إجراء الصدق لأداة الدراسة بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين من المتخصصين في علوم الإعلام و الاتصال، لتقرير مدى صلاحيتها.

_ **ثبات التحليل:** أي إذا ما استعملت الدراسة من طرف باحثين آخرين و في نفس الظروف تعطي نفس النتائج.[3] استخدمنا معادلة " هولستي Holsti" لحساب معامل الثبات في هيئة نسبة مئوية، حيث تعد النسبة المئوية بين الباحثين طريقة مقبولة للتعبير عن الثبات، و تؤكد وضوح المقياس و صلاحية تطبيقه للتحليل، و يحسب معامل الثبات بطريقة الآتية:

معامل الثبات ن =

$$\frac{\text{ع. م}}{\text{1+ن = 1. م}}$$

حيث أن: **ن:** معامل الثبات، و **م:** متوسط الاتفاق بين المحكمين.

ع: عدد المحكمين(أ- ب- ج)، عدد الفئات و عناصرها 92 و عدد الأساتذة المحكمين 03.

[1] يوسف تمار :تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007ص91.

[2] فضيل دليو، معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، في https://badislounis.blogspot.com/، تم اطلاع عليه في (2021/06/03).

[3] يوسف تمار : تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين: مرجع سبق ذكره، ص110.

إذن و صلت نسبة الاتفاق حول مضمون استمارة التحليل (0،96%) و هي نسبة تعتبر عالية جدا من حيث درجة ثبات تحليل الاستمارة، حيث يحصرها بيراسون بين 0.78 و 0.99%.

8. الدراسات السابقة

❖ **الدراسة الأولى:**

" **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين** " للباحث " شعباني مالك " و هي عبارة عن رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية للسنة الجامعية (2001/2002) جامعة منتوري قسنطينة.الجزائر.

1_ تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما دور إذاعة سيرتا المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين ؟

استنبط الباحث من هذه الإشكالية عدة فروض و هي :

2_ بدأ بفرضية عامة و هي: تساهم الإذاعة المحلية سيرتا FM في نشر الوعي الصحي لدى مستمعيها.

إضافة إلى فرضيات جزئية هي:

* تولي الإذاعة المحلية سيرتا أهمية معتبرة للمواضيع الصحة.
* تقدم الإذاعة المحلية سيرتا برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض تتضمن نصائح و إرشادات وقائية و علاجية لمستمعيها.
* تلعب الإذاعة المحلية سيرتا دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

3_ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، أما المنهج المعتمد من طرف الباحث فهو منهج المسح الاجتماعي و المنهج الإحصائي.

4_ اعتمد على منهج المسح بالعينة، هذه الأخيرة تمثلت في طلبة جامعة قسنطينة، فئة طلبة السنة الرابعة علم الاجتماع بكل تخصصاته و السنة الرابعة بيولوجيا القسم العربي بكل تخصصاته، (48 طالب) في علم الاجتماع و(48 طالب) أخر في البيولوجيا بمجموع (596 طالب) .

5 _ اعتمد الباحث في أدوات جمع البيانات على المقابلة و الاستمارة وفق ما تتطلبه مراحل البحث.

6_ توصلت الدراسة لمجموعة من نتائج أهمها :

* توجت هذه الدراسة بإثبات الباحث للصدق الأمبريقي للفرضيات الجزئية الأربعة مما يستلزم إثبات الفرضية العامة أي أن الإذاعة المحلية سيرتا تساهم في نشر الوعي الصحي لدى مستمعيها.

* أعلى نسبة من أفراد العينة تقترح تحسين مستوى الحصص الإذاعية الصحية و الاستعانة بالأخصائيين و ذوي الخبرة و التجربة و فسح المجال الكامل لهم للحديث دون مقاطعتهم.

❖ **الدراسة الثانية: " الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة "** دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، للباحثة ذهبية سيدهم، و هي عبارة عن رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، (2005/2004)، جامعة قسنطينة.الجزائر

1_ تمحورت إشكالية دراسة حول: ما هي الأساليب الإقناعية المستعملة في الصحافة المكتوبة ؟

2_ انطوت ضمن الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية وهي:

* ما هي الكيفية التي تغطي بها جريدة الخبر الأحداث و الظواهر الصحية؟
* ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة في تحريرها للمواضيع الصحية ؟

3_ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، أما المنهج المعتمد من طرف الباحثة فهو منهج تحليل المحتوى باعتباره الأنسب لدراسات الأساليب الإقناعية في صحافة مكتوبة حسب رأي باحثة.

4_ اعتمدت الباحثة على عينة القصدية تمثلت في 12 عددا لجريدة خبر (عدد كل شهر).

5_ اعتمدت الباحثة على أدوات جمع البيانات التالية : المقابلة ، استمارة تحليل المحتوى.

المقابلة : إجراء المقابلات مع مجموعة من الأطباء و المنسقين من خلال تربص دام قرابة الشهر من 28 أكتوبر إلى غاية 22 نوفمبر 2003.

6_ توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

* الصحافة المكتوبة و على رأسها جريدة " الخبر " النموذج الخاضع لتحليل، تستخدم في تحريرها للمواضيع الصحية : أسلوب تقديم الأدلة و الشواهد، أسلوب تكرار بالتنويع، أسلوب الوضوح و الضمنية، أسلوب استخدام الإحتيجات الموجودة، أسلوب تقديم جانب واحد أو جانبي الموضوع المؤيد و المعارض وأسلوب تأثير رأي الأغلبية.
* المعالجة الصحفية للمضامين الصحية تتميز بـ: سيطرة الطابع السردي الإخباري، أكثر المواضيع تناولا هي المواضيع المتعلقة بالصحة العمومية، يقوم بتحرير المواضيع الصحية صحفيون غير مختصين، توجه المواد الصحية إلى فئات واسعة من الجمهور الغير متجانس من حيث (العمر، الجنس، المستوى الثقافي.)، عدم إتباع الجريدة سياسة لتوعية و تثقيف القراء.

* أدت هذه النتائج مجتمعة إلى تفاوت نسب هذه الأساليب الإقناعية في المواد الصحية، حيث احتل أسلوب تقديم الأدلة و الشواهد الصدارة لأنه يتناسب مع الطابع السردي الإخباري بل يدعمه، ويضفي عليه نوعا من المصداقية و الشرعية تحمل القارئ على تصديق الخبر أو التقرير و الاقتناع به، في حين تراجعت نسب باقي الأساليب الإقناعية، و كان ظهورها محتشما وخاضعا لخصائص الرسالة الصحفية التي أظهرت غياب سياسة واضحة للصحافة في توعية وتثقيف القراء في هذا المجال.

❖ **الدراسة الثالثة:**

" **دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي** " دراسة في برنامج صحتك بالدنيا، للباحث مصعب عبد السلام المعايطة، و هي عبارة عن رسالة ماجستير في الصحافة و الإعلام، (2014/2013)، جامعة البترا، الأردن.

1_ تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما دور برنامج صحتك بالدنيا الذي يبث على التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي؟

2_ انطوت ضمن الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية وهي:

* ما مدى متابعة الجمهور الأردني لبرنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي؟
* ما مدى استفادة الجمهور الأردني من برنامج صحتك بالدنيا من معلومات صحية؟
* هل لبرنامج صحتك بالدنيا تأثير في التثقيف الصحي ومستوى الوعي الصحي لدى المجتمع الأردني ؟
* ما هي أراء و اتجاهات المجتمع الأردني نحو دور برنامج صحتك بالدنيا في عملية التثقيف الصحي؟
* ما درجة الثقة ومستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرح في البرنامج حسب رأي الجمهور؟

3_ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، أما المنهج المعتمد في الدراسة فهو المنهج الوصفي التحليلي و يسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر ويقيم نتائج الدراسة فيحاول من خلاله وصف دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي.

4 _ اعتمد الباحث على العينة العشوائية تمثلت في 463 استبانة.

5_ اعتمد الباحث في جمع المعلومات على أداة الاستبانة.

6_ توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

* أن 64.72 % من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يتابع برنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي لأن الجمهور يتابعون البرنامج لغايات التثقيف الصحي، و لأن البرنامج يناقش قضايا تهم المجتمع الأردني.

* كما اتضح أن % 71.76 من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يستفيدون من برنامج صحتك بالدنيا و هذا يعود إلى أن البرنامج يستضيف أطباء مختصين بالقضايا التي يناقشها مما يشجع المواطنين على الاتصال و الاستفادة من خبرات هؤلاء الأطباء.
* كما تبين أن % 73.93 من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يرون أن هناك أثر لبرنامج صحتك بالدنيا في التثقيف أو مستوى الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني.
* كما اتضح أن % 73.38 من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يثقون في مستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرح في برنامج صحتك بالدنيا.

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:**

التعرف على مجموعة المناهج و الأدوات و الأساليب التي استخدمتها الدراسات السابقة وكيفية تطبيقها و توظيفها لخدمة أهداف الدراسة من خلال:

- ✓ أدوات جمع البيانات وكيفية استخدامها وأداة تحليل المضمون وطريقة تصميمها.
- ✓ طريقة اختيار عينة مناسبة والدقيقة التي تقترب بدرجة كبيرة من تمثيل مجتمع الدراسة.
- ✓ طريقة تحديد الفئات ووحدات تحليل المضمون والتي تعد من أهم خطوات في تحديد المسار نحو تحقيق أهداف الدراسة.
- ✓ التعرف على ما وصلت إليه الدراسات السابقة فيما يتعلق بموضوع الدراسة وملاحظة طرق العرض و التحليل وطرق العوائق والبدائل و التعامل مع المشكلات التي تعترض الباحث أثناء الدراسة.
- ✓ التعرف على المصادر و المراجع التي تساعد الباحث في الإحاطة بموضوع الدراسة بمختلف جوانبه.
- ✓ اكتشاف الجوانب التي لم تستعرضها الدراسات السابقة ومحاولة الاستفادة من الجوانب التي استعرضتها في تشكيل تطور كامل لموضوع الدراسة الحالي.

9. المقاربة النظرية للدراسة

يتم تحديد إطار البيانات المطلوبة من خلال المداخل النظرية لاتجاه الدراسة و كذا النتائج المحققة و المستهدفة ,لذا سنحاول من هذا المدخل تحديد أهم التصورات النظرية التي ستنطلق منها هذه الدراسة في تبيان الاعتماد على قنوات الفضائية في نشر الإخبار.

_ نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ارتبطت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بعدد من الدراسات في بداية القرن العشرين، ولكن البداية الحقيقية كانت عام 1974 عن طريق الباحة ''ساندرا روكيتش'' التي قامت بأبحاث وضحت فيها قوة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد وتزويدهم بالمعلومات تجاه مواضيع مختلفة .

وقد شارك الباحث ''ديفلر روكيتش ''في وضع نموذج لنظرية الاعتماد قائم على مكونات رئيسية للإعلام وهي: الجمهور، المجتمع ووسيلة الإعلام، وتكامل هذه المكونات مع بعضها البعض ويحدث التأثير الإعلامي الذي يؤدي بدوره لظهور مفهوم الاعتماد .

فالجمهور يعتمد على الأخبار المنتشرة في المجتمع، وبالتالي يعتمد المجتمع على الإعلام في الحصول على تلك الأخبار، مما يؤدي بدوره إلى انتشار الاعتماد على وسائل الإعلام في تأثيره على المجتمع والجمهور.

_ محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ركزت النظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام و الجمهور و النظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذا أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم و إدراك نظام فرعي أخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حول خاصة في حالة الاستقرار و التحولات و الصراعات داخل البيئة الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات و مؤسسات و بنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، ففيما يخص علاقة و سائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى " دي فلور" أنها علاقة اعتماد متبادلة فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه و قيمه و الترويج لها، و لا هي باستطاعتها الاستغناء عنه من أجل نشر مبادئه و قيمه و الترويج لها، و لا هي باستطاعتها الاستغناء و هو ما أكده " هيلبرت شيلر" الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة و أداة منافسة لترويج أفكاره و مبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة و حياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.

و فيما يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي إذ تعتبر وسائل الإعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر أساليب الإعلام و الإشهار أما فيما يخص

طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية و الجمهور فهي علاقة وثيقة و متينة فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عنها بمعرفة شؤون حياته اليومية و هذه الأخيرة سيظل نشاطها دون معنى في غياب اهتمام هذا الجمهور.

_ فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

* يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة و الضعف تبعا لظروف المحيطة و الخبرات الخاصة بالجمهور.
* نظام و نشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
* استخدام وسائل الإعلام و تأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور و وسائل الإعلام.
* حالات الاستقرار و الأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات و بالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
* اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي و الجمهور.
* يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء و التي ليست متاحة لكل الجمهور.

10.مفاهيم ومصطلحات الدراسة

أ) المعالجة الإعلامية

لغة: عالج، يعالج، أي عالج الشيء وفسره.[1]

اصطلاحا: هي عملية كشف اتجاهات و ماديات واستراتجيات التغطية الإعلامية، من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة.[2]

فالمعالجة الإعلامية هي الخصائص التي يتسم بها التناول الإعلامي، للقضية محل الدراسة من حيث الشكل (القوالب الفنية، وسائل الإبراز، صفات الشخصيات الضيوف) و المضمون (القضايا الفرعية، الأطر الإعلامية الموصفة، القوى الفاعلة) بهدف توصيف هذا التناول.[3]

[1] أحمد العامد: المعجم العربي الأساسي، د ب، المنظمة العربية للتربية و الثقافة، 2006، ص858.

[2] نادية نشار: المعالجة الإعلامية، في https://kenanaonline.com/ (2021/04/22).

[3] نشوة سليمان محمد: المعالجة التلفزيونية للقضايا البرلمانية، أطروحة دكتورا، جامعة القاهرة، 2006، ص27.

إجرائيا: هي الطريقة التي قدمت بها مواضيع ظاهرة انتشار فيروس كورونا، من خلال برنامج بيتك حياتك على قناة النهار الجزائرية.

ب) فيروس كورونا

الفَيْرُوسُ لغة : كائنات دقيقةٌ لا تُرَى بالمِجهر العاديّ، تنفُذ من الرّاشحات البِكتيرية، وتُحدث بعضَ الأَمراض.[1]

اصطلاحا: هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان و الإنسان، وهو من الأمراض المعدية المكتشفة حديثًا، والتي تؤثر على الجهاز التنفسي للمريض، بل تؤدي في بعض الأحيان إلى إحداث فشل كامل في أعضاء ووظائف جسم الإنسان.[2]

إجرائيا: هو عبارة عن فيروس جديد قاتل و سريع الانتشار يصيب الإنسان، باعتباره أحد الأمراض و الفيروسات الخطيرة التي تهدد الصحة البشرية في كل العالم.

ج) القناة

لغة: القناة هي الرمح الأجوف وهي بمعنى مجرى الماء.[3]

اصطلاحا: هي وسيلة اتصال يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه ويقصد بالقناة، الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحريكها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل.[4]

وتعرف القناة أيضا بأنها حيز ذبذبي ذو نطاق معين، تمثل ممرا الكترونيا أو الكترو مغناطيسي تستخدم للإرسال لنقل برامج تلفزيونية، وعادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال حيث يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرامج التي يراها.[5]

إجرائيا:

القناة هي وسيط اتصالي يتم بواسطتها نقل المعلومات والمضمون الإعلامي لجمهور المتلقين باستخدام الأقمار الصناعية.

---

[1] المعاني: تعريف ومعنى فيروس في معجم المعاني الجامع، في https://www.almaany.com/، (2021/04/26)

[2] علي العبسي و حمزة تجانية: تداعيات فيروس كورونا (كوفيد 19) ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 20، سبتمبر 2020، ص92.

[3] هناء عاشور: القنوات الفضائية الإخبارية ودورها في تدعيم حرية التعبير –قناة النهار نموذج–، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015، ص81.

[4] محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع، ، القاهرة، 2004م، ص90

[5] مرجع نفسه، ص428.

د) القنوات الفضائيات:

لغة: يقصد به المد الواسع وفضا المكان (وفضوا) من باب إذا اتسع فهو فضاء.[1]

اصطلاحا: هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية، فيصرف النظر عن الظروف المكانية والعوائق الطبيعية وبعد المسافة.[2]

هي عبارة عن القنوات التي تبث عبر شبكة الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة، تحدد عموما بالزاوية و الاتجاه على البوصلة، لتحديد اتجاه نقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على الأقمار.[3]

إجرائيا: هي القنوات التي ترتبط بالأقمار الفضائية حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم ويتم عن طريقها نقل المعلومات من خلال تقديم محتوى معين أو مجموعة من المجالات الإعلامية و التلفزيونية.

مفهوم الفضائيات الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو مؤسسات أو أحزاب سياسية معينة يتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلة تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي ، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة.[4]

* **مفهوم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:**

هي قنوات جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي نايل سات تحت تردد 11393 عمودي / 27500 اتلانتيك بيرد 7 ، انطلق بثها الرسمي ابتداء من 5 جويلية 2012 بشبكة برامجية.[5]

مفهوم إجرائي للفضائيات الجزائرية الخاصة:

هي قنوات فضائية ذات ملكية خاصة جزائرية، تقدم مضامين وبرامج متنوعة موجهة للجمهور الجزائري بالدرجة الأولى بكل فئاته.

---

[1] هناء السيد: الفضائيات و قادة الرأي، القاهرة، ط1، العربي لنشر و التوزيع، 2005، ص 12.

[2] محمد الناصر الباسط: الإعلام الفضائي و الهوية الثقافية، الإسكندرية، د ط ، دار المعرفة الجامعية، 2012، ص47.

[3] سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، الأردن، د ط، دار الأسامة لنشر و التوزيع، 2010، ص254.

[4] سامية رزيق: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة (برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجا)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة العربي تبسي، تبسة، 2016/2015، ص16.

[5] نعيمي مليكة وبوحزام أمال: القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، الوادي، الجزائر، العدد 6، أفريل، 2014، ص79.

الإطار النظري

الفصل الأول: الإعلام وجائحة فيروس كورونا

تمـــهيد

المبحث الأول: جائحة فيروس كورونا

أولا: تعريف مرض فيروس كورونا

ثانيا: أسباب إعلان الفيروس جائحة دولية

ثالثا: انتشار فيروس كورونا حول العالم

رابعا: تداعيات جائحة فيروس كورونا

المبحث الثاني: دور الإعلام في مواجهة وباء كورونا

أولا: أساليب وسائل الإعلام للحد من ظاهرة انتشار فيروس كورونا

ثانيا: علاقة وسائل الإعلام بإستراتجية إدارة جائحة كورونا

ثالثا: أهمية الإعلام في ظل انتشار جائحة كورونا

خلاصة الفصل

الفـــصل الأول: الإعـــلام وجـــائحة فـيـــروس كورونا

تمـهيد

إن أزمة تفشي وباء كورونا صنفها البعض بأنها من أخطر الأزمات التي واجهتها البشرية بعد الحربين العالمتين الأولى والثانية، ولعل أحد الأسباب الرئيسية التي فاقمت من حجم الكارثة هو عدم التنبؤ أو توقع حدوث كارثة بهذا الحجم، وبالتالي عدم الاستعداد الكافي من جانب الدول لمواجهة تداعيات كارثة بهذا الحجم.

ولعل غياب هذا الاستعداد قد أدى إلى تفاقم التداعيات والآثار السلبية لها وامتدادها إلى جميع مجالات ومكونات الحياة البشرية، ويكفي التدليل على حدة هذه الجائحة وصعوبة أثارها بما حدث من اكتظاظ المستشفيات في أنحاء العالم بالمصابين، ولم يتوقف الأمر عند الجانب الصحي بل امتدت التداعيات إلى جميع مقومات استمرارية الحياة بشكلها الطبيعي، فقد أدت إلى حجر البشر في منازلهم، وتوقفت عجلة الاقتصاد، وتعطلت حركة السفر والسياحة، وتعطلت مصالح البشر نتيجة إغلاق المؤسسات سواء الحكومية أو الخاصة.

و من المؤكد أن تصبح أزمة فيروس كورونا المادة الرئيسية لعناوين الصحف ووسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية منها، وأن تحتل أخبارها موقع الصدارة، باعتبارها حدثا عالميا واسع الانتشار، وسريع التوسع على نحو لم تعده البشرية ما دفع منظمة الصحة العالمية لإعلانه جائحة عالمية، وعليه فان كل وسائل الإعلام تجندت على مدار الساعة لتمارس دورها كسلطة أولى لا رابعة في الحرب العالمية على وباء كورونا، لتتحول إلى غرف عمليات تساند مجهودات الجيش الأبيض، بنقل الحقيقة كما هيا دون تزيف ونشر الوعي أوساط المجتمع.

وعلية جاء هذا الفصل لتعريف بمرض فيروس كورونا وتداعياته المختلفة، وكذا تطرق لأهمية الإعلام في نشر الوعي و أهم الأساليب التي اعتمدتها وسائل الإعلامية في خدمتها لمحاربة ظاهرة تفشي وباء كورونا.

المبحث الأول: جائحة فيروس كورونا

أولا: تعريف مرض فيروس كورونا

بالإنجليزية (Coronavirus disease 2019)، أو كوفيد-19 (COVID-19) باختصار، ويُعرف أيضًا باسم المرض التنفسي الحاد المرتبط بفيروس كورونا المستجد 2019، هو مرضٌ تنفسي إنتاني حيواني المنشأ يُسببه فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس كوف 2). هذا الفيروس قريبٌ جدًا من فيروس سارس .اكتُشف الفيروس المستجد لأول مرة في مدينة ووهان الصينية عام 2019، وانتشر حول العالم منذ ذلك الوقت مسببًا جائحة فيروس كورونا العالمية.

أ. الأعراض:

تتضمن الأعراض الشائعة للمرض الحمى والسعال وضيق النفس، أما الآلام العضلية وإنتاج القشع وألم الحلق فليست أعراضًا شائعة. في حين تسلك معظم الإصابات مسارًا حميدًا قليل الأعراض، تطور عدد منها إلى أشكال أكثر خطورة مثل ذات الرئة الشديدة والاختلال العضوي المتعدد. في حين أن غالبية الحالات المصابة تعاني من أعراض خفيفة، لكن المصابين بمتلازمة الضائقة التنفسية الحادة (ARDS) قد يعانون من فشل في عدد من الأعضاء، وصدمات إنتانية، وجلطات دموية .تتراوح المدة الزمنية الفاصلة بين التعرض للفيروس وبداية الأعراض من يومين إلى 14 يومًا بمعدل وسطي هو خمسة أيام. لوحظ ضرر طويل الأمد للأعضاء (على وجه الخصوص الرئتين والقلب)، وهناك قلق بشأن عدد كبير من المرضى الذين تعافوا من المرحلة الحادة من المرض ولكنهم ما زالوا يعانون من مجموعة من الأعراض – بما في ذلك الإرهاق الشديد وفقدان الذاكرة والمشكلات الإدراكية الأخرى، وحمى خفيفة وضعف العضلات وضيق التنفس، وأعراض أخرى – لعدة أشهر بعد الشفاء.[1]

ب. طرق الانتشار:

ينتشر الفيروس في العادة بين الأشخاص أثناء الاتصال الوثيق بينهم، غالبًا عبر قطرات صغيرة من الرذاذ تنتج عن طريق السعال والعطس والتحدث. تسقط هذه القطرات عادةً على الأرض أو على الأسطح بدلا من السفر عبر الهواء لمسافات طويلة. في الحالات الأقل شيوعا، قد يصاب بعض الأشخاص بالمرض عن طريق لمس الأسطح الملوث ثم

[1] من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة: مرض فيروس كورونا، مقال متاح على https://ar.wikipedia.org/wiki، تم اطلاع عليه في (2021/06/07).

لمس وجههم. يكون الفيروس أكثر قابلية للعدوى خلال الأيام الثلاثة الأولى بعد ظهور الأعراض، على الرغم من أن للعدوى ممكن أن تحدث قبل ظهور هذه الأعراض ومن أشخاص لا تظهر عليهم أعراض المرض.[1]

ثانيا: أسباب إعلان الفيروس جائحة دولية

يُعرف الوباء بأنه ذلك المرض الذي ينتشر في عدة دول حول العالم في نفس الوقت، ويتمثل في زيادة مفاجئة في الحالات المرضية، أو هو المرض الذي يمكن أن يكون متفردا في دولة واحدة أو مجتمع واحد، إلا أن إعلان الوباء على أنه جائحة دولية يحتاج إلى أن تكون هناك موجة ثانية أو ما يسمى " الكتلة الحرجة " بحيث ينتشر المرض في جل القارات.

أما منظمة الصحة العالمية فتقرر تسمية المرض وباء في الحالات التي تتضمن مسافرين أصيبوا في بلاد أجنبية ثم رجعوا إلى بلادهم، أي عندما يتعدى المرض الدولة الواحدة، فلا علاقة للأمر بخطورة المرض، ولا يوجد رقم معين من الوفيات أو الإصابات أو الدول المصابة تعلن عنده المنظمة وجود وباء، فهو يرجع لدراسة كل حالة على حدة بالإضافة لمدى انتشاره الجغرافي أي عدد القارات وليس الدول.

ففي حالة فيروس SARS أول ظهور لفيروس كورونا سنة 2003 ، لم تعلن المنظمة أنه وباء رغم انتشار الإصابات به في 26 دولة، وذلك لأن المرض تم احتواؤه سريعا، ولم يتأثر سوى عدد قليل من الدول بشكل كبير منها الصين، وهونغ كونغ، وتايوان، وسنغافورة، وكندا.

أما الظهور الثاني له فكان في السعودية سنة 2012 وسُمي بفيروس كورونا المتسبب في متلازمة الشرق الأوسط التنفسية، ليطال من بعدها جل أنحاء شبه الجزيرة ثم 23 بلدا أوربيا وآسيويا وحتى في أمريكا الشمالية.

ثم أعلنت الصين يوم 12 ديسمبر 2019 على تفشي الفيروس في مدينة ووهان وسط الصين، والذي انتشر بسرعة لم يتمكن العالم من مجاراتها، فقد تفشى المرض إلى غاية 25 جوان 2020 في209 دولة.

وهذا ما أدى بمنظمة الصحة العالمية من خلال مديرها السيد" تيدروس أدهانوم غيبريسوس" إلى إعلان يوم الخميس 12مارس 2020 أن تفشي فيروس كورونا المستجد في الصين يشكل الآن بحالة طوارئ صحية عامة تثير قلقا دوليا.[2]

[1] مرجع نفسه.

[2] مريم لوكال: مكافحة منظمة الصحة العالمية للطوارئ الصحية العابرة للقارات – فيروس كورونا نموذجا - ، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة بومرداس، المجلد 11، العدد 02، سبتمبر 2020، ص388.389.

ثالثا: انتشار covid-19 حول العالم:

أ. في العالم:

_ بدأ انتشار وباء فيروس كورونا أو _COVID19 في مقاطعة ووهان الصينية والتي تأتي في المركز السابع في الصين من حيث عدد السكان، والتي بدأ من خلالها ينتشر المرض إلى الكثير من دول العالم، حيث بدأت بدول الجوار مثل تايوان، ثم تايلاند حيث سجلت أول حالة في العاصمة بانكوك في 13 يناير 2020 ،وفي الثاني من شهر مارس2020 سجلت منظمة الصحة العالمية أن هناك أكثر من 67 منطقة أصبحت موبوءة بأكثر من 8565 وبأكثر من 132 حالة وفاة بخلاف دولة الصين.[1]

_ تأكَّد انتقال مرض كوفيد-19 إلى كوريا الجنوبية من الصين في 20 جانفي 2020. وأفادت وكالة الصحة في البلاد عن زيادة كبيرة في عدد الإصابات المؤكدة.

_ أبلغت إيران عن أول حالات إصابة مؤكدة بفيروس كورونا المستجد في 19 فيفري 2020،أصبحت إيران مركزًا لتفشي فيروس كورونا المستجد بعد الصين خلال شهر فبراير.

_ اعتبارًا من 13 مارس 2020، اعتبرت منظمة الصحة العالمية أن أوروبا هي المركز النشِط للجائحة، إذ تضاعفت الحالات في جميع أنحاء أوروبا. حتى 18 مارس، كان أكثر من 250 مليون شخص في أوروبا يخضعون للإغلاق.

_ أكد انتشار المرض إلى إيطاليا في 31 يناير، عندما كان اختبار فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة النوع 2 لسائحين صينيين في روما إيجابيًا، بدأت الحالات بالتزايد بصورة حاد، ما دفع الحكومة الإيطالية إلى تعليق جميع الرحلات الجوية من الصين وإليها وإعلان حالة الطوارئ. في 19 مارس، تجاوزت إيطاليا الصين وأصبحت هي الدولة ذات عدد الوفيات الأعلى المرتبطة بفيروس كورونا في العالم بعد الإبلاغ عن 3405 حالة وفاة بسبب الوباء.

_ في 26 مارس 2020، أصبحت الولايات المتحدة الدولة التي تحوي أكبر عدد من الإصابات المؤكدة ، مع أكثر من 82,000 حالة. في 11 أبريل 2020، أصبحت الولايات المتحدة الدولة التي لديها أعلى حصيلة رسمية للوفيات نتيجة الفيروس، مع أكثر من 20,000 حالة وفاة. حتى 15 مايو 2020، بلغ إجمالي حالات إصابات كوفيد 2019 حوالي 1,571,908 مع 95,764 حالة وفاة.

[1] جيهان سعده عبده المعبي:أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا،مجلة البحوث العلمية، جامعة الأزهر، العدد54، جويلية2020، ص372.

ـ في 20 يناير، تأكد إصابة أول حالة بكوفيد 2019 في ولاية واشنطن الواقعة بإقليم الشمال الغربي الهادئ، و في 3 أبريل سجلت الولايات المتحدة 884 حالة وفاة بسبب الفيروس التاجي في غضون 24 ساعة. وتجاوز عدد الحالات في ولاية نيويورك الـ 100 ألف إصابة في 3 أبريل.[1]

ب. في الجزائر:

يوم 25 فيفري 2020 أعلن وزير الصحة الجزائري من خلال التلفزيون الرسمي عن أول إصابة بمرض فيروس كورونا لمواطن إيطالي دخل للبلاد. عندها توالت الإصابات من أشخاص سافروا إلى بؤر المرض أو مغتربين بها، لاسيما فرنسا وإسبانيا، وعادوا إلى الوطن حاملين الفيروس، من ثم بدأت حالات جديدة بالظهور تتعلق بالأشخاص الذين تعاملوا معهم، هذا ما أدى لارتفاع مطرد في أرقام الإصابات.[2]

بلغ إجمالي وفيات بفيروس كورونا في الجزائر 3.624 وفاة و 135.586إصابة بتاريخ 20 جوان 2021.[3]

رابـعا: تداعيات جائحة فيروس كورونا

أ. التداعيات الاقتصادية

أدَّت جائحة "كوفيد – 19" في العالم إلى مواجهة أزمة مالية جديدة ذات وقع أكبر من الأزمة المالية للعام 2008 فقد أدخلت الاقتصاد العالميّ في حالة من الركود الشديد، ذلك أن الانتشار السَّريع لفيروس كورونا مثّل ضربة موجعة للاقتصاد العالمي الذي كان قد بدأ يشهد حالة من الانتعاش والتعافي الطفيفة من الأزمة المالية السابقة، حيث إن هذه الأزمة ستضفي زخماً على بعض التغييرات التي طرأت في الاقتصاد العالمي. وتعتمد الأضرار على مدى سرعة الحكومات وفعالية سياستها لاحتواء العدوى.

أشارت منظَّمة "الأونكتاد" إلى حدوث تباطؤ في معدل نمو الاقتصاد العالمي إلى أكثر من 2% لهذا العام، الأمر الذي قد يكلّف الاقتصاد العالمي نحو تريليون دولار، خلافاً لما كان متوقعاً في أيلول/سبتمبر 2019، أي أن العالم على عتبة ركود اقتصادي عالمي شديد.

إن الوتيرة المتسارعة لانتشار فيروس كورونا دفع الأفراد إلى أن يمكثوا في منازلهم، لمنع انتشار العدوى بينهم، وبالتالي انتقالها إلى باقي الدول. هذا الأمر أدى إلى تراجع الاستهلاك بشكل ملحوظ، كما أن قطاع الخدمات مثل السياحة والمطاعم، إلى جانب المصانع الصغرى تضرر وبشدة، إضافة إلى انخفاض أسعار الأصول، وضعف الطلب الكلي

[1] من ويكيبديا، الموسوعة الحرة ، جائحة فيروس كورونا، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في (2021/06/08)

[2] مريم لوكال: مرجع سبق ذكره، ص390.

[3] إحصائيات انتشار فيروس كورونا في العالم، في https://www.sis.gov.eg، تم اطلاع عليه في (2021/06/20).

وتزايد أزمة الديون، وتفاقم فجوة توزيع الدخل، الأمر الذي أدى إلى فقدان ثقة المستهلك والمستثمر، والذي يعتبر من أكثر النتائج المباشرة لانتشار الفيروس، وبالتالي الدخول في دوامة من التراجع، إلى جانب انهيار سعر النفط، الّذي أصبح العامل المساهم في الشعور بالقلق. ولهذا السّبب، من الصعب التنبؤ بحركة الأسواق، الأمر الذي يجعل من الوضع العالمي أكثر سوءاً، وينذر بموجة من الركود الشديد.[1]

ب. التداعيات السياسية والقانونية

حيث أن التدابير المتخذة لاحتواء وباء كورونا قد شملت تقليصا للحقوق الدستورية الأساسية لعامة الناس، بمعنى أن الاعتبارات المعمول بها عند مراعاة الإجراءات القانونية الواجبة، تشكل في أحيان كثيرة عائقا أمام اتخاذ الإجراءات الاحترازية في الوقت المناسب والحكومات الديمقراطية ملزمة بالعمل ضمن حدود القانون، كما هو الحال عند الإعلان الرسمي لحالات الطوارئ، والسعي إلى التوعية العامة بمجمل إجراءاتهم، وبما أن التدابير المطبقة ستؤثر على نتائج الانتخابات، فمن المحتم أن تكون مدفوعة على الأقل جزئيا باعتبارات سياسية لاسيما طبية، وفي الوقت نفسه أظهرت إجراءات الإغلاق والتباعد الاجتماعي انقسامات بين الأعراق والطبقات بشكل واضح عيان .ففي أماكن مثل نيويورك، أصبحت الشوارع تعُج بالأشخاص الملونين، حيث يقوم العمال ذوي الدخل المنخفض الذين لا يستطعون تحمل تكلفة البقاء في المنزل بتوصيل طلبات البقالة للمواطنين الأثرياء.

يضاف لكل هذا خروج المواطنين في أوروبا وفي عدة بلدان أخرى للمظاهرات ضد بعض الإجراءات الحكومية المتخذة لمواجهة أزمة كورونا مثل إجبارية ارتداء الكمامات، والتباعد الاجتماعي، ومنع تجمع أكثر من 10 أشخاص في مكان واحد وغيرها. حيث اعتبروها إجراءات تعسفية متعارضة مع دساتير هذه الدول التي تنص على وجوب احترام الحريات الأساسية والسياسية للمواطنين ومنّ أبرزها حرية التنقل والتجمع.[2]

أ. التداعيات الاجتماعية والإنسانية:

بسبب التداعيات والانعكاسات الاقتصادية والتجارية والمالية لجائحة كورونا على دول العالم وبالخصوص منها على البلدان ذات الاقتصاديات الهشة والضعيفة، شهدت العديد من بلدان العالم منذ تفشي هذه الجائحة شهدت ارتفاعا حادا في البطالة والعاطلين عن العمل بسبب غلق المصانع وإيقاف النشاطات الخدماتية وغيرها، وهو الأمر الذي

[1] عذاب العزيز الهاشمي، مستقبل الاقتصاد العالمي في ظل وباء كورونا، في https://www.almayadeen.net/، تم اطلاع عليه في (2021/06/10).

[2] سعيد سايل، فيروس كورونا وبوادر ظهور نظام عالمي جديد متعدد الأقطاب، مجلة الرائد في الدراسات السياسية، جامعة الجزائر 3، المجلد02، العدد3، نوفمبر2020، ص41.

تسبب بدوره في تعاظم بسبب الفقر والحاجة لدى سكان العالم وبالخصوص منها الفقيرة دون نسيان مناطق النزاعات والصراعات في العالم التي وبسبب جائحة كورونا وتراجع جهود دول العالم والمنظمات الدولية في إيصال المساعدات الإنسانية لسكان هذه المناطق، عرفت تفاقم المجاعات هناك وسوء التغذية وغيرها من الآفات الاجتماعية الأخرى وهذا ما تم ملاحظته جليا في بلدان مثل اليمن، سوريا، أفغانستان وغيرها.[1]

[1] مرجع نفسه، ص36.

المبحث الثاني: دور الإعلام في مواجهة وباء كورونا

أولا: أساليب وسائل الإعلام للحد من ظاهرة انتشار فيروس كورونا

لم تترك وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية والإلكترونية شاردةً أو واردةً متعلقة بفيروس كورونا منذ الإفصاح عن اكتشافه وانتشاره إلا وأتت عليها بحثاً وتفصيلاً وتحليلاً وتدقيقاً، وقد شكّل هذا الجهد الاستثنائي غير المسبوق في تاريخ الإعلام، من حيث وحدة موضوعه ومن حيث الاهتمام به، قاسماً مشتركاً التقت عنده وسائل الإعلام كلها على اختلاف صنوفها ولغاتها ومشاربها السياسية ومواقعها الجغرافية واستراتيجياتها سواء كانت جهات حكومية عامة أو أهلية خاصة. فراحت تخاطب الرأي العام بشفافية ووضوح حول طبيعة الخطر الداهم وجديته، والإصابات وتوزعها على أربع جهات الأرض، وتطرح على مسامعه وبصره الجدل القائم بشأن فيروس كورونا المتعلق بحيثياته وأبعاده ومساراته والتكهنات بشأن مآلاته، وانعكاسات الوباء على المشهد العالمي، وتفاصيل هذا المشهد وتفاعلاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية والصحية وما يمكن أن يترتب على ذلك من تبعات وتطورات على كافة الأصعدة.[1] ومن بين أهم وسائل الإعلام :

أ. القنوات التلفزيونية:

في دراسة أجراها معهد رويترز لدراسة الصحافة في 2020 و كان من أهم نتائجها هو عودة الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية، القنوات التلفزيونية على وجه التحديد، كان المعطى الأهم في هذا التقرير، بعد أن بقيت المنصات الرقمية تقضم من نسبة مشاهداتها واعتمادها كمصدر للأخبار لدى الجمهور. إذ يشير التقرير إلى أن القنوات التلفزيونية شهدت خلال جائحة كورونا، قفزة يمكن اعتبارها كبيرة، في نسب اعتمادها كمصدر للأخبار، مقارنة بشهور قليلة قبلها. ومن بين أهم الأساليب التي اعتمدتها القنوات التلفزيونية في حربها مع الوباء هي:

- تحوّلت نشرات الأخبار إلى منصات تعلن تزايد عدد المصابين بكورونا والمتعافين منه وعدد الوفيات، عارضة الإحصائيات اليومية المفصلة، بالإضافة إلى استقبال اختصاصيين وأطباء لشرح مخاطر هذا الوباء، وكيفية الحماية من إصابته وطرق العلاج التي يعمل عليها الباحثون، والتشدّد في ضرورة التزام البيت حماية للفرد والمجتمع.
- إعداد المقابلات والتقارير والبرامج التي تحمل جميعها اسم وهاشتاغ كورونا، حيث تقوم بتوعية المواطنين ونشر ثقافة الوعي الجماعي والصحي لديهم، وكذا المشاركة في الترويج لحملة" التباعد الاجتماعي المستخدمة لتقليل آثار كورونا، وتحذير المواطنين بتجنب التجمّعات، وذلك للحدّ من انتشار الفيروس.

[1] عبد الحميد توفيق: الإعلام وكورونا تحفيز الوعي سبل النجاة، في https://al-ain.com، تم اطلاع عليه في (2021/06/29).

- اعتماد القنوات على حملات التوعية المكثفة لتوعية و إرشاد لطرق الحماية، و إطلاق هاشتقات دائمة الظهور أعلى شاشة.

فمنذ تفشي أزمة جائحة كورونا في العالم انصاع الإعلام الدولي لمواجهة هذا الانتشار الواسع، وسخرت الإمكانيات والتقنيات الحديثة للتوعية ومكافحة الأمراض، إذ أن الإعلام في هذا الجانب أصبح المصدر الأول للمجتمعات.[1] وازدادت معدلات متابعة القنوات الفضائية حيث جعلت الجميع اطلاع لحظي بكافة المستجدات بما في ذلك طبيعة الأزمة وماهية الفيروس، وكافة المعلومات الطبية عنه.

ب. وسائل التواصل الاجتماعي:

تقدّم منصّات التواصل الاجتماعي خدمات عديدة ومختلفة تلبّي مجموعة من الاحتياجات للبشر، أبرزها التواصل مع الناس الذين قد يستحيل الاتصال بهم في الواقع، مُتخطّية الحدود الجغرافية واللغوية.

تقدّر أحدث الإحصاءات عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الناشطين حول العالم حتى العام 2020 بنحو 3.8 مليارات شخص، أي ما يقارب نصف سكّان العالم. وبعد انتشار فيروس كورونا، زاد هذا العدد إلى حوالي الأربعة مليارات شخص. وفي زمن كورونا، أدّت وسائط التواصل الاجتماعي دوراً إنقاذياً لأشخاص كثيرين من الذين يعانون خلال الحجر بسبب العزلة.

توفّر منصّات التواصل الاجتماعي محتوى منوّعاً من الترفيه إلى التعليم والتوعية والأخبار وغيرها. وأصبحت تطبيقات التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان، بديلاً عن شاشات التلفاز والراديو وغيرهما من الوسائل الإعلامية. لذلك قامت كبرى وسائل الإعلام المحلية والعالمية بالتعويل كثيراً على هذه المنصات لإيصال المحتوى الذي تقدمه لجمهور أوسع، خاصة فيما يتعلق بأخبار فيروس كورونا وعدد الإصابات وكيفية الانتشار، كون أغلب الأشخاص يعتمدون على هذه المواقع للوصول إلى المعلومة بجوانبها المختلفة.في السياق عينه، زاد عدد المؤسسات الرسمية والمسئولين والسياسيين والصحافيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لبثّ تصريحاتهم حول كورونا، وتفسير بعض المواقف والأمور وإعلان القرارات الهامة عبر حسابات رسمية. بالإضافة إلى ذلك، سمحت وسائل التواصل الاجتماعي للأشخاص ببَث الفيديوهات والأحداث لحظة حصولها، بحيث انتشرت العديد من الفيديوهات من مدن عديدة من العالم تظهر خلوّها من المارّة والسيّاح، أو فيديوهات لأمور كانت تحصل خلال الحجر المنزلي مثل حفلات الغناء

[1] خيرة محمدي: الإعلام الصحي وإدارة أزمة كرونا كوفيد 19 – في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا ا لاجتماعية، المجلد02، العدد03، 2020م،ص40.

الجماعية على شرفات المنازل، وساعد ذلك كثيراً في التخفيف من وطأة الحجر والعزلة والوحدة عند الملايين من البشر، إضافة إلى متابعة أخبار العالم والفيروس والتطورات الحاصلة.

إذ أتاح المحتوى المتوفّر عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة انتشار وباء كورونا، بما احتوى من فيديوهات منزلية وأمور ترفيهية، في جعل الحجر المنزلي أخفّ وطأة، كون مشاركة هذا النوع من المحتوى يظهر للأشخاص أنهم ليسوا وحدهم والأمور ليست بالسوء الذي يتخيّلونه. وبحسب الخبراء النفسيين، تكون أغلب هذه السخرية من باب ما يسمّى في علم النفس التحليلي الإعلاء النفسي، وهي حيلة دفاعية نفسية تساعد العقل على التغلّب على الإحساس أو السلوك غير المرغوب فيه بتحويله إلى سلوك مقبول.[1]

ثانيا: علاقة وسائل الإعلام بإستراتجية إدارة جائحة كورونا

لا شك فيه أن وسائل الإعلام تعد آلية فعالة في تفعيل ودعم إستراتجية الدول في مواجهة الأزمات الصحية ، فهي بهذا شريك قوي للإدارة الصحية لمواجهة مخاطر الأزمات الصحية التي تتعرض لها، ويعود ذلك بالدرجة الأولى لما توفره هذه الأخيرة من خلق لتربية الصحية والثقافة والوعي الصحي، وهي عناصر تمثل أرضية قوية للتحدي للأزمة والتعرف عليها والاستعداد لها ومواجهتها قبل وأثناء وبعد حدوثها. ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- بالنسبة لتربية الصحية يقوم الإعلام بتزويد الفرد بكل المعلومات التي تمكنه من إدراك ما يهدد صحته وحياته وهذا ما ينعكس على ارتفاع الوعي الصحي لديه وبالتالي يحد من المخاطر التي قد تهدده، والمقصود بالتربية الصحية "عملية تربوية يتحقق عن طريقها رفع الوعي الصحي عن طريق تزويده بالمعلومات والخبرات بقصد التأثير في معرفته وميوله وسلوكه من حيث صحته وصحة المجتمع الذي يعيش فيه كي تساعده على الحياة الصحية السليمة".
- تهدف بوجه عام إلى حث الناس على تبني عادات صحية في حياتهم وعلى إتباع هذه العادات، وعلى الاستفادة بوعي وحكمة من الخدمات الصحية المتاحة لهم، وعلى اتخاذ قراراتهم بأنفسهم.
- تتحقق هذه التربية الصحية عن طريق تلقين الفرد لعادات صحية تعد وقاية شخصية له، وكذا غرس اتجاهات صحية سليمة لديه تساهم في رقي فكره، وهذا بناءا على معلومات وحقائق يتزود بها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.
- تؤدي وسائل الإعلام دور كبير في تكريس الثقافة الصحية وتوسيع نطاقها بين شرائح المجتمع والمقصود بالثقافة الصحية " تقديم المعلومات والبيانات والحقائق الصحية التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة المواطنين ".

[1] طارق عبود: دور شبكات التواصل في جائحة كورونا، مقال متاح على https://eipss-eg.org/ ، تم اطلاع عليه في (2021/07/01).

فتشكيل الثقافة الصحية تجعل الفرد على وعي تام بكل المخاطر التي تلحق بصحته ، وهذا الوعي يؤدي إلى التحلي بروح المسؤولية والتعاطي إيجابا مع المشكلة الصحية ، والوعي الصحي هو كل التصورات والمعتقدات التي توجه الإنسان في حياته وتحدد سلوكه.[1]

يتضح من خلال هذه الأدوار للإعلام في الجانب الصحي للإنسان بأنه سلاح وقائي إنذاري وتوعوي وتوجيهي ضد الجائحة العالمية ، وهذه الأسلحة لا تخرج عن التربية الصحية والثقافة والوعي الصحي ، وهي منطلقات ضرورية تحد من الأزمة في موقف ، وتتجنبها في أخر وتساهم في حلها والتكيف معها في موضع أخر، وبالتالي للإعلام دور محوري وحاسم في تفعيل إستراتجية إدارة الأزمة الصحية العالمية على كافة الأصعدة والمستويات ، لهذا ينبغي تطويره والاهتمام به وتوسيع نطاقات تواجده[2].

ثالثا: أهمية الإعلام في ظل انتشار جائحة كورونا

إن كان وباء كورونا قد كشف هشاشة نظامنا الصحّي وضعف استجابتنا للأزمات التي تهدد البشرية جمعاء، فقد أضاء كذلك على نقصٍ في المناعة تجاه الأخبار الزائفة ونظريات المؤامرة، التي لم تحجب الحقيقة فحسب، وإنما ساهمت بطرق متعددة في خسارة الأرواح، وهدر الطاقات اللازمة لتحقيق نتائج أفضل في حربنا على الوباء.

لا شكّ بأن أمثلةً عدّة عن الأخبار الزائفة لا تزال مطبوعةً في ذهن القارئ حتى الآن؛ معلومات عن أهداف الصين في تصنيع الفيروس، دور الجيل الخامس من الانترنت في تقليل المناعة، فاعلية بعض الأعشاب والثمار في تشكيل مناعة ضد الفيروس، علاقة الوباء بنظريات الحدّ من الكثافة السكانية، وليس انتهاءً بادعاءات تثير الإعجاب بأن كوفيد-19 ليس إلا وهماً ولا تزيد خطورته عن الإنفلونزا الموسمية.

تقوم بعض السرديات المختلقة ونظريات المؤامرة حول كورونا على قاعدة موثوقة من الحقائق، لكنها سرعان ما تصبح كالأبنية المضعضعة المعلّقة في الهواء. ولأنها تظهر في زمن الخوف والقلق وقلّة الخبرة بالتهديدات الموجودة، تصبح ذات قدرة أكبر على الانتشار.

أمام ذلك، كانت الوسائل التي تشكّل مصدراً لنقل وتداول المعلومات إزاء تحديات جمّة لا تتعلق فقط بالحدّ من المعلومات الزائفة والنظريات المضادة للأبحاث العلمية، وإنما في تعزيز وإشاعة المعلومات الصحيحة والإرشادات الصحية الضرورية .

[1] أحمد ريان باريان ، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض،دراسة ميدانية ، رسالة ماجيستر ، قسم الإعلام ، جامعة الملك سعود ، 1425 هـ ، ص46.

[2] المرجع نفسه، ص48.

كذلك لعب الصحافيون المستقلون دوراً بارزاً في ترويج النتائج العلمية، ودحض تلك الأكاذيب، عبر التدوين الالكتروني أو التقارير المصورة ومقابلة الأطباء والباحثين في علوم الوباء.

ومن أجل تصحيح المعتقدات الشعبية حول الوباء، كان من اللافت إقدام منظمة الصحة العالمية على مواجهة ما وصفته بـ"الوباء المعلوماتي"، من خلال نشاطها في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات الصحيحة على مدار الساعة وعبر منصاتها التي تنشر بلغات عدةّ.

كما أطلقت الأمم المتحدة، لهذه الغاية، مبادرة "Verified" المعنية بمشاركة المحتوى الموثوق به حول الوباء، لأنه "لا يمكننا ترك فضاءاتنا لأولئك الذين يتاجرون بالأكاذيب والخوف والكراهية"، وفق تعبير الأمين العام للأمم المتحدة" أنطونيو غوتيريش"[1].

و في إطار الحديث عن أهمية وفعالية دور الإعلام بمختلف ألوانه وأشكاله في توعية وتثقيف الشعوب بمخاطر هذا الوباء والحد من انتشار الشائعات، أكد الدكتور الجامعي" علي قسايسية"، أن تجنيد وسائل الإعلام بجميع أشكالها من سمعية بصرية ومطبوعة وإلكترونية، حكومية ومستقلة، وتركيزها على التعريف بالفيروس وطبيعته، وسرعة انتقاله وطرق الوقاية منه، وتعميم نشر المعلومات المتعلقة بتطوره وانتشاره عبر العالم، جعل الناس يتناسون الانشغالات الأخرى ويركزون اهتماماتهم اليومية على الحاجات الطبيعية لضمان أمنهم وبقاءهم الفيزيولوجي الجسدي(غريزيا) معتبرا أن وسائل الإعلام عامة والوسائط الجديدة استعادت بعد انتشار كورونا أدوارها التقليدية، ووظائفها التوعوية والتثقيفية.[2]

وعليه تبرز أهمية الإعلام في زمن وباء كورونا في النقاط التالية:

* تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المصدر الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات بالنسبة للمطالعين على مستجدات الفيروس.
* ساعدت وسائل الإعلام على رفع مستوى الوعي بماهية وخطورة الفيروس.
* ساعدت وسائل الإعلام على نقل وتبادل المعلومات عن فيروس.
* ساعدت على توفير الرفاهية للفرد، وذلك عن طريق تقديمها للبرامج المسلية والأفلام والمسلسلات التي تقضي على الملل الذي نتج عن حجر الصحي.[3]

[1] الميادين نت: استجابة وسائل الاعلام للوباء المعلوماتي، في https://www.almayadeen.net/، تم اطلاع عليه في (2021/07/01).
[2] خيرة محمدي: مرجع سبق ذكره، ص42.
[3] مرجع نفسه، ص48.

خلاصة الفصل

فيروس كورونا المستجد أو كما يطلق عليه كوفيد 19 هو واحد من الفيروسات التي تصيب الجهاز التنفسي للإنسان، زادت شهرة الفيروس بعد أن أصاب الملايين على مستوى العالم، فقد بدأ الفيروس رحلته إلى العالم من مدينة وهان تلك المدينة التي تمتلك الكثافة الأعلى من السكان .وأصبحت مدينة بؤرة تفشي فيروس كورونا وهي المدينة التي صدرته إلى مقاطعات الصين، ومن الصين إلى العالم بأسره ليدخل العالم في حالة طوارئ منذ بداية عام 2020و الذي نتج عن هذه الأزمة عدة تداعيات أدت العالم إلى حالة ركود في عدة مجالات.

وفي ظل انتشار عدوى كورونا المستجد في العالم من المهم نشر التوعية حول طرق السلامة والوقاية لأن الوقاية خير من العلاج، فتعد الوقاية أهم سلاح في مواجهته والحد من انتشاره انطلاقا من أنه لا جدوى من وجود علاج طبي إن لم يواكبه تفاعل مجتمعي لذلك تصدت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لهذه الجائحة بمختلف طرق التوعية من حمالات إعلامية و برامج صحية توعوية لنشر طرق وقاية و الحماية ،والتأكيد على أهمية تلاحم الجميع، حكومات وأفرادا للحفاظ على الأوطان وصحة المواطنين، ومواجهة هذا الوباء العالمي.

.

الفصل الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة

تمهيد

المبحث الأول: الفضائيات التلفزيونية

أولا: نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها

ثانيا: أنواع الفضائيات التلفزيونية

ثالثا: وظائف الفضائيات التلفزيونية

رابعا: أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع

المبحث الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة

أولا: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري بالجزائر.

ثانيا: نشأة القنوات الجزائرية الخاصة

ثالثا: أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة.

رابعا: التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: القنوات الفضائية الخاصة

تمهيد

شهدت العصور الحديثة ثورة في ميدان الاتصالات، ويعود الفضل إلى الأقمار الصناعية التي سمحت بنقل الإشارات التلفزيونية من أماكن البث إلى ملايين البيوت في مختلف أنحاء العالم، ليزيل بذلك الحواجز بين مختلف المناطق في العالم فجهاز التلفزيون بفعل الأقمار الصناعية أصبح عالي الجودة ينقل الرسائل والمضامين الإعلامية إلى كل أرجاء المعمورة. لكي يشاهدها المتلقي وهو في منزله ومن محاسن هاته الفضائيات التلفزيونية هي تنوعها الكمي والنوعي، الذي ساهم في انتشارها، وذلك بتعدد القنوات التلفزيونية حسب الملكية والمضمون، من قنوات عامة وخاصة وتعتبر هذه الأخيرة من بين المجالات الحرة التي يمارس فيها الإعلام ببعض من الحريات و التي تزيل الحواجز والقيود التي تفرض من طرف الدولة الجزائرية خاصة، فبعد أكثر من خمسين سنة من احتكار السلطة الجزائرية للقنوات التلفزيونية، ها هي الآن تعطي الضوء الأخضر لرفع الاحتكار وفتح مجال السمعي البصري الذي جاء متأخرا مقارنة بالدول العربية، ورغم هذا التأخر إلا أن الدور الفعلي لهته القنوات الخاصة قد حقق من خلال مضامينها وبرامجها، التي تستهدف الجمهور العام والخاص بتخصيص مساحات لا بأس بها تعالج من خلال برامجها عدة قضايا اجتماعية واقتصادية و بيئية و صحية.

وللتعرف أكثر على خصوصية البث الفضائي والقنوات الفضائية يهدف هذا الفصل إلى التطرق إلى ماهية القنوات الفضائية وخصائصها وأنواعها ووظائفها ، كما ستنعرض في هذا الفصل أيضا إلى لمحة وجيزة عن قطاع السمعي البصري في الجزائر و القنوات الجزائرية الخاصة وظروف نشأتها وطبيعة عملها وأسباب ظهورها و سنختم هذا الفصل بأهم التحديات التي تواجهها في الساحة الإعلامية الجزائرية.

المبحث الأول: الفضائيات التلفزيونية

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري ، وقد ساعد هذا التطور في ظهور مئات القنوات التلفزيونية الفضائية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله من مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي إلى هذه الأخيرة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.[1]

أولا: نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها

بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات عندما صنع الاتحاد السوفياتي سابقا مركبة فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبريا، وبعدها وضع الاتحاد السوفياتي سابقا برنامجا للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبريا الشاسعة، من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى إيكران أطلق الأول منها عام 1976[2].

و شهدت كذلك سنة 1976 الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشرة بالقارة الأوربية و تبعتها مبادرات انفرادية أو ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا و ألمانيا في أكتوبر 1979، و التي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي (TDF1) و (TVSAT) الألماني في عام 1985.

و في جوان سنة 1989 أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان، و يسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية، بالقمر (Olympu) و قررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتيه ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته خمس سنوات.[3]

أما بريطانيا فقد أطلقت عام 1989 القسم (British satellite Broad casting) التلفزيوني المباشر،و في عام 1993 أطلق أول قمر أمريكي للبث المباشر لغرض الاتصالات سميا " تايكوم_1 " و أطلق القسم الثاني منه عام 1994 و كان لهذين القسمين دور كبير للمشاهدين الأمريكيين في التقاط 150 محطة تلفزيونية خارجية بواسطة هوائيات صغيرة الحجم.

---

[1] هناء السيد: مرجع سبق ذكره،ص20

[2] نسيمة طبشوش: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستر، تخصص علم الاجتماع إعلامي، جامعة باتنة، 2007_2008،ص38.

[3] سارة غريب: دور الفضائيات الجزائرية الخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو جرائم اختطاف الأطفال دراسة مسحية على عينة من الأولياء بمدينة سيدي خالد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اذاعة وتلفزيون، جامعة بسكرة، 2017_2018،ص25،26.

أما ايطاليا بدأت والبث التلفزيوني الفضائي المباشر في أفريل 1990، ثم أطلقت قمرها الصناعي الثاني في 1993 و عليه ثلاث قنوات للبث المباشر، في حين وضعت اسبانيا خطة لإطلاق قمرين صناعيين علم 1991، و نجحت في ذلك حيث بدأت تشغيلها مباشرة في 1992.

أما اليابان فقد بدأ أول بث تلفزيوني لها في يوليو 1985، ليغطي إرساله الجزر اليابانية و يستمر على مدى الأربع و العشرين ساعة يوميا.[1]

و أطلق خلال سنة 1995م، عشرون قمرا صناعيا جديدا خاص بالبث المباشر، وزاد العدد في السنوات المقبلة سواء الأقمار أو القنوات، فوصلت في 2003م إلى 500 قناة بسبب الزيادة السكانية، و الرغبة المتزايدة للحكومات و القطاعات التجارية في استخدام الاتصالات الحديثة.

أما عن دخول الإعلام التلفزيوني إلى المنطقة العربية فكان بمصر في 1947م، حينما نشرت إحدى الصحف و هي تسمي (la forgés) في 13 فبراير من نفس العام، خبرا عن عزم الحكومة المصرية لبناء استوديوهات للإذاعة و التلفزيون غير أن الموضوع لم ينفذ.

وهناك من يرى بأن بداية القيام بأول تجربة تلفزيونية سنة 1950م، حيث أجرت شركة فرنسية لصناعة الراديو والتلفزيون تجربة الإرسال التلفزيوني، ومن هنا بدأت مصر في تنفيذ المشروع عام 1951م، و تأخر تنفيذ المشروع بسبب قيام الثورة في 23 يوليو 1952م، وأيضا بسبب العدوان الثلاثي في سنة 1956م، ووضع حجر الأساس التلفزيوني المصري في 10 أوت 1959م.

أما سوريا عرفت البث في 21 يوليو 1985م، في نفس السنة مع مصر.[2]

و مع مرور الوقت انتشر الإعلام التلفزيوني في بقية البلدان العربية بعد تطوره على الصعيدين التقني و البرامجي، مما ساهم في اعتباره مصدرا من مصادر المعلومات و التوعية.

[1] سعيد مراح: أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة دراسة وصفية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين – جمهور قناة النهار – tv، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، 2016-2017،ص94.

[2] سهام قواسمي: تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري دراسة وصفية تحليلية لبرنامج weekend على قناة جزائرية خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014 إلى مارس 2015، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة بسكرة ،2014-2015، ،ص24.

و دخل العالم العربي عصر البث الفضائي حتميا بسبب غزو القنوات الفضائية الأجنبية، فكانت أول قناة فضائية عربية هي MBC في أفريل 1991م، التي بدأ بثها انطلاقا من القمر الأوروبي أوتيل سات 2 (SAT com of 2R) ليتيح تغطية جيدة للعالم العربي و لأوروبا وأمريكا الشمالية في نفس الوقت.

و في عام 1992م، بدأت قناة أخرى بالبث هي راديو وتلفزيون العرب (ART) متواجدة في روما و التي طورت نمطا جديد و هو حيز تلفزيون القنوات المتخصصة، وفي نفس الوقت انطلقت محطتان عربيتان للاستحواذ على مشاهدي الهوائيات المقعرة من مناطقها الجغرافية وهما: محطة دبي، ومحطة مصر الفضائية (ESC) لضمان تغطية أفضل للأراضي الوطنية، ثم تبعتها باقي الدول العربية.

و في 1996م، برز توجه جديد هو إيجاد محطات عربية متخصصة للبث الواسع عبر الأقمار الصناعية، لكن هذه المرة نحو البلدان العربية فظهرت قناة الجزيرة في قطر، وفي شهر مارس بدأت لبنان ببث قناتها الفضائية الحكومية LBC على مدار 24 ساعة يوميًا، وتشمل تغطيتها جميع أقطار الوطن العربي وأجزاء من أسيا وإفريقيا.[1]

ثانيا: أنواع الفضائيات التلفزيونية

هناك عدة تقسيمات لأنواع القنوات الفضائية التلفزيونية والتي تختلف باختلاف المعايير المتبعة في عملية التصنيف، فيمكن أن تقسم عبر الأقمار التي تبث منها، أو وفق أنواع البث، أو وفق تخصص القناة، كما يمكن تقسيمها تبعا للغة المستخدمة في البث وغيرها، وفي ما يلي أهم التصنيفات المتبعة لأنواع القنوات الفضائية:

أ) **من حيث الملكية:** (مصادر التمويل) فنجد:

- **قنوات فضائية عمومية:** وهي القناة التي تعود كامل ملكيتها إلى حكومة هذه الدولة أو تلك ويأتي أغلب تمويل هذه القناة من ميزانية الدولة المالكة بغض النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم المستهلك على الأجهزة فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.
- **قنوات فضائية خاصة:** هي القناة يأتي رأسمالها كله أو معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها للرأس المال الغالب.[2]
- **قنوات فضائية يشارك في تمويلها القطاع العام والخاص:** حيث تقوم الحكومة بمنح تراخيص لتلك القنوات التي يشارك في تمويلها القطاع الخاص بنسبة محددة.

[1] نفس المرجع،ص27،28.

[2] المنصف العيادي، محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة البحوث والدراسات الإذاعية، تونس، 2006، ص11.

ب) من حيث الإنتاج

وينقسم بدوره إلى

- **قنوات تلجأ إلى الإنتاج الخارجي:** وهي القنوات التي تعتمد على تكليف مؤسسات خاصة بالإنتاج لإنتاج المواد الإعلامية التي تبثها.
- **قنوات تلجأ إلى الإنتاج الداخلي:** وهي القنوات التي تتولى الإنتاج لنفسها وذلك بالاعتماد على مراكز الإنتاج الخاصة بها.

ج) من حيث المضمون: ونجد

- **القنوات العامة:** وهي قنوات تقدم كافة أنواع البرامج المختلفة للجمهور.
- **القنوات المتخصصة:** وهي تلك القنوات التي تقدم مضامين إعلامية محددة فنجد مثال " قنوات الموسيقى والمنوعات، قنوات الدراما العربية، قنوات الرياضية، قنوات تعليمية، قنوات خاصة بالمرأة قنوات أطفال، قنوات دينية..الخ.[1]

ثالثا: وظائف الفضائيات التلفزيونية

اهتم منظرو الإعلام اهتماما متزايدا في تحديد الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام عموما و لقد حددها "هارولد لاسويل " في ثالثة وظائف هي:

- **وظيفة مراقبة البيئة:** و نعني بها تجميع و توزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء داخل المجتمع أو خارجه و تقديم إنذارات حول المخاطر و التهديدات الوشيكة على نطاق قيم الجماعة و أقسامها.
- **وظيفة الترابط:** و نعني بها تفسير و تحليل الأحداث التي تقع في البيئة وتوجيه سلوك كل فرد نحو هذه الأحداث و ربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة المحيطة به و هو ما يعني إيجاد الرأي العام.
- **وظيفة نقل التراث الاجتماعي:** أي وظيفة توصيل المعلومات والقيم والمعايير من جيل لآخر ومن جماعة لأخرى.

وقد أضاف عالما الاجتماع كل من " لازار سفيلد" و " روبر ت ميرتون" وظيفة رابعة لوسائل الإعلام وهي وظيفة التسلية[1].

[1] أمنية طرابلسي: إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009.2010،ص22.

- **الوظيفة التربوية:** أي مهمة نشر المعلومات والثقافة والمساهمة في التنشئة الاجتماعية.
- **الوظيفـة الإعلامية والإخبارية:** أي جمع الأخبار ونشرها وتعزيز حق المجتمع في الحصول على المعلومات
- **وظيفة التفاعل الاجتماعي:** أي تلبية حاجة الفرد في الحوار والتواصل والشعور بالانتماء.
- **وظيفـة الترفيـه:** أي تحقيق غر الراحة والترفيه وتسلية الجمهور وشغله عن الهموم اليومية.
- **الوظيفة الإعلانية التسويقية:** أي تؤدي وظيفة التسويق للمنتجات والبضائع والخدمات عبر برامجها وبأساليب مباحة[2].

رابعا: أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع

- يمثل البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس وظهرت في الأسواق كراسي خاصة به، وموائد للأكل أثناء مشاهدته ... وقد استطاع أن يشد اهتمام الناس إليه بدرجة كبيرة وذلك عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية[3].
- كما تتجسد أهمية هذه الفضائيات في تميزها بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة حتى أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال... فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات المحطات التلفزيونية بدلا من القصور الرئاسية، فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها، وهذا لقدرتها الهائلة على هيكلة خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام[4].
- تنبع أهمية القنوات الفضائية من قدرتها على احتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته وأطيافه، فهي تقدم ما يريده الصغير وما يرغبه الكبير في أي مكان وزمان وهي تلبي أهداف النسق الاجتماعي السياسية والتربوية والصحية.
- الفضائيات تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها.
- الفضائيات لتلفزيونية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية، إضافة إلى التأثير الذي تقوم به.

---

[1] طه أحمد الزيادي وآخرون: دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، ط1، دار النفائس، الأردن، 2006،ص30.

[2] المرجع نفسه، ص34.31.

[3] رائد محمد عبد ربه، محمد الصالح عكاشة: مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009،ص104.103.

[4] بيير بورديو: التلفزيون وأليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق،2004،ص21.

- تتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في الفضائيات التلفزيونية يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يختزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة.
- الصورة المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من منزله للبحث عنها، ما يوفر الوقت والجهد والمال[1].

المبحث الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة

أولا: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري بالجزائر

مرت الجزائر غداة الاستقلال بالعديد من الظروف التي عرقلت من التطور والتحرر التام مما أثر سلبا على كافة المجالات وكان حالها حال كافة نظيراتها من الدول حديثة الاستقلال، وقد شهد قطاع الإعلام في الجزائر العديد من المراحل الانتقالية التي كانت تبعا للنهج السياسي الذي كانت تسري وفقه، مما أدى إلى ظهور العديد من الدساتير والقوانين التنظيمية ترتكز على الصحافة والمنشورات وكيفية تسييرها وتنظيمها وقد كانت هذه الفتة ممتدة من 1962 إلى غاية 1976 ،وتميزت كذلك بالإهمال التام لتسيري السمعي البصري، وهذا الفراغ القانوني تسبب في العديد من الانعكاسات السلبية على هذا النشاط، وكما وصفه"زهري أحدادن " بمرحلة البايات الشتوي.

أما عن البداية الفعلية لفتح القطاع السمعي البصري والاهتمام بهذا القطاع وتطوير نشاطه وتنميته فكانت عبر مراحل هي:[2]

أ. المرحلة الأولى: (1962– 1965)

جاءت هذه المرحلة مباشرة عقب استقلال الجزائر عام 1962.وأكثر ما ميزها هو اتخاذ السلطات الجزائرية قرارا سياديا شجاعا تمثل في استرجاع السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون هذا المجال الذي يعد أهم قطاعات التنمية والتي أدركت الدولة الجزائرية الدور الذي قد يلعبه الإعلام السمعي البصري حيث سعى صناع القرار مبكرا لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن الجزائري.

وقد تميزت هذه المرحلة بأنها لم تدم طويلا حيث أضطر صانعو القرار في الدولة الفتية إلى إبقاء العمل بالنصوص القانونية الفرنسية إلى وقت لاحق وهذا تجنبا للوقوع في الفراغ.

[1] عبد الفتاح جلال: البث الاذاعي والتلفزيوني، الهيئة المصرية، القاهرة، 1994، ص105.

[2] حسيبة بالعامل،ثورية بوستة : واقع الإعلام السمعي البصري في الجزائر بين النصوص القانونية والممارسة العلمية دراسة وصفية تحليلية ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي،تخصص إذاعة وتلفزيون،جامعة قاصدي ورقلة،2016/2017،ص24.

القانوني ومع هذا نلمس إصدار قوانين تشريعية خاصة بالقطاع السمعي البصري كمرسوم 01 أوت 1963 الخاص بتنظيم وكالة الأنباء، و مرسوم 08 جوان 1962 المتضمن إنشاء مركز وطني للسينما الجزائرية[1].

ب. المرحلة الثانية: (1965 – 1976)

أهم ما ميز هذه الحقبة التي امتدت 11 سنة هو إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام سنة 1967 .حيث برر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هواري بومدين" قرار الإلغاء أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية ، فالسياسة الإعلامية التي أتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بنظرة موحدة للمؤسسات الإعلامية التي أصبحت كلها مؤسسات عمومية ذات طابع. صناعي وتجاري وألحقت المهام الإدارية بمصالح الوزارة.

ومن وجهة أخرى أن ما يؤخذ على هذه المرحلة هو انعدام قانون خاص ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر، وبشكل خاص قطاع السمعي البصري، فكانت المؤسسات الإعلامية الحكومية، عبارة عن لسان حال الحزب الواحد (F.L.N) ومنبرا من المنابر التي يتخذها للترويج لأفكاره ومشاريعه في ظل أحادية حزبية في البلد.[2]

ج. **المرحلة الثالثة: (1976 – 1988)**

شكلت هذه المرحلة نقطة تحول حقيقية في قطاع الإعلام الجزائري، بداية بصدور الميثاق الوطني عام 1976م ، أين بدأت معالم السياسة الإعلامية تتضح أكثر فأكثر، ووحدت الجزائر مفهومها للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العامل الثالث ، يقوم أساسا على الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأكدت أن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها، يكمن دورها في أداء مهام التوجيه والرقابة والتنشيط.

اختزلت السلطة الجزائرية دور الإعلام في هذه المرحلة في خدمة أهداف التنمية كما دعى ميثاق 1976م، لاستصدار تشريعات تحدد دور الإذاعة والتلفزيون في مختلف المشاريع الوطنية، وكذا إشباع مختلف حاجيات الجمهور في إعلام موضوعي.

النقطة الثانية التي ميزت هذه المرحلة من مراحل المشهد الإعلامي الجزائري هو صدور أول قانون الإعلام في الجزائر عام 1982م.[3]

---

[1] رمضان بالعمري: القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة ماجستر،تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الاعلام، جامعة الجزائر 3، 2012/2011، ص13.

[2] علاء قاسي ، إيمان زويدي ، إدريس بوعاتي: صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي – قناة النهار نموذج– ، 1954، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قالمة،2017/2016،ص64.

[3] مرجع نفسه،ص66

د. **المرحلة الرابعة:** (**1988 – 2012**)

تعتبر هذه المرحلة منعرجا مهما في تاريخ المؤسسات السمعية البصرية في الجزائر، وخاصة مؤسسة التلفزيون الذي وجد نفسه خلال فترة أواخر الثمانينيات في أزمة حادة وتدني في نسب المشاهدة وذلك راجع إلى ظهور التشريع الذي يسمح باستيراد الهوائيات المقعرة (البارابول) والذي ورغم تكلفته الباهظة إلا أن الجمهور الجزائري لم يتردد في اقتنائه نضرا لعدم استجابة التلفزيون الجزائري إلى متطلعات المشاهد من جهة، ومن جهة ثانية أحداث 08 أكتوبر 1988 التي زعزعت كيان الدولة ومؤسستها وغيرت الجو السياسي و الإعلامي للبلاد.[1]

مما أثر على المؤسسات الإعلامية وعرضها للتخريب والعنف، وسمح للفضائيات الأجنبية بتغطية الأحداث الواقعة بطريقة جعلت المواطن الجزائري يثق في مصداقيتها ويعزف عن التلفزيون الجزائري.

لتبدأ مرحلة جديدة مع دستور 1989 الذي صادق عليه الشعب بتاريخ 23 فيفري 1989 . هذا الدستور الذي فتح عهدا جديدا للجزائر، عهد الديمقراطية والتعددية مما نتج عنه المصادقة على قانون الإعلام في أفريل عام 1990و الذي جاء ليكرس التعددية .[2] الإعلامية في مجال الصحافة المكتوبة، إلا أن قطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة وهذا ما جعل القانون على رغم كونه مكسبا كبيرا للإعلام الجزائري إلا أنه أبقى أهم قطاع إعلامي محتكرا من قبل الدولة.

ورغم الاحتكار المفروض على هذا المجال إلا أننا نسجل بعد المبادرات المحتشمة في ميدان الممارسة الإعلامية السمعية البصرية والتي تمثلت في ظهور حصص سياسية وثقافية واجتماعية جديدة والتي لاقت شهرة كبيرة لدى الجمهور الجزائري منها حصة "لقاء الصحافة"، "الحدث"، "الحوار". والتي ساعدت في تجسيد أسس حرية التعبير وكسرت الحواجز التي كرستها الممارسات الإعلامية في فترات سابقة.[3]

لكن الأمر لم يدم طويلا حيث جاءت الأحداث الدامية التي عرفتها الجزائر خلال فترة التسعينيات وذلك أمام حالة الاستياء السياسي وبداية التدهور الأمني، والرقابة المفروضة على الأخبار الأمنية، مما أدى إلى تراجع حرية التعبير وحق المواطن في الإعلام.[4]

ولعل أهم ما تم إنجازه في فترة التسعينيات الحرجة في مجال الإعلام السمعي البصري شروع التلفزيون الجزائري في إنشاء قناة فضائية جديدة كانت تهدف إلى التواصل مع الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج، وهي قناة كنال ألجري

[1] نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2009، ص135.

[2] المرجع نفسه، ص135 – 136

[3] المرجع نفسه، ص136

[4] علاء قاسي واخرون: مرجع سبق ذكره،ص67

" canal Algérie " في أكتوبر 1994، والتي عرفت فيما بعد تطورات ملحوظة في الجانب التقني وأصبح بثها يتم عبر التماثلي في 28 أوت 2001.

ثم عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد "القناة التلفزيونية الثالثة" عبر القمر الصناعي " عرب سات " والتي شرعت في البث بتاريخ 05 جويلية 2001.[1]

بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغة الأمازيغية إلى جانب القناة الخامسة وهي قناة القرآن الكريم.

وما يميز هذه المرحلة هو غياب نية حقيقية لفتح قطاع السمعي البصري في الجزائر إلا أن هذا لم يمنع من ظهور العديد من المحاولات المحتشمة لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة، حيث قام عبد المؤمن خليفة بتأسيس قناة تلفزيونية سنة2002 وكان مقر بثها في باريس، لتأتي محاولة "ناصر كتان" بإنشاء قناة (Beur T V.) وذلك بمساعدة من المؤسسات الجزائرية والأجنبية في 2004 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية، والتي ما فتئت أن أغلقت نضرا لعدم استقرارها في سوق السمعي البصري في الجزائر الذي كان محتكرا من قبل التلفزيون الجزائري والقنوات الفرنسية والفضائيات العربية.[2]

وعموما فإن ما يمكن استنتاجه في هذه المرحلة الزمنية هو أن الإعلام الجزائري عاش مرحلة مخاض حقيقية بداية بفتح هذا القطاع شكليا وعدديا بمقتضى دستور 1989 والتي اقتصرت على الصحافة المكتوبة وصولا إلى الجهود الحثيثة التي سعت إلى تحرير قطاع السمعي البصري والتي تجسدت في عرض مشروعين تمهيدين لتنظيم الممارسة الإعلامية أولهما كان في 1998 والثاني في سنة 2002 و اللذين ركزا على الإعلام المرئي بشكل خاص، هذه المبادرة التي لم تلاقى الترحيب من قبل السلطة التي تشبثت بفكرة رفض تحرير القطاع السمعي البصري وعدم فتحه في وجه الخواص[3].

هـ. المرحلة الخامسة: (2012 – 2019)

تميزت هذه المرحلة بقفزة نوعية في المشهد الإعلامي الجزائري، بشكل عام وبشكل خاص في قطاع السمعي البصري حيث سارعت السلطات الجزائرية إلى احتواء الظروف الخارجية، نظرا لما عاشته البلدان العربية أنذاك من صراعات

[1] نور الدين تواتي:مرجع سبق ذكره، ص143.

[2] فاطمة كبور ، مليكة بوخاري: النشرات الإخبارية في القنوات الخاصة دراسة وصفية تحليلية لنشرات الجزائرية t.v والنهار tv والتلفزيون العمومي، دراسة منشورة سنة 2012، ص217.

[3] وهيبة بلحاجي: تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر بعد 2014، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، المجلد 9، العدد1، 2016،ص9.

وحروب أو ما يسمى بمصطلح الربيع العربي، حيث لعب الإعلام دورا مهما في نقل الأحداث حيث أقرت قانونا عضويا للإعلام سنة 2012، أزالت فيه التخوفات التي كثيرا ما تجسدت منها طيلة نصف قرن من الزمن.

كان هذا القانون بمثابة الخطوة الفاصلة بين الصحافة المكتوبة وقطاع السمعي البصري، بالرغم من أنه لم يأتي بالجديد مقارنة بما جاء به قانون 1990.

لم يقف المشروع عند قانون عضوي للإعلام فحسب، بل تعززت الساحة الإعلامية الجزائرية خلال سنة 2014 بقانون يعني بنشاط السمعي البصري في الجزائر، وهو القانون الذي وضع لأول مرة إطار قانوني ثابت للفاعلين في القطاعين سواء المكتوبة أو السمعي البصري، أو العام أو الخاص.[1]

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة هو أنها المرحلة الحقيقة لولادة القطاع السمعي البصري خصوصا سنة 2014، التي حملت معها قانون جديد لطالما انتظره الجزائريون في الجزائر، حيث غير هذا القانون الخريطة الإعلامية للجزائر وتفتح على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، وأنهى بذلك احتكار السلطة الحاكمة لهذا القطاع.[2]

ثانيا: نشأة القنوات الجزائرية الخاصة

دخلت الجزائر عام 2011 بحزمة من الإصلاحات السياسة المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي فسخرت للقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب و توظيف الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام في الجزائر، الأمر الذي تطلب وضع إطار قانوني والمتمثل في القانون العضوي (05 _ 12) والذي يعد بمثابة شهادة ميلاد القنوات الإذاعية والتلفزيونية الجزائرية الخاصة.

حيث عرف المشهد السمعي البصري في الجزائر ثورة في القنوات الفضائية من خلال ظهور عدد من القنوات التلفزيونية تنوعت بين عامة ومتخصصة (إخبارية، فنية، اجتماعية، سياسية...الخ) تبث برامج تتعلق بالجزائر بالدرجة أولى، وهذه القنوات مسجلة لدى وزارة الاتصال كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، فمعظمها يبث من الأردن، تونس الإمارات، فرنسا، لندن، وذلك نظرا لعدم تحرير السلطة لمجال البث التلفزيوني واحتكارها له.

جاءت هذه القنوات استجابة للتعطش الذي كان من قبل الجزائريين لرؤية قنوات جزائرية خاصة، بمضمون جزائري يعكس ثقافتهم وينقل انشغالاتهم ويعبر عن واقعهم المعيشي، وينافس التلفزيون الجزائري الذي ضل يحتكر المشهد المرئي منذ أكثر من نصف قرن من الزمن، وقد تم السماح بإنشاء هذه القنوات التلفزيونية الخاصة منذ بداية 2011

[1] علاء الدين قاسي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص69.

[2] هناء السيد، مرجع سبق ذكره، ص32

في ضل غياب نص قانوني ينص على ذلك، وضلت تلك القنوات ناشطة إلى غاية إصدار قانون الإعلام لسنة 2012 الذي صرح بذلك من خلال مادته 61، ليتم في عام 2014 إصدار أول قانون يحرر و ينظم نشاط هذه القنوات ويحدد مهام سلطة السمعي البصري.

إن نشاط القنوات الجزائرية الخاصة لم يقنن نشاطها رسميا إلا بعد مرور ثلاث سنوات ولم تنصب سلطة السمعي البصري إلا عام 2015 بتعيين " ميلود شرفي " رئيسا لها ليتم استكمال بقية الأعضاء في 20 جوان 2016، في ضل اعتماد لـ04قنوات خاصة باعتبارها مكاتب تخضع للقانون الأجنبي.[1]

لم يمر إعلان السلطة الجزائرية عن نيتها المحتشمة، فيرفع الاحتكار عن قطاع السمعي البصري في البلد مرور الكرام، بل كان الإشارة التي انتظرها الجميع بلهفة شديدة، حيث أحصى القطاع أكثر من 46 فضائية خاصة بالجزائر ونستعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة الأولى في الساحة الإعلامية الجزائرية:[2]

1_ قناة الشروق T.V:

هي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق، ضمن باقة الشروق ،انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) حيث اتخذت من العاصمة الأردنية عمان مقرا لها، ولها مكتب معتمد بالجزائر تبث القناة على" نايلسات وعربسات وهوتبيرد" .أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر2011 ، البث التجريبي لقناتها الشروق على القمر الصناعي" نايلسات "، وجاءت هذه الانطلاقة في ذكرى اندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة، والذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012.تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى تمتلك شركة الشروق هذه القناة وجريدة الشروق مجلة الشروق العربي.[3]

2_ قناة البلاد:

هي قناة إخبارية جزائرية شرعت في البث رسميا يوم 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وثقافية واجتماعية وترفيهية عديدة، كما أنها تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة مديرها العام هو السيد يوسف جمعة ومقرها 52 شارع ديدوش مراد بالعاصمة.

[1] بشرى بره: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الأساتذة الجامعين والصحفيين،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة الوادي،2019/2018،ص53.54.

[2] ايدير شيباني: رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئيسيات 17 أفريل 2014 دراسة مسيحية لأراء الصحفيين بالقنوات الجزائرية، رسالة ماجيستر، جامعة الجزائر، 2016،ص38

[3] ويكيبديا الموسوعة الحرة، الشروق تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki/ تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

تبث القناة على قمر " النايل سات" على التردد 10922 أفقي V 27500[1]

3_ قناة الجزائرية وان:

قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد 7، انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوعة. [2]

4_ قناة Beur T.V:

قناة جزائرية ذات طابع متوسطي مغاربي تبث من فرنسا.تخضع هذه القناة للقانون الفرنسي، مقرها الرئيسي في العاصمة الفرنسية باريس ومقرا فرعيا بعنابة وتمتلك مكاتب في الجزائر منها في حي "كلار فال" بالجزائر العاصمة وآخر في مدينة تيزي وزو بمنطقة القبائل. القناة مملوكة لرجل الأعمال الجزائري السيد "رضا محيقني" الذي يحوز على 80 بالمائة من أسهمها، فيما تعود ملكية الـ 20 بالمائة المتبقية إلى مسير القناة السيد " ناصر كتان"، الذي كان في السابق صاحب القناة وتنازل عنها لأسباب مالية. تحصلت القناة على رخصة البث لأول مرة في سنة2001 ، حيث كانت موجهة للجزائريين المقيمين في فرنسا، تم وسعت نطاق بثها لتكون قناة جميع المغاربيين المقيمين في أوروبا وشرعت في البث في يوم 1 أفريل .2003 وبعد أن عصفت بها الأزمات المالية لفترات طويلة. انتقلت الملكية إلى المالك الجديد رضا محيقني وشرعت القناة في البث رسميا في حلتها الجديدة بتاريخ 1 أوت 2011 الموافق لـ 1 رمضان 1432 هـ[3].

5_ قناة الدزاير T.V:

هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثها على الساتل في 8 ماي 2013 بعد أن كانت تبث مجموعة من البرامج الرياضية ومباريات الدوري الجزائري عبر الويب .القناة عامة تتنوع برامجها بين نشرات الأخبار والرياضة والبرامج الاجتماعية والترفيهية. يوجد مقر القناة في مدينة الجزائر العاصمة، ويوجد المكتب الرئيسي للقناة بالمرادية بالجزائر العاصمة، إلى جانب مكاتب أخرى بالعواصم العالمية[4].

---

[1] نقلا عن موقع http://www.elbilad.net تم اطلاع عليه في 2021/06/03

[2] ويكيبديا، الجزائرية وان، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

[3] ويكيبديا، بور تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki، تم طلاع عليه في 2021/06/03.

[4] ويكيبديا، دزاير تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

ثالثا: أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

إن المتتبع للمشهد الإعلامي في الجزائر يدرك جيدا أن التطورات التي تحدث في هذا القطاع مرتبطة كل الارتباط بتطور الأحداث السياسية والاجتماعية والأمنية في البلد. حيث عرفت الجزائر تغييرات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية تمثلت في توجه البلاد نحو التعددية السياسية من خلال دستور 1989م، ،والانفتاح الإعلامي الذي مس فقط الصحافة المكتوبة من خلال المادة 14 في قانون الإعلام العام 1990، ،وبقي كل من التلفزيون والإذاعة تحت إدارة الدولة، لتعرف الدولة بعدها تدهور الوضع الأمني والاقتصادي أمام انحصار المشاهدة التلفزيونية في الجزائر آنذاك على القناة التلفزيونية الوطنية الوحيدة وعلى القنوات الفرنسية، بفضل الهوائيات المقعرة لتنافسها فيما بعد القنوات العربية والتي كانت أولها القناة التلفزيونية الخاصة " المغاربية 2M "، التي أطلقت بتاريخ 04 مارس 1989، لتليها مجموعة من القنوات التلفزيونية العربية مثل MBC ،والتي تبعها ظهور العديد من الفضائيات العربية خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001.

لتأتي أحداث حركات التغيير التي شهدتها المنطقة العربية والتي يطلق عليها الاسم الإعلامي" الربيع العربي" حيث لعبت هذه القنوات العربية دورا مهما في نقل الأحداث والمجريات فيما ضلت الجزائر غائبة في البث التلفزيوني الفضائي في منطقة المغرب العربي منذ التعددية الإعلامية ووجدت نفسها مستهلكة للقنوات الأجنبية خاصة أمام التنافس الإعلامي "القطري- السعودي" على الوطن العربي، وبقيت الصحف الخاصة في الجزائر إلى غاية سنة 2011 من أهم قنوات تدفق المعلومات بكل حرية لمختلف التوجهات السياسية والحزبية، ليعرف المشهد الإعلامي في أواخر سنة 2011 لأول مرة في تاريخ الجزائر قنوات تلفزيونية خاصة ليثري قنوات تدفق المعلومات في المجتمع الجزائري وظهور ثاني منافس للصحف الخاصة مما سمح بدوره بتوسع دائرة النقاش السياسي.

ومما سبق عرضه، يتضح جليا أن ظهور هذه القنوات الخاصة جاء استجابة للتطورات الداخلية والخارجية على الصعيد الاجتماعي والسياسي والأمني وعموما فإنه يمكن حصر بعض الأسباب المؤدية إلى ظهور القنوات الجزائرية الخاصة في ما يلي:

- تجسيد قانون السمعي البصري بعد انتظار الموافقة عليه ليضمن حرية التعبير وليفتح المجال لأول مرة السمعي البصري للقطاع الخاص في الجزائر.
- كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي بأكمله.
- مواكبة التطورات الحاصلة في المجال الإعلامي لاتساع دائرة التعبير وعدم تقييدها في الإعلام.
- حماية القطاع الإعلامي من الغزو الإعلامي الأجنبي الذي لا يخدم لا الشعب ولا الدولة.

- زيادة رأسمال المستثمر بشكل عام وزيادة عدد الممولين في المجال الإعلامي بشكل خاص.
- إظهار الكفاءات والقدرات الإعلامية للصحفيين متمكنين في المجال الإعلامي بالإضافة إلى فتح مناصب شغل تهم المواطن.
- نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين مما اضطر القائمين على الإنتاج الإعلامي الفضائي محاولة التعبير عن هذه الاهتمامات وتلبية الإشباعات والاستجابة لمتطلبات الجمهور.[1]

رابعا: التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة

أصبح الإعلام اليوم على مواجهة العديد من التحديات التي تعوق مسيرته، وتنعكس سلبا بشكل أو بأخر على مضمون ما يقدم خاصة في الفضائيات الجزائرية الخاصة، حيث تواجه هذه الأخيرة العديد من التحديات أهمها مايلي:

أ. التحديات المهنية:

- أزمة المصداقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكده إغلاق بعض القنوات لمجرد قيامها بتغطية احتجاجات معارضة، أو تعرض بعض القنوات الخاصة للمضايقات والحرمان من الإشهار كما حدث عقب تغطية بعضها بأحداث الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر منذ تاريخ 22 فيفري 2019. وهو الأمر الذي أكده إغلاق قناة الأطلس مؤخرا وكذا غلق قناة الوطن.
- أزمة الإعلاميين اللذين يتعرضوا لشتى أنواع الضغوط والرقابة والتصفية الجسدية والأدبية ، فضلا عن قصور برامج التأهيل والتدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة و اضطراب علاقتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفر ضمانات ممارسة المهنية.
- سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام مما أفقده الكثير من هويته وجاذبيته وبالتالي حد من قدرته على الوصول والتأثير وجعله موضوعا للمساءلة عن الوعي الذي ينشره.[2]

ب. التحديات إدارية وقضائية

على الرغم من رفع احتكار الدولة على قطاع السمعي البصري في الجزائر وفتحه أمام الخواص إلا أنا ممارسة الإعلاميين لمهامهم تواجهها مجموعة من العقبات القانونية نوجزها في النقاط التالية:

[1] وهيبة بلحاجي: مرجع سبق ذكره.

[2] سعيد مراح، محمد قارش: الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات: مقال علمي منشور في مجلة الحقيقة، العدد39، 2017م، ص357.

- ارتباط القنوات الفضائية الخاصة بالنظام السياسي وذلك حسب المادة 127 من قانون الإعلام الجديد الذي ينص على أن الأنشطة الإعلامية التي يملكها معنويون أو أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة يخضعون للقانون الجزائري كما يمنع الصحفي من حق رصد الوصول للخبر حسب المادة 84 عندما يتعلق الأمر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به، وذلك في الحالات الآتية:
  - ✓ عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية.
  - ✓ عندما ينعلق الخبر بسر اقتصادي استراتجي.
  - ✓ عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق في القضايا.[1]
- عدم تكييف القنوات الخاصة مع القانون الجديد فمنذ صدور قانون السمعي البصري لم تؤسس أي قناة جزائرية بل أسست بعض القنوات المتخصصة في الدعاية والإعلام في الخارج، ويعود سبب عزوف المستثمرين عن التأسيس في البلاد نتيجة بعض الشروط التي يفرضها المشرع الجزائري مثل عدم وجود مالك واحد ومنع تأسيس القنوات مع أفراد العائلة وغيرها من الشروط التي نفرت مؤسسي القنوات من تأسيس قنوات في الجزائر.
- الفراغ القانوني في مجال قطاع السمعي البصري في الجزائر إذا لازال قطاعا فوضويا وغير منظم وغير مهيكل ورغم صدور قانون الإعلام الجديد 12 _ 05 وقانون السمعي البصري 14_ 04 إلا أنهما يحملان جملة من الفجوات القانونية والعديد من العراقيل التي تعمل على تضيق الحرية على العمل الإعلامي.[2]

ج. التحديات السياسية

- الضغوطات البيروقراطية والسياسية أجبرت وسائل الإعلام والصحفيين على تبني الإيديولوجية السياسية للنظام ثم القيام بالدفاع عنها أمام الرأي العام، أسوء من ذلك أن وسائل الإعلام أصبحت القائمة على الرسالة السياسية للسلطة.
- هيمنة السلطة السياسية على القطاع وخلو تشكيلة سلطة الضبط السمعي البصري من الصحفيين وكذا من خلال احتكارها لمؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني، إضافة إلى الاحتفاظ بصلاحية منح الرخص للقنوات أو رفضها وهو الأمر الذي يعيدنا لنقطة البداية وهو احتكار الدولة للقطاع من جهة كما أنه يعد انتهاكا للحرية من جهة ثانية.[3]

[1] نوال بوحزام، مليكة نعيمي: الفضائيات الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، 2014م، ص83.

[2] سعيد مراح، محمد قارش: مرجع سبق ذكره، ص359.

[3] صبيحة بخوش: تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية الحزبية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة الجزائر، العدد 23، 2015م، ص67.

د. التحديات المالية والاقتصادية

المال عصب الحياة وهو أمر ضروري لاستمرار أي مؤسسة إعلامية في نشاطها من هذا المنظور تعاني الفضائيات الجزائرية الخاصة من جملة من المشاكل المالية والمادية لعل أهمها:

- تدني الرواتب وغياب الحماية الاجتماعية وفي بعض الأحيان العمل دون الحصول على نسخة من العقد المهني الذي يحدد حقوق الصحفي وواجباته تجاه المؤسسة الإعلامية والمنصب الذي سيوكل به داخلها وهو ما جعل بعض الصحفيين الجزائريين يطلقون مبادرة تدعو إلى ضرورة إدراج مهنة الصحافة ضمن المهام الشاقة.
- إشكالية التمويل تبقى قائمة إذ أن مداخيل الإعلان لا تمثل سوى 40 بالمائة من ميزانية القنوات وذلك حسب مدير مؤسسة وكالة " ميديا أندسيرفي " المتخصصة في الدراسات التسويقية وقياس نسب المشاهدة والأداء لمختلف وسائل الإعلام وهو ما يجعلها تبحث عن التمويل من أجل البقاء.
- إضافة إلى العديد من القيود والعراقيل التي وضعها المشرع الجزائري والتي تحد من المداخيل الخاصة بالإشهار، وقد وضعت هذه القيود في دفتر الشروط الخاص بإنشاء خدمة اتصال سمعي بصري تلفزي وإذاعي في المرسوم التنفيذي رقم 16 – 222 وهو ما جعل المعلنين يترددون في الإقبال على الإشهار في القنوات الخاصة.
- مشاكل البث وارتفاع تكاليف الصناعة الإعلامية وعدم وجود استوديوهات خاصة إذ أن الكثير من القنوات تبث من شقق متواضعة، مع نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة) فضلا عن الخلل التقني المتكرر كانقطاع الصوت أو الصورة مثلا.[1]

[1] أمنة شكيرد، فاطمة عطوب: اتجاهات الطلبة نحو صورة اللغة العربية الفصحى في الفضائيات الجزائرية الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، قسم اتصال وعلاقات عامة، 2018/2017،ص 96.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق يتضح لنا أنا القنوات الفضائية أصبحت حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من البرامج المتنوعة من حيث الشكل والمضمون، وبالتالي تمثل قوة إعلامية لا يستهان بها في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام وإحدى الوسائل الهامة في نقل المعلومات والمعارف إلى الجمهور، وإحاطته بالأحداث المختلفة وتدعيم ارتباطه وعلاقته بالمحيط الذي يعيش فيه.

كما حاولنا من خلال هذا الفصل أيضا الوقوف عند القطاع السمعي البصري في الجزائر، و استقراء مراحل تطوره من المرحلة الكولونيالية إلى غاية عصر الانفتاح،مرورا بأهم القوانين والتشريعات التي رسمت واقع الممارسة الإعلامية في قطاع السمعي البصري في الجزائر، مركزين على خوصصة الإعلام المرئي وظهور القنوات الجزائرية الخاصة التي جاءت استجابة للتحولات السياسية التكنولوجية في إطار تعزيز حقوق المواطنين الأساسية. كما تعرضنا إلى واقع هذه التجربة ما لها وما عليها، وأهم التحديات التي تواجهها في ظل غياب إطار قانوني واضح و منظم للممارسة الإعلامية في مجال السمعي البصري، وهو ما أدى بدوره إلى خلق دائرة من النقاش والجدل حول الممارسات الإعلامية لهذه القنوات ومدى تقيدها بأخلاقيات المهنة.

الإطار التطبيقي

تمهيد

المبحث الأول: مدخل تعريفي لبرنامج " بيتك حياتك"

أولا: بطاقة تقنية لنهار Tv

ثانيا: تعريف إجرائي لبرنامج بيتك حياتك

المبحث الثاني: تحليل بيانات دراسة و نتائجها

أولا: عرض البيانات و تحليلها كميا و كيفيا

ثانيا: النتائج العامة لدراسة

خاتمة

تـمهيد

هذا الفصل عبارة عن فصل تطبيقي قسم إلى مبحثين، أما المبحث الأول هو استعراض تعريفي للقناة و برنامج محل الدراسة، والمبحث الثاني قمنا فيه بعرض التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل المادة الإعلامية.

التزمنا في هذا الجانب من الدراسة باستمارة تحليل المضمون التي كنا قد أخضعناها للتحكيم، وعليه قمنا بتحليل البيانات محل الدراسة والمقدرة ب 11 حلقة من البرنامج التلفزيوني بيتك حياتك، وفقا لوحدات وفئات التحليل المحددة مسبقا في ذات الاستمارة، ومن ثم عرض هاته البيانات كميا في جداول إحصائية مستندة إلى أشكال بيانية توضيحية لتكرارات ونسب تواجد الوحدات والفئات التحليلية في عينة الدراسة، ثم القيام بتحليلها وتفسيرها كيفيا لنتواصل إلى مجموعة من النتائج التي تخدم موضوع الدراسة وتجيب على السؤال المحوري للإشكالية متضمنة إجابات للأسئلة الفرعية لها المتعلقة بالشكل والمضمون إلى جانب فاعلية معالجة إعلامية في القنوات الجزائرية للأزمات الصحية.

المبحث الأول: مدخل تعريفي لبرنامج " بيتك حياتك"

أولا: بطاقة تقنية لنهار Tv

هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الجزائرية الجزائر ليبدأ البث من هناك على قمر نايلسات.

الاسم: قناة النهار Tv.

الاختصاص: منوعة.

التأسيس: 6 مارس2012 .

النوع: إخبارية.

البلد: الجزائر.

اللغة: اللغة العربية، اللهجة الجزائرية.

المالك: مجمع النهار.

المدير: أنيس رحماني.

المقر الرسمي: سعيد حميدين بئر مراد رايس الجزائر.

القطاع: خاص

عبر السائل: :نايل سات في الشرق الأوسط 11315 عمودي 27500 في شمال إفريقيا 10922 عمودي 27500.

الشعار: القناة الإخبارية الأولى في الجزائر

شعار القناة منذ 2013[1]

[1] قناة النهار الجزائر، من ويكيبديا الموسوعة الحرة، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/07/07.

ثانيا: تعريف إجرائي لبرنامج بيتك حياتك

هو برنامج إعلامي تلفزيوني، يقدمه كل من " ياسين نمول " و " أمال سعداوي " بالتنواب كل حلقة يقدمها مقدم و ليس كثنائي، على قناة النهار Tv الجزائرية في تمام الساعة السادسة مساءا في ذروة المتابعة بشكل مباشر، يعني البرنامج بمناقشة مواضيع سادت و ظهرت في ظل الأزمة العالمية لانتشار فيروس كورونا، وذلك بمشاركة مختصين يعطون الموضوع بعدا دينيا أو نفسيا أو اجتماعيا ويساهمون في معالجة مختلف المواضيع محل النقاش. كما يساهم الجمهور من جانبه في طرح مشاكله الصحية و استفساراته الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما الرسائل الإلكترونية و الفيديوهات ليتم عرضها والاستفادة من تجاربهم التي يطرحونها في رسائلهم.

تسعى القناة من خلال هذا البرنامج إلى نشر الوعي الصحي بين عناصر المجتمع المحلي و تغيير بعض المفاهيم الخاطئة حول الفيروس و طبيعة انتشاره و الوقاية منه.

شعار البرنامج

المبحث الثاني: تحليل بيانات دراسة و نتائجها

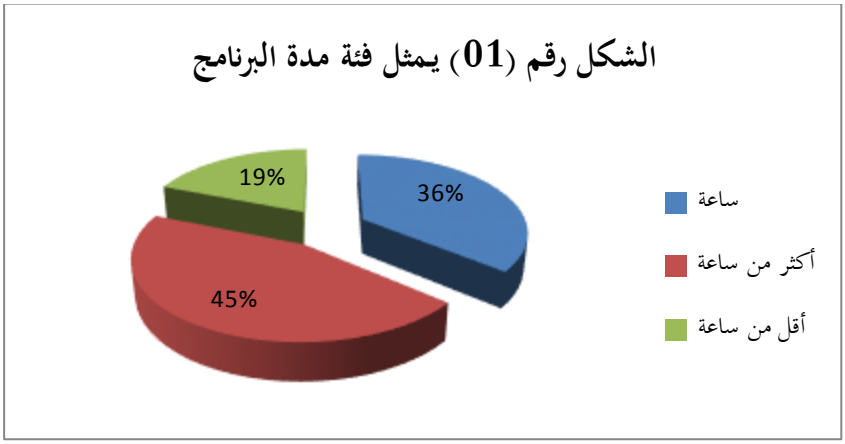
أولا: عرض البيانات و تحليلها كميا و كيفيا

أ. فئات الشكل

* **الجدول (01) يمثل " فئة مدة البرنامج"**

التكرارات والنسبة / مدة بث البرنامج	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	4	%36
أكثر من ساعة	5	%45
أقل من ساعة	2	%19
المجموع	**11**	**100%**

الشكل رقم (01) يمثل فئة مدة البرنامج



التعليق على الجدول

يمثل الجدول (01) فئة مدة الزمنية المخصصة للبرنامج، حيث جاءت فئة " أكثر من ساعة" في أعلى مرتبة بنسبة 45% ، تليها فئة " ساعة" بنسبة 36% و في الأخير فئة " أقل من ساعة" بنسبة 19%.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى اعتماد برنامج الدراسة على المدة الزمنية الطويلة و فرد مدة زمنية طويلة لمناقشة الموضوعات المرتبطة بالأزمة و المعروف أنه كلما كان الموضوع كبيرا من حيث المساحة التي يحتلها، كلما كان ذلك دليلا على أهميته، كما أن للمدة الزمنية أيضا أهمية بالغة في تحديد أهمية الموضوع عند القائم به فكلما طال عرض

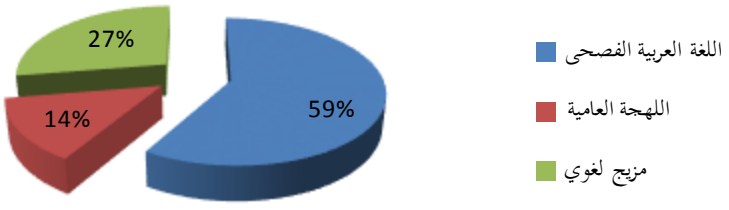
الموضوع، كلما يفترض أنه مهم على الأقل بالنسبة للمرسل، ففئة الزمن هي التي تحدد ما أهمية طرح الموضوع و الملاحظ أن هذا البرنامج خصصت له مدة زمنية كبيرة للتعرض فيه لطرح مختلف القضايا المتعلقة بانتشار فيروس و منح وقت الكافي للمناقشة و الحوار بين مختلف الفاعلين في البرنامج و كذا منح الوقت الكافي لعملية تقديم المعلومات و الشرح و التفسير.

أما مدة " أقل من ساعة " في المرتبة الأخير بنسبة قليلة و هذا راجع لاعتماد البرنامج على مدة الزمنية الكبيرة بدرجة أكبر من فئة المدة الزمنية الأقل و هذا راجع لطبيعة المواضيع فهناك بعض المواضيع تحتاج وقت أطول و هناك على عكسها من يحتاج إلى وقت وجيز كالحلقة الأولى من البرنامج مثلا فهي حلقة تعريفية فقط لا تحتاج وقت طويل.

* **الجدول (02) يمثل " فئة اللغة المستخدمة"**

التكرارات والنسبة / اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية الفصحى	51	%58,62
اللهجة العامية	12	%13,79
مزيج لغوي	24	%27,59
المجموع	**87**	**%100**

الشكل (02) يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة اللغة المستخدمة



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول (02) فئة اللغة المستخدمة حيث جاءت اللغة العربية بنسبة كبيرة قدرت بـ 58,62% التي لاحظنا استخدامها من طرف مقدمي البرنامج و ضيوفهم بكثرة، و يعود هذا إلى أن البرامج الإعلامية تستوجب استخدام اللغة العربية الفصحى هذا من جهة، و من جهة أخرى أن البرنامج موجه إلى جمهور عربي يستوجب فيه اعتماد هذه

اللغة لإيصال المعلومة إليه خاصة و أن المجتمع الجزائري معروف بتعدد اللهجات فيه و اختلافها من منطقة إلى أخرى و عليه استعمال اللغة العربية الفصحى أنسب لإيصال المعلومة لكل فئات المجتمع على اختلاف لهجاتهم.

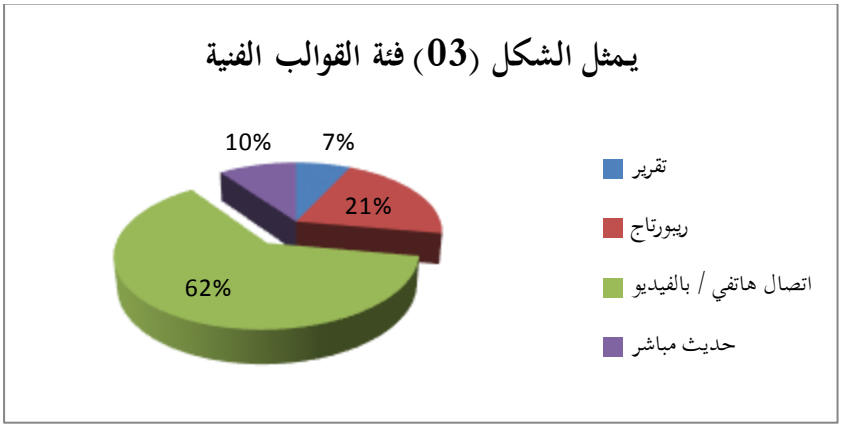
يحتل المزيج اللغوي أو ما يسمى باللغة الهجينة المرتبة الثانية بنسبة 27,59% و هذا راجع لعدم اهتمام البرنامج باللغات الأجنبية لان البرنامج يهدف إلى إيصال المعلومات إلى متابعيه باللغة العربية التي يفهمها الجميع كما أن استخدام اللغة الهجينة و التي لا يعيها كثير من الشباب اليوم تندرج في غطاء خطط الغزو الثقافي الذي تقوده الأمم الغربية ضد الأمم الإسلامية و كان استخدام هذه اللغة فقط عند الضيوف الذي استضافهم البرنامج المقيمين في دول أجنبية.

كما اعتمد البرنامج على اللهجة العامية بنسبة 13,79% و هذا راجع إلى أن البرنامج استضاف مواطنون في فئة الفاعلين في البرنامج هذا ما جعله يتضمن اللهجة العامية بين الحين و الأخر لتوصيل رسالة من جهة و من جهة أخرى يعود ذلك لجنسية الضيوف التي هي جزائرية و مخاطبتهم لجمهور من نفس جنسيتهم ما دعاهم لاستعمال اللهجة العامية إلى جنب العربية الفصحى لتسهيل نقل الرسالة.

* **الجدول (03) يمثل فئة القوالب الفنية**

التكرارات والنسبة / القوالب الفنية	التكرار	النسبة المئوية
تقرير	3	%6,98
ريبورتاج	9	%20,93
اتصال هاتفي / بالفيديو	27	%62,79
حديث مباشر	4	%9.3
المجموع	**43**	**%100,00**

يمثل الشكل (03) فئة القوالب الفنية



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول (03) فئة القوالب الفنية التي وظفها البرنامج في معالجته لظاهرة المدروسة و كيفية توصيل المادة الإعلامية المتعلقة بانتشار فيروس كورونا حيث احتلت فئة الاتصال بالهاتف و الفيديو الصدارة بنسبة 62,79% يليها الريبورتاج بنسبة 20,93% في حين كان كل من قالب الحضور المباشر و التقرير ضعيفا حيث بلغت نسبة الأول 9.3% و الثاني 6,98%.

ويفسر ارتفاع فئة الاتصال بالهاتف و الفيديو ليس لأنها أكثر أهمية من القوالب الصحفية الأخرى بل يرجع ذالك إلى طبيعة الأزمة وما تتطلبه من تباعد اجتماعي بالإضافة لوجود مجموعة من الإجراءات الاحترازية التي تبنتها الدولة بكافة مؤسساتها الرسمية وغير الرسمية، ومحاولة البرنامج تغطية ومتابعة أكبر قدر ممكن من الموضوعات المختلفة المتعلقة بأزمة كورونا وتداعياتها؛ ولذلك اعتمدت على الهاتف كوسيلة للتواصل و التطرق لأكبر قدر ممكن من التغطيات.

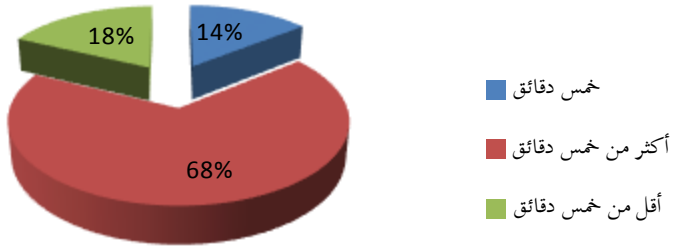
أما قالب الريبورتاج فقد تم استعانة به لطبيعته التي تعتمد على تصوير الواقع و نقل ما يتعلق به من حقائق و معلومات و أحداث و عليه يعد أكثر إقناعا للمشاهد فقد تم استعانة بهذا القالب لتقريب الصورة أكثر و هذا بتصوير روبرتجات في المستشفيات أو في مراكز الحجر الصحي عن طبيعة الوضع القائم فرغم الأزمة إلا أنه كان من الضروري استعانة بمثل هذا القالب لإقناع المشاهد أكثر بإطلاعه على المباشر بأهم الأحداث و المستجدات.

ومن الأشكال الفنية التي ظهرت أيضا في عرض البرنامج هو قالب الحديث المباشر و قالب التقرير و لكن بنسب أقل و هذا راجع لطبيعة الأزمة التي ألزمت بالتباعد الاجتماعي و عرقلت العديد من النشاطات كتنقل.

الجدول (04) يمثل فئة المدة الزمنية المتخصصة للمتدخلين

التكرارات والنسبة / المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين	التكرار	النسبة المئوية
خمس دقائق	8	%14,29
أكثر من خمس دقائق	38	%67,86
أقل من خمس دقائق	10	%17,86
المجموع	**56**	**%100,00**

الشكل (04) يمثل فئة المدة الزمنية المتخصصة للمتدخلين



التعليق على الجدول:

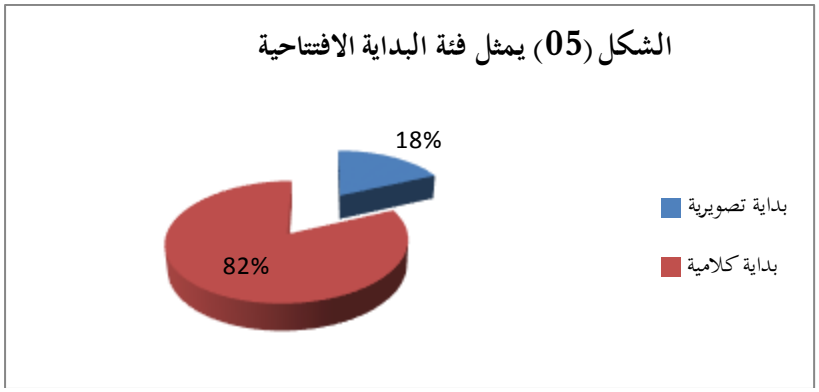
يمثل الجدول (04) فئة المدة الزمنية التي يخصصها البرنامج لضيوفه و يلاحظ أن المرتبة الأولى مدتها " أكثر من خمس دقائق " بنسبة 67,86% و يليها فئة "أقل من خمس دقائق" بنسبة 17,86%و في الأخير فئة " خمس دقائق" بنسبة 14,29%.

و يعود ذلك إلى أن البرنامج حول منح الوقت الأوفر لبعض المتخصصين الذين يعتبرون ذو تخصص يتوافق و مضمون الحلقة، و ذلك مقارنة مع الزمن الكلي لمدة عرض البرنامج التي أبرزها كانت أكثر من ساعة، فإن أكثر من خمس دقائق من مجموع ساعة هي تمثل بالتقريب ثلث الحلقة و منه مدة لا بأس بها لتمنح إلى متدخلين البرنامج ما يفسر أهميتهم في المساعدة على إيصال الرسالة بطريقة سهلة و مفهومة للجمهور المستهدف.

أما فئة خمس الدقائق و الأقل من خمس دقائق جاءت متقاربة نوعا ما و يعود ذلك إلى طبيعة المتدخلين في البرنامج كل حسب مستواه، تخصصه، ما يضيفه لمضمون البرنامج، و ما يقدمه للجمهور المستهدف.

الجدول (05) يمثل فئة البداية الافتتاحية

التكرارات والنسبة / البداية الافتتاحية	التكرار	النسبة المئوية
بداية تصويرية	2	%18,18
بداية كلامية	9	%81,82
المجموع	**11**	**%100,00**



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (05) فئة البداية الافتتاحية و التي نلاحظ أن المرتبة الأولى كانت لفئة " البداية الكلامية" بنسبة 81,82% تليها فئة " بداية تصويرية" بنسبة 18,18%.

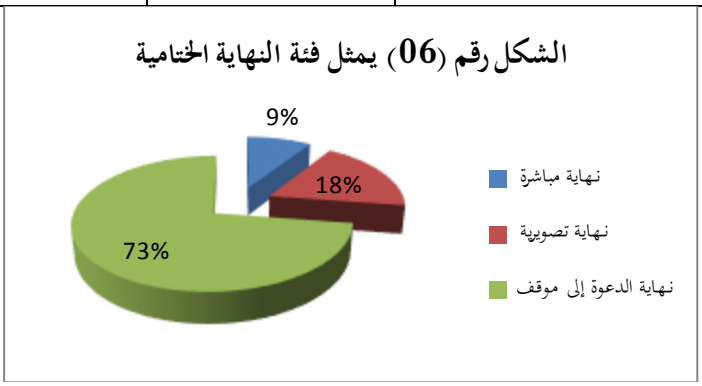
حيث لجأ كل من مقدمي البرنامج إلى تمهيد تعريفي، و مدخل بسيط قبل بداية كل حلقة ذلك أن البرنامج هدفه توعوي بالدرجة الأولى لا ترويجي فالكلام أبلغ من ألف صورة عندما يتعلق الأمر بالصحة العامة للإنسان و هذا ما دعى إلى البداية الكلامية التي كان من خلالها يتم عرض أخر المستجدات المتعلقة بالأزمة و أهم القرارات الاحترازية التي كانت تتخذها الدولة.

ثم تأتي المرتبة الثانية لفئة " البداية التصويرية" هذا راجع لطبيعة التلفزيون الذي يجمع بين الكلمة المسموعة و الصورة المرئية مما يزيد من قوة التأثير.

* **الجدول (06) يمثل فئة النهاية الختامية**

التكرارات والنسبة / النهاية الختامية	التكرار	النسبة المئوية
نهاية مباشرة	1	%9.90
نهاية تصويرية	2	%18,1
نهاية الدعوة إلى موقف	8	%72
المجموع	**11**	**%100,00**

الشكل رقم (06) يمثل فئة النهاية الختامية



التعليق على الجدول:

يبين الجدول رقم (06) فئة النهاية الإختتامية البرنامج و التي تعني الطريقة التي يختم البرنامج بها حيث اعتمد على "نهاية الدعوة إلى موقف" بدرجة كبيرة بنسبة 72% تليها " نهاية تصويرية " بنسبة 18,1% و " نهاية مباشرة " بمرتبة الأخيرة بنسبة.9.90% .

و اعتماد البرنامج على نهاية الدعوة إلى موقف فيعود إلى طبيعة البرنامج التوعوية و تركيزه على التذكير الدائم بأهمية الإجراءات الوقائية لذا اعتمد على نهاية تحقق هدفه. فمن خلال الدعوة إلى موقف عمد كل من مقدمي البرنامج حث المشاهد على تبني مواقف ايجابية تضمن سلامة الجميع من عدم الخروج إلا لضرورة و تبني شعار بيتك حياتك أو بيتك هو أمانك الوحيد في ضل هته الأزمة و الجائحة الغير المرئية المهددة لأمان كل المجتمعات.

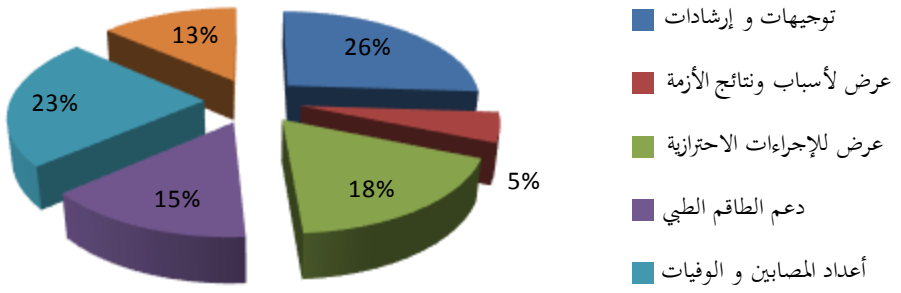
و يعود اعتماد البرنامج على "نهاية مباشرة" كون الحلقة كانت حلقة افتتاحية تعريفية بأجد المستجدات التي طرأت على العالم هذا من جهة و من جهة أخرى فيعود اعتماد البرنامج على "نهاية تصويرية" فيعود لبث البرنامج تغطية مباشرة لفاعلية الحجر الصحي في مختلف الولايات الوطنية.

ب. فئات المضمون

* **الجدول رقم (07) يمثل فئة الموضوع**

التكرارات والنسبة / فئة الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
توجيهات و إرشادات	25	%21,55
عرض أسباب ونتائج الأزمة	5	%4,31
عرض للإجراءات الاحترازية	22	%18,97
دعم الطاقم الطبي	14	%12,07
أعداد المصابين و الوفيات	17	%14,66
دعم الفئات المتضررة	13	%11,21
تفنيد شائعات	20	17,24%
المجموع	**116**	**%100,00**

الشكل رقم (07) يمثل فئة الموضوع



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (07) فئة موضوع في البرنامج، حيث نلاحظ أن " التوجيهات والإرشادات" في المرتبة الأولى بنسبة 26 %من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، ثم " عرض للإجراءات الاحترازية " بنسبة 18%

يليها "تفنيد شائعات " بنسبة 17%، ثم "أعداد المصابين و الوفيات" بنسبة 14%، و" دعم الطاقم الطبي" بـ12% و "دعم الفئات المتضررة" بـ11% و في الأخير عرض "أسباب ونتائج الأزمة" بنسبة 4%.

إن مجيء" التوجيهات والإرشادات" في المرتبة الأولى يرجع لسعي الإعلام المتواصل لتوعية المواطنين ومناشدتهم بالبقاء في البيت وتوجيههم لطرق الوقاية من المرض، وكيفية التعامل عند الشعور بالمرض، وقد وصلت المناشدات حد التوسل.

ولعل مجيء الإجراءات الاحترازية في المرتبة الثانية يعد أمرًا طبيعيًا نتيجة لطبيعة أزمة فيروس كرونا وما تتطلبه من إجراءات احترازية لضمان سلامة المواطن، ولتخطي الأزمة بأقل الأضرار الممكنة، حيث ركز البرنامج محل الدراسة على الإجراءات الاحترازية وما تتضمنها من منع التجمعات والزحام ووقف حركة الطيران وحظر التجوال؛ بالإضافة إلى تعليق الدراسة وغيرها من الإجراءات التي اتخذتها الدولة للحد من انتشار الوباء.

أما تفنيد الشائعات في المرتبة الثالثة و هذا راجع لما خلفته وسائل التواصل الاجتماعي من فرد مساحات واسعة لنشر الأخبار المغلوطة عن الفيروس، فسعى البرنامج في كل حلقة من حلقاته على تفنيد أي شائعة متعلقة عن الفيروس مثل ما نشر و شاع في موقع فيسبوك من تهويل في حجم إصابات و الوفيات، فحذر البرنامج من خلال مقدميه من نشر أو تداول أي من الشائعات، و نبهو على استقاء المعلومات و الأخبار من المصادر الرسمية.

و يليها أعداد المصابين و الوفيات لمحاربة الشائعات المغلوطة عنهم و هذا عن طريق عرضهم في البرنامج من مصادر موثوقة و هي وزارة الصحة لعدم نشر المغالطات و للابتعاد عن التهويل و التهوين.

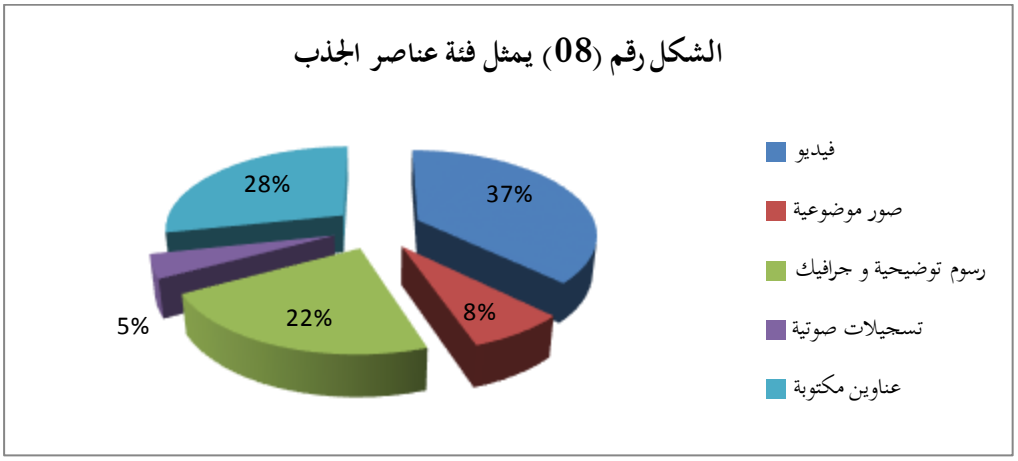
كما أن مجيء دعم الطاقم الطبي والمستشفيات ضمن موضوعات البرنامج فيرجع بشكل أساسي لطبيعة أزمة كورونا حيث إنها في المقام الأول أزمة صحية لها العديد من التداعيات الأخرى، وباعتبار الأطباء هم من حملوا على عاتقهم مواجهة هذه الأزمة وكونهم في الصفوف الأمامية لمواجهة هذا الوباء، الأمر الذي دفع الإعلام لإطلاق شعار جيش الأبيض على الأطباء والمطالبة بإعادة ترتيب الأولويات في المجتمع، وإعطاء العلم والطب المكانة التي تليق به في ظل التركيز على ما أسموه بالأمور التافهة وما لا يستحق، بالإضافة لتنفيذ مجموعة من الحملات المختلفة هدفها رفع الروح المعنوية للأطباء والمطالبة بالمساندة الدائمة لهم، وتقدير الجهد المبذول من قبل الأطباء.

كما يرجع مجيء دعم الأفراد والقطاعات المتضررة في مراتب متقدمة نتيجة لأن أزمة كورونا أحدثت تأثيرات اجتماعية واقتصادية على فئات مختلفة في المجتمع؛ مما دفع رئيس الجمهورية بإعطاء الأولوية للفئات المتضررة مثل العمالة غير المنتظمة، والمشروعات متناهية الصغر وغيرها من الأفراد أو المؤسسات المختلفة، وهو ما أدى لمتابعة شبه يومية من قبل برنامج الدراسة لهذه الإجراءات وآلية تنفيذها.

الجدول رقم (08) يمثل فئة عناصر الجذب

التكرارات والنسبة / عناصر الجذب	التكرار	النسبة المئوية
فيديو	25	%37,31
صور موضوعية	5	%7,46
رسوم توضيحية و جرافيك	15	%22,39
تسجيلات صوتية	3	%4,48
عناوين مكتوبة	19	%28,36
المجموع	**67**	**%100,00**

الشكل رقم (08) يمثل فئة عناصر الجذب



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول (08) فئة عناصر الجذب المستخدمة في البرنامج حيث نلاحظ أن الفيديو في الترتيب الأول بنسبة 37,31% يليه العناوين المكتوبة بنسبة 28,36% ثم رسوم توضيحية و جرافيك بنسبة 22,39% يليها صور موضوعية بنسبة 7,46% و أخيرا تسجيلات صوتية بنسبة 4,48%.

ويرجع مجيء الفيديو في المرتبة الأولى لطبيعة الوسيلة الإعلامية التي يتم إجراء الدراسة عليها، والتي تعتمد بشكل أساسي على المادة المسموعة والمرئية لذا جاءت الفيديوهات في مقدمة عناصر الجذب المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا.

و عناوين مكتوبة في المرتبة الثانية حيث كان كل فيديو تحته عنوان مكتوب لتوضيح محتواه، والعناوين دورها الأساسي هو كسر الرتابة والملل، وسهولة إظهار الموضوع من خلال عنوان رئيسي يقود القارئ بتشوق إلى مُتابعة الموضوع، بل وأن قائمة العناوين الرئيسية التي تتبع أي مقطع فيديو تُعد بمثابة المرآة التي ينعكس عليها فحوى مضمون الحصة من أخبار هامة ونقاط حساسة تجعل القاريء أشد إقبالاً على متابعة الحصة.

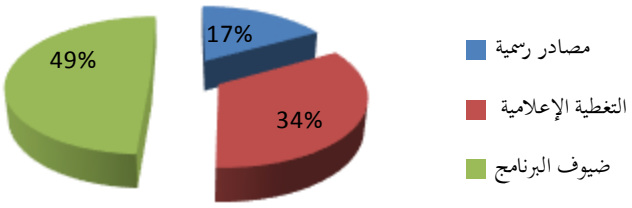
أما عن رسوم توضيحية و جرافيك اعتمدها البرنامج محل الدراسة في الموضوعات المتعلقة بأعداد المصابين و الوفيات، و لأهمية رسوم توضيحية التي تجعل المحتوى في أي مجال من المجالات سهل الاستيعاب فقد تم الاستعانة بهم من أجل إيصال المعلومات بسهولة ليستطيع جميع الناس فهمها واستيعابها.

و ما يفسر انخفاض نسبة كل من صور موضوعية و تسجيلات صوتية أن طبيعة الموضوع فرضت هذا الحال.

* **الجدول رقم (09) يمثل فئة مصادر المعلومات**

التكرارات والنسبة / مصادر المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
مصادر رسمية	11	%16,92
التغطية الإعلامية	22	%33,85
ضيوف البرنامج	32	%49,23
المجموع	**65**	**%100,00**

الشكل رقم (09) يمثل فئة مصادر المعلومات



التعليق على الجدول:

يبين لنا الجدول رقم (10) المصادر التي اعتمد عليها البرنامج للحصول على المعلومات حيث تصدرت فئة الشخصيات الفاعلة الصدارة بنسبة 49,23%، تليها فئة التغطية الإعلامية بنسبة 33,85% و فئة المصادر الرسمية في الأخير بنسبة 16,92%.

ويتضح لنا من خلال الجدول أن البرنامج اعتمد بشكل كبير على ضيوف البرنامج في الحصول على المعلومات و هذا راجع لأهميتها في التأثير خاصة و أن معظم شخصيات البرنامج من أطباء و متخصصين في مجالات التوعية وهذا ما يتناسب مع هدف البرنامج التوعوي و طبيعة الموضوع الذي يستلزم مختصين و خبراء في مجالات الصحة.

أما عن استعانة البرنامج بالتغطية الإعلامية هذا راجع لما تعتريه هذه الأخيرة من أهمية حيث تعد إحدى المسارات الأساسية التي يتم من خلالها نقل الأحداث إلى الجمهور، والتي يستقى منها المعلومات في شتى المجالات المختلفة فهي من أهم الطرق لتشكيل الوعي الجماهيري في كافة المواضيع اليومية. وقد اكتسبت التغطية الإعلامية أهمية بالغة لدورها في الوصول إلى الحقائق وإيصالها للمتابعين، مما يؤهلها للعب دور أساسي في تكوين الأفكار وصناعة التحليلات والرؤى لدى المواطنين، ومن خلال تلك التحليلات يستطيع الجمهور تكوين وجهات نظر ومواقف تجاه القضايا المختلفة.

و جمع البرنامج بين هذين المصدرين الشخصيات الفاعلة مع التغطية الإعلامية أمر منطقي لأن هاتين الفئتين هي المصادر الأكثر مصدقيه خاصة في مثل هذه القضايا، فالأولى تفسر و تحلل المعلومات و الثانية تسرد الوقائع التي حدثت فكان على البرنامج الموزات بينهما حتى يتمكن من تأكيد ما يتم بثه من معلومات وإضفاء مصداقية على البرنامج.

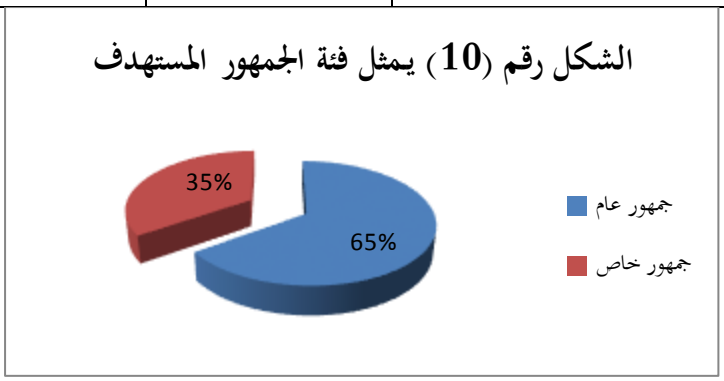
في حين نجد أن المصادر الرسمية احتلت المرتبة الثالثة ويرجع ذالك لاعتماد البرنامج على المصادر الرسمية بنسبة معتبرة يعود إلى أن هذه المصادر تتمثل في وزارة الصحة و اللجنة المكلفة بمراقبة انتشار فيروس كورونا ،وهي بطبيعة

الحال مصادر تقدم معلومات دقيقة و موثوق بها، فطبيعة الموضوع المعالج تتطلب من البرنامج اللجوء إلى هذه المصادر للحصول على معلومات أكثر دقه، خاصة في ظل انتشار المغالطات و شائعات في مواقع تواصل ما أدى بالبرنامج للاستعانة بالمصادر الرسمية في عرض الحصيلة اليومية لأعداد المصابين و الوفيات.

الجدول رقم (10) يمثل فئة الجمهور المستهدف

التكرارات والنسبة / الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
جمهور عام	15	%65,22
جمهور خاص	8	%34,78
المجموع	**23**	**%100,00**

الشكل رقم (10) يمثل فئة الجمهور المستهدف



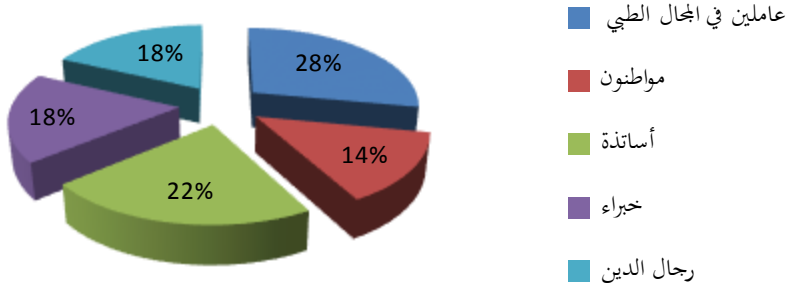
التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (10) فئة "الجمهور المستهدف" و يقصد به الفئة الجماهيرية التي توجه إليها الرسالة التي يبثها البرنامج و التي تعني بمضمونها، حيث نجد أن المرتبة الأولى كانت لفئة " الجمهور العام" بنسبة 65,22% و يعود ذلك لطبيعة الأزمة التي تمس كل شرائح المجتمع و التي يستلزم فيها توعية كل فرد من أفراد المجتمع بكل فئاتهم و أنواعهم و خصائصهم دون استثناء، أما المرتبة الثانية فكانت لفئة " الجمهور الخاص" بنسبة 34,78%، و هذا يعود إلى الموضوع الذي تطرق فيه البرنامج حول الدراسة عن بعد في زمن الكورونا و هو ما جعل البرنامج يركز على فئة محددة هي الباحثين العلمين من طلبة و باحثين جامعيين.

الجدول رقم (11) يمثل فئة المتدخلين في البرنامج

التكرارات والنسبة / المتدخلين في البرنامج	التكرار	النسبة المئوية
عاملين في المجال الطبي	14	%28,00
مواطنون	7	%14,00
مسئول	9	%18,00
خبراء	9	%18,00
رجال الدين	11	%22,00
المجموع	**44**	**%100,00**

الشكل رقم (11) يمثل فئة المتدخلين في البرنامج



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (11) فئة المتدخلين في البرنامج حيث نلاحظ أن الصدارة كانت لفئة "العاملين في المجال الطبي" بنسبة 28% يليها فئة " رجال الدين " بنسبة 22% يليها فئة كل من " خبراء" و " مسئول" بنسبة متساوية 18% و في الأخير فئة " مواطنون" بأقل نسبة 14%.

يرجع مجئ الطاقم الطبي في الصدارة إلى أن أزمة وباء كورونا هي أزمة صحية بالمقام الأول؛ ولذا كان من الطبيعي أن يكون الطاقم الطبي في مقدمة الضيوف خلال معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، و استعان البرنامج بالعاملين في المجال الطبي لتقديم توجيهات و إرشادات و طرق الوقاية الصحيحة.

أما عن استعانة البرنامج بفئة " رجال الدين" و هذا راجع لأن أزمة كورونا نتج عنها قضايا فقهية مستجدة وغير مسبوقة رتبتها الجائحة، منها قضية الصلاة في بيوتكم، وهنا بدأنا نشهد حالة من الفصام بين مؤمنين يُقبلون على دور العبادة وقرارات حكومية بغطاء ديني تطلب من الناس الصلاة في بيوتهم، وتوقف العديد من الشعائر التعبدية التي لها أهمية روحية كبيرة عند المؤمنين، مثل أداء مناسك الحج والعمرة وصلاة الجماعة والمشاركة في العزاء، وعندما يتأخر العلم أو الفقه في تقديم إجابات شافية لقضية ما؛ يتسع حينها المجال لكل أنواع التفسيرات والتأويلات التي يفتقد الكثير منها إلى الأساس العلمي، ويجد التفسير التآمري مجالا خصبا للقبول والانتشار؛ فقد وفرت الجائحة مجالا غير مسبوق لانتشار هذا النمط من التأويلات والمغامرات الفكرية على مساحة الوجود البشري، و عليه من خلال البرنامج تم الاستعانة برجال الدين لاستشارتهم في مختلف المجالات الفقهية و توضيح مختلف المسائل الدينية المتعلقة بالجائحة لكي لا يبقى مجال لشك بين الجمهور المستهدف ،كما كان لرجال الدين دور مهم في رفع معنويات الناس وبث روح الأمل فيهم ودعوتهم إلى فضائل الأعمال وحضهم على التكافل في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة التي رتبتها الجائحة، في كل حلقة من حلقات البرنامج.

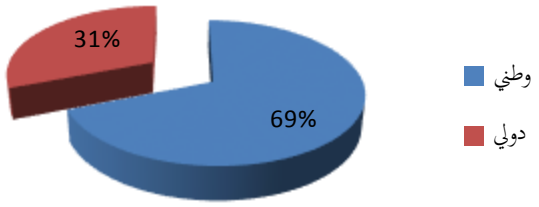
تليها فئة " المسئول" و يفسر اعتماد البرنامج على هذه الفئة راجع لطبيعة أزمة وباء كورونا والتي تحتاج إلى توضيح وتفسير الإجراءات المختلفة التي تتخذها الدول في مواجهة الأزمات، والإعلام وسيلة أساسية وعنصر هام في شرح السياسات والإجراءات المتبعة لمواجهة الوباء وتوصيل رسالة المسئول إلى المواطن.

إن تنوع في الضيوف يعني أن البرنامج خصص لكل حلقة من حلقاته متدخلين من نوع يتماشى و الموضوع الذي يرتكز عليه، مما يعطي تنوع في المعلومات التي يحتاجها الجمهور المستهدف و بهذا يكون البرنامج ملما بكل جوانب التي يبحث عنها الجمهور المتابع له.

* **الجدول رقم (12) يمثل فئة جغرافيا الحدث**

التكرارات والنسبة / جغرافيا الحدث	التكرار	النسبة المئوية
وطني	20	%68,97
دولي	9	%31,03
المجموع	**29**	**%100,00**

الشكل رقم (12) يمثل فئة جغرافيا الحدث



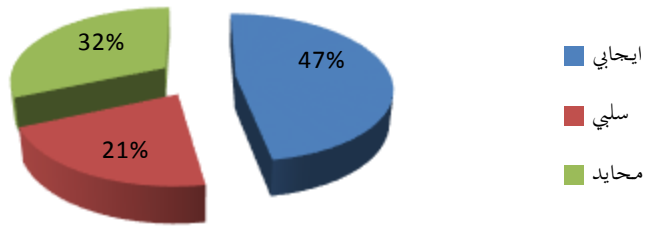
التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (12) فئة جغرافيا الحدث، و يتضح من بيانات الجدول أن النطاق الجغرافي " الوطني" للموضوعات المرتبطة بالأزمة جاء في الترتيب الأول، و جاء النطاق الدولي في الترتيب الثاني، و يمكن تفسير تصدر النطاق الجغرافي "الوطني" في برنامج الدراسة أن معظم الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا موجهة في المقام الأول للمواطن الجزائري، بينما جاء النطاق الدولي في المرتبة الثانية، و ذلك لاهتمام برنامج محل الدراسة بتوضيح الآثار الاقتصادية و الاجتماعية التي أصابت العالم نتيجة التعرض للفيروس، و تغطية حالات الإصابة و الوفيات، و توضيح الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها دول العالم.

الجدول رقم (13) يمثل فئة اتجاه معالجة

التكرارات والنسبة / اتجاه المعالجة	التكرار	النسبة المئوية
ايجابي	9	%47,37
سلبي	4	%21,05
محايد	6	%31,58
المجموع	**19**	**%100,00**

الشكل رقم (13) يمثل فئة اتجاه المعالجة



التعليق على الجدول:

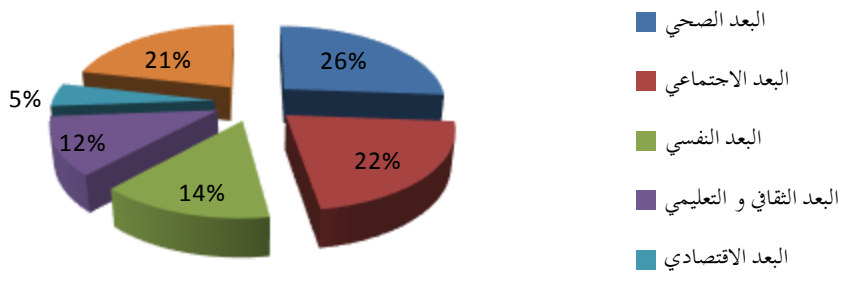
يمثل الجدول رقم (13) فئة اتجاه المعالجة حيث تصدرت فئة الإيجابي المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا بنسبة 47,37% ، يليها فئة المحايد بنسبة 31,58%، ثم فئة السلبي بنسبة 21,05%.

و هو ما يمكن تفسيره في ضوء أن البرنامج ركز على دعم الفئات المتضررة و دعم الطقم الطبي وعرض للإجراءات الاحترازية، و نجاح الدولة في احتواء الوباء ، وانخفاض معدلات الإصابة بالوباء، ولذا غلب الاتجاه الإيجابي، أما الاتجاه المحايد فقد جاء متماشيًا مع هدف البرنامج وطبيعته، حيث يستضيف في كل فقرة من فقراته خبيرا يتحدث معظم الوقت عن تفاصيل خاصة بالفيروس، و نسبة الاتجاه السلبي كانت منخفضة ، حيث يتم في بعض الأحيان فقط انتقاد من جانب مقدم البرنامج لسلوكيات بعض المواطنين فيما يتعلق بالتجمعات أو عدم الالتزام بارتداء الكمامة، أو كسر حظر التجوال وغيرها من السلوكيات السلبية.

* **الجدول رقم (14) يمثل فئة أبعاد المعالجة**

التكرارات والنسبة / أبعاد المعالجة	التكرار	النسبة المئوية
البعد الصحي	11	%26,19
البعد الاجتماعي	9	%21,43
البعد النفسي	6	%14,29
البعد الثقافي و التعليمي	5	%11,90
البعد الاقتصادي	2	%4,76
البعد الديني	9	%21,43
المجموع	**42**	**%100,00**

الشكل رقم (14) يمثل فئة أبعاد المعالجة



التعليق على الجدول:

يأتي البعد" الصحي "في مقدمة الأبعاد التي تم من خلالها تناول الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا بنسبة 26,19% ويليه مباشرة البعد الاجتماعي و الديني بنفس النسبة 21,43%، وجاء كلٌ من البعد" النفسي"، و" الثقافي التعليمي"، بنسب متقاربة، أما البعد" الاقتصادي "فقد جاء بنسبة ضئيلة بلغت 4,76%.

إن مجيء البعد الصحي في المرتبة الأولى نظرًا لأن أزمة وباء كورونا في الأساس أزمة صحية واجهت العالم كله وبالتالي تم معالجتها في إطار الوعي الصحي بالمرض وكيفية تجنب الإصابة بهذا الوباء، والأعراض المصاحبة للمرض.

ومن المنطقي أن يتم توظيف" الاجتماعي " في مقدمة أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا فالموضوع يتعلق بفيروس له خطورته على صحة الأفراد، إلى جانب ما يثيره من تداعيات اجتماعية مختلفة على العلاقات الاجتماعية، وما تتطلبه من تباعد اجتماعي، ومنع المناسبات الاجتماعية المختلفة، مما دفع الكثيرين لتبني مبادرة (خليك في البيت). والمطالبة الدائمة من قبل برنامج الدراسة بالتباعد الاجتماعي، ومنع المناسبات الاجتماعية المختلفة سواء الأفراح أو الجنازات، والتضحية بالعادات والتقاليد في سبيل الحفاظ على النفس؛ مما دفع مقدم برنامج لتكرار مقولة" إذا كانت حياتك هي ثمن العادات فلتبقى في البيت ولتذهب العادات إلى الجحيم"،" في زمن الأوبئة لا ولائم"، وغيرها من العبارات التي تدعو للتباعد الاجتماعي.

و توظيف البعد الديني ساهم في معالجة الأزمة لطبيعة المجتمع الجزائري المتدين بطبعه، والذي تم توظيفه في إطار دعم الفئات المتضررة من الأزمة فاستعان البرنامج بأحاديث نبوية و آيات قرآنية تحث على التعاون و تدعو إليه لحث المواطنين على التبرع و مساندة بعضهم البعض.

و تناول البرنامج محل الدراسة البعد النفسي و هذا باستضافته خبراء في مجال علم النفس لدراسة الأبعاد النفسية للأزمة و إعطاء حلول للأزمات النفسية الناتجة عن الحجر الصحي.

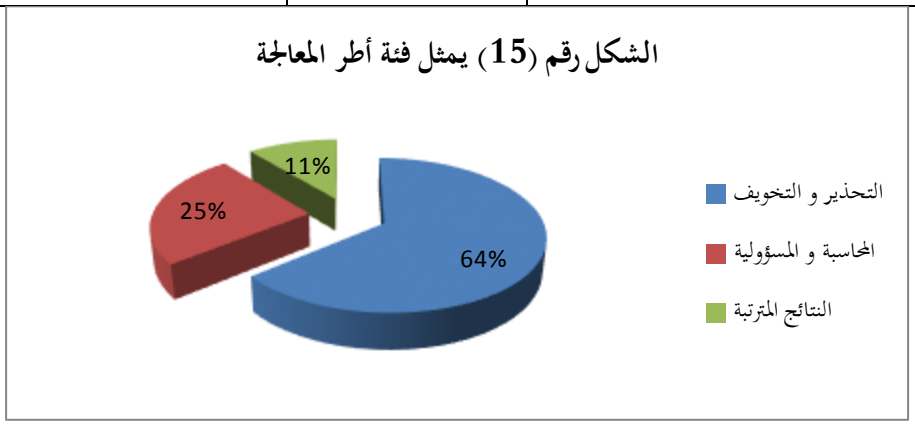
أما استخدام البعد" التثقيفي التعليمي "ما جاء في العديد من الحلقات من توضيح طرق نقل عدوى الفيروس عن طريق الرزاز سواء من الأنف أو الفم، والتصاقه بالأسطح لمده طويلة ليعيش 12 ساعة، ويتم القضاء على هذا الفيروس بالمطهرات والكحول، وتشابه أعراضه بفيروس الأنفلونزا ولكن بشكل أشد. أما عن تناول البرنامج البعد الاقتصادي و هذا لدراسة الآثار الناتجة عن الأزمة من تكدس الاقتصاد العالمي و تراجعه.

كما يرجع مجيء أكثر من بُعد نظرًا لمحاولة برنامج محل الدراسة أثناء تغطيته للموضوعات المختلفة المتعلقة بالأزمة تناولها من زوايا وأبعاد مختلفة، خاصة وأن أزمة وباء كورونا يرتبط بعدد من الأبعاد الاجتماعية والصحية والاقتصادية والنفسية والقانونية؛ ولذا لجأت هذه القنوات لتناول الموضوعات المرتبطة بالأزمة من زوايا مختلفة.

الجدول رقم (15) يمثل فئة أطر المعالجة

التكرارات والنسبة / أطر المعالجة	التكرار	النسبة المئوية
التحذير و التخويف	10	%45,45
المحاسبة و المسؤولية	5	%22,73
النتائج المترتبة	7	%31,82
المجموع	**22**	**100,00%**

الشكل رقم (15) يمثل فئة أطر المعالجة



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول (15) فئة أطر المعالجة المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا و يتبين من خلال ما سيق تصدر إطار " التحذير و التخويف" مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بنسبة 64%، يليه إطار المحاسبة و المسؤولية بنسبة 25%، من ثم إطار النتائج المترتبة بأقل نسبة بـ 11%.

جاء إطار" التحذير والتخويف "في المرتبة الأولى وذلك لتنبيه المواطنين وتحذيرهم من خطورة المرض، وأنه سريع الانتشار، وجاء التحذير الدائم للمواطنين من خطر التجمعات، وأن البقاء بالبيت أفضل وسيلة لحماية المواطن، ولا سبيل للنجاة سوى بالعزل المنزلي وعدم الخروج إلا للضرورة، أيضًا جاء إطار التحذير والتخويف ضمن موضوعات أخرى مثل نقص السلع وارتفاع الأسعار؛ حيث وجَّه مقدم برنامج كل يوم تحذيرًا للقطاع الخاص، والتجار الذين يتلاعبون بحياة المواطنين وخاصة فيما يتعلق بالسلع الأساسية والمستلزمات الطبية.

الجدول رقم (16) يمثل فئة أسلوب العرض

التكرارات والنسبة / أسلوب العرض	التكرار	النسبة المئوية
عرض مع تقديم الحلول	9	%69,23
عرض المشكلة فقط	4	%30,77
المجموع	**13**	**%100,00**

الشكل رقم (16) يمثل فئة أسلوب العرض

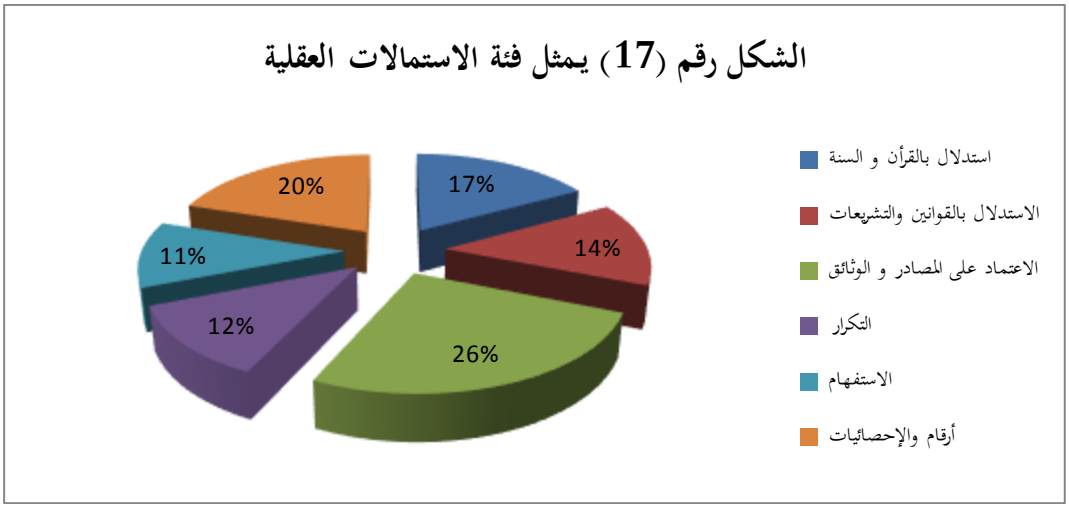
التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (16) فئة أسلوب العرض و الذي نعني فيه طريقة عرض الموضوعات في البرنامج محل الدراسة تصدرت فئة عرض مع تقديم الحلول الصدارة بنسبة بلغت 69,23%، لتأتي عرض المشكلة فقط في الأخير بنسبة 30,77%، ويرجع ذلك إلى أن هناك مواضيع تستلزم حل تطرق لها البرنامج و أعطى حلول لها من خلال الخبراء و الفاعلين الذي كان يستضيفهم البرنامج مثل مشكلة الملل في الحجر الصحي، مشكلة السلبية التي انتشرت بانتشار الفيروس، مشكلة التدريس في زمن كورونا، مشكلة كيفية دعم الفئات التي تضررت جراء الأزمة، و هناك موضوعات متعلقة بأزمة" كورونا "لا تعد من المشكلات، وإنما يكون الهدف منها إخباري، أو تفسيري، على سبيل المثال "الإجراءات الاحترازية "التي اتخذتها الدولة، و"أعداد المصابين والوفيات والمتعافين"، وكذلك الرد على"الشائعات".

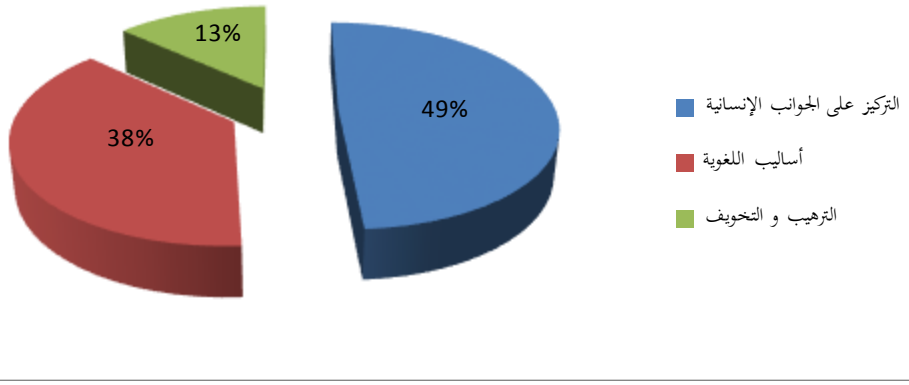
* **الجدول رقم (17) يمثل فئة أساليب إقناع**

التكرارات و النسبة / أساليب الإقناع		التكرار	النسبة المئوية
الاستمالات العقلية	الاستدلال بالقرآن و السنة	30	%17
	الاستدلال بالقوانين والتشريعات	25	%14
	الاعتماد على المصادر و الوثائق	45	%26
	التكرار	15	%11
	الاستفهام	20	%12
	أرقام والإحصائيات	35	%20
المجموع		**170**	**%100.00**
الاستمالات العاطفية	التركيز على الجوانب الإنسانية	70	%48،2
	أساليب اللغوية	55	%37،9
	الترهيب و التخويف	20	%13،9
المجموع		**145**	**%100.00**

الشكل رقم (17) يمثل فئة الاستمالات العقلية



الشكل رقم (18) يمثل فئة الاستمالات العاطفية



التعليق على الجدول:

يبين الجدول رقم (17) فئة الاستمالات الإقناعية التي يعتمدها البرنامج و التي تنقسم إلى استمالات عقلية و أخرى عاطفية كفئات رئيسية تتفرع إلى فئات فرعية ضمنها، حيث نلاحظ أن الصدارة كانت لفئة الاستمالات العقلية بنسبة 54% التي تنقسم إلى استمالات فرعية أولها كان لفئة الاعتماد على المصادر و الوثائق بأعلى نسبة قدرت بـ 26% و يعود اعتماد البرنامج على هذا النوع من استمالات إلى أهميتها البليغة في الإتيان بحقائق المعلومات و الابتعاد عن الزيف و قد تمثلت أهمها في وزارة الصحة و وكالة الأنباء و لجنة مكلفة برصد و متابعة أعداد المصابين و الوفيات إضافة إلى الشخصيات الفاعلة التي يستقي منها البرنامج معلوماته، تأتي بعدها استمالة "أرقام والإحصائيات "بنسبة 20%و يفسر هذا لاهتمام برنامجي الدراسة بتوضيح أعداد المصابين والوفيات يوميًا بالإضافة لبيان الاحتياطي الاستراتيجي من السلع الأساسية، وتوضيح مبادرات الأفراد ومؤسسات الدولة لدعم القطاعات المتضررة، وعدد المستفيدين من هذه المبادرات، وقد تم استخدامها في عدد من الموضوعات منها :نقص السلع وارتفاع الأسعار الإجراءات الاحترازية و دعم الأفراد والقطاعات المتضررة، يليها فئة "الاستدلال بالقرآن و السنة" بنسبة 17% و يعود ذلك من خلال الاعتماد على الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية و هذا لأهميتها في التأثير على المتلقي إضافة أن ديانة الدولة الجزائرية الإسلامية هي التي فرضت اعتماد هذا النوع من الاستمالات في طرح الأفكار مثل الحث على تعاون و تحريم شائعات تم استدلال عليهم من الدين الإسلامي لحث ناس على تبني مثل هذه السلوكيات، يلها فئة " الاستدلال بالقوانين والتشريعات" بنسبة 14% حيث الحديث عن أزمة صحية يستلزم الحديث عن القوانين التي وضعتها الدولة لمواجهتها ومن أمثلة القوانين والقرارات التي تم الاستشهاد بها :قانون الطوارئ وذلك ضمن معالجة الموضوعات المرتبطة بالإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدولة وما يتعلق بها، وأيضًا

قانون حماية المستهلك ، وقد تم استخدامه في عدد من الموضوعات منها نقص السلع وارتفاع الأسعار، ومن أمثلة القرارات التي تم الاستشهاد بها :قرارات رئيس الجمهورية بشأن الإجراءات الاحترازية و قرارات وزارة الاتصال.

يليها فئة " الاستفهام" بنسبة 12% و لجوء إلى الاستفهام فكانت حركة تبرز أن يهتم الجمهور بما يريد معرفته فالاستفهام دليل على أن البرنامج و كأنه يجيب على بعض الاستفسارات التي تدور في ذهن الجمهور حتى و لم تتح لها فرصة الطرح، يليها في الأخير استمالة " التكرار" بنسبة 11% حيث أن البرنامج عمد إلى التكرار في كل حلقات العينة من أجل ترسيخ الأفكار و المعلومات لدى الجمهور المستهدف.

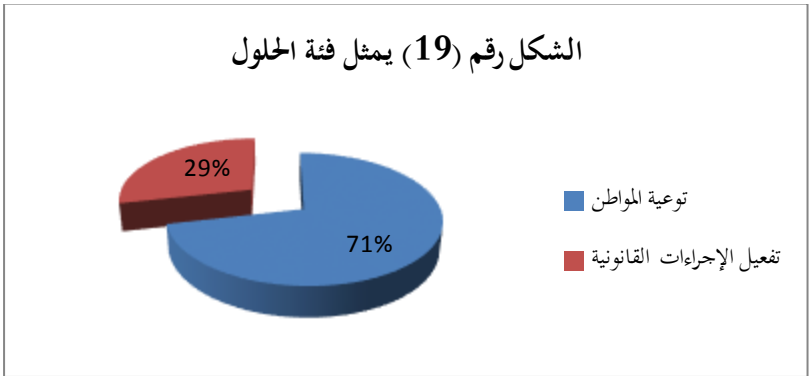
تأتي في المرتبة الثانية فئة الاستمالات العاطفية بنسبة 46 %من إجمالي النسبة المئوية الخاصة بالاستمالات الرئيسية تتفرع منها مجموعة استمالات فرعية هي الأخرى حيث جاءت في مقدمتها "التركيز على الجوانب الإنسانية" بنسبة 48،2% ومن أمثلة استخدام استمالة التركيز على الجوانب الإنسانية عرض فيديو من داخل المستشفى الجامعي ببنها يوضح جهود الأطباء في رفع الروح المعنوية للمصابين، تليها فئة " أساليب اللغوية" بنسبة 37،9% و هذا راجع لأهميتها في الإقناع و تبسيط المعلومات و تأثير المباشر على أفكار المتلقين.

و في الأخير فئة " الترهيب و التخويف" بنسبة13،9% ومن أمثلة استخدام استمالات الترهيب /التخويف، التحذير الدائم للمواطنين من خطر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، ومراعاة التباعد الاجتماعي، والتحذير من خرق قانون الحظر، ومن الانقياد وراء الشائعات.

* **الجدول رقم (18) يمثل فئة الحلول**

التكرارات والنسبة / فئة الحلول	التكرار	النسبة المئوية
توعية المواطن	25	%71,43
تفعيل الإجراءات القانونية	10	%28,57
المجموع	**35**	**%100,00**

الشكل رقم (19) يمثل فئة الحلول



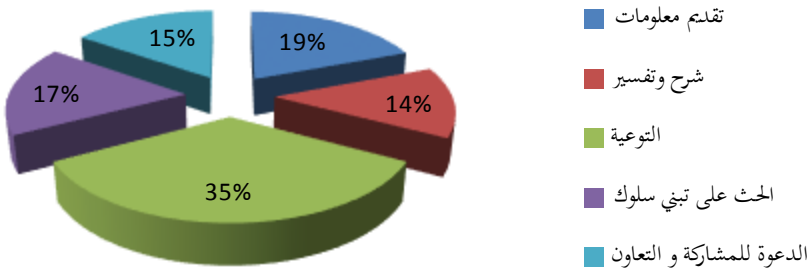
التعليق على الجدول:

يمثل الجدول رقم (18) فئة الحلول و جاءت " توعية المواطن" في المرتبة الأولى بنسبة 71,43%من حيث أبرز الحلول المقترحة للأزمة، ويرجع ذلك إلى أن أزمة كورونا بالأساس أزمة صحية، ومن ثم يكون من الضروري أن يتم توعية المواطنين من خلال تقديم إرشادات علاجية ووقائية لمواجهة الأزمة، والدعوة لإتباع كافة الإجراءات الاحترازية،و جاءت تفعيل الإجراءات القانونية في الترتيب الثاني بنسبة 28,57% كحل لمحاسبة غير الملتزمين و كذلك لإبراز تعاون القناة مع الدولة و مختلف الجهات.

* **الجدول رقم (19) يمثل فئة الأهداف**

التكرارات والنسبة / فئة الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
تقديم معلومات	10	%19,23
شرح وتفسير	7	%13,46
التوعية	18	%34,62
الحث على تبني سلوك	9	%17,31
الدعوة للمشاركة و التعاون	8	%15,38
المجموع	**52**	**%100,00**

الشكل رقم (20) يمثل فئة أهداف البرنامج



التعليق على الجدول:

يمثل الجدول فئة أهداف البرنامج حيث تصدرت " التوعية" المرتبة الأولى بنسبة 35%، يليها تقديم معلومات بنسبة 19 %،ثم الحث على تبني سلوك بنسبة 17%، و الدعوة للمشاركة و التعاون بنسبة 15%، و أخيرا شرح و التفسير بنسبة 13%.

الملاحظ من أرقام الجدول أن هدف التوعية هو الأكثر بروزا وهو هدف جد مهم في مثل هذه الظروف، فمهمة الوسيلة الإعلامية تتضمن القيام بتزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحية السليمة وتحقيق التوعية، فالإنسان لا يستطيع المحافظة على صحته، إذا لم يكن لديه الوعي الصحي اللازم لذلك،و كذلك جاء هذا الهدف في الصدارة بناء على توصيات سلطة السمعي البصري بالجزائر حيث حثت و دعت جميع القنوات التلفزيونية على توجيه برامجها نحو التحسيس والتوعية من قبل كل واحد، ومن قبل الجميع بخطورة الوضع واليقظة التي يجب التحلّي بها، دون الدخول في الهلع والرعب.

يليها تقديم المعلومات حيث حرص البرنامج في كل حلقة من حلقاته على تقديم المعلومات اللازمة من قبل الفاعلين و المختصين و خبراء الذين كان يستضيفهم البرنامج، و ثم " الحث على تبني سلوك" و هذا جاء في إطار دعوة البرنامج على تبني السلوكات الايجابية و الحث عليها من خلال تبيان أهميتها على التصدي للفيروس، و أما " الدعوة للمشاركة و التعاون" و هذا في إطار دعم الفئات المتضررة فكان الهدف من التطرق لهذا الموضوع هوا دعوة الجمهور لتتعاون على الصدقة و المشاركة في حمل التبرعات.

و عليه نستنتج أن هدف البرنامج ككل توعوي بالدرجة الأولى و هذا من أجل الارتقاء بالمستوى الصحي فكان البرنامج مسئول في توعية الجمهور.

ثـانيا: النتائج العامـــة لدراسة

بعد القراءة الكمية و الكيفية للبيانات محل الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي ندرجها فيما يلي:

أ. النتائج المتعلقة بشكل البرنامج

1. تقدر مدة بث البرنامج بحوالي أكثر من ساعة مراعاة لأهمية الموضوع.
2. يركز البرنامج على اللغة العربية الفصحى بدرجة كبيرة و هذا راجع لطبيعة الجمهور المستهدف و هو جمهور عربي.
3. اعتمد البرنامج على عدة قوالب فنية و قد كان اتصال بالهاتف و الفيديو في صدارتها تماشيا مع إجراءات التباعد الاجتماعي التي فرضها الفيروس.
4. يخصص البرنامج فترة زمنية كبيرة للمتدخلين فيه بمدة أكثر من خمس دقائق، و هذا يعني أن البرنامج يولي اهتماما بالغا بهم إذ يعتبرهم كمصدر للمعلومة و كأحد الاستمالات الإقناعية للتأثير في الجمهور المستهدف.
5. اعتمد البرنامج على البداية الافتتاحية الكلامية لأنه برنامج توعوي لا ترويجي.
6. اعتمد البرنامج في نهايته الختامية على نهاية الدعوة إلى الموقف لترسيخ المعلومات و التذكير بها و كذا لحث المشاهد على تبني مواقف إيجابية.

ب. النتائج المتعلقة بمضمون البرنامج

1. جاءت توجيهات و إرشادات في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا التي تناولها برنامج محل الدراسة.
2. اعتمد البرنامج على الفيديو بدرجة كبيرة في فئة عناصر الجذب لطبيعة التلفزيون الذي يجمع بين المادة المسموعة و المادة المرئية.
3. اعتمد البرنامج على مصادر متنوعة في الحصول على المعلومات لكن كانت تصريحات الشخصيات الفاعلة من أهم المصادر التي اعتمد عليها البرنامج في الحصول على المعلومات.
4. استهدف البرنامج كل شرائح المجتمع فقد كانت فئة الجمهور العام في الصدارة.
5. تتدخل في البرنامج مجموعة أطراف و كانت فئة العاملين في المجال الطبي في الصدارة، ما يعني أن البرنامج خصص جزءا منه لأطراف معينة تخدم موضوع البرنامج ليساهموا بمعلوماتهم ما يزيد من الإقناع و التأثير على الجمهور المستهدف.
6. الأحداث الوطنية تحتل نسبة كبيرة في فئة جغرافيا الحدث لبرنامج محل الدراسة.
7. كان الاتجاه الإيجابي هو الغالب على المضمون فيما يخص جهود الدولة و مستوى التوعية لدى الأفراد.

8. ركز البرنامج على البعد الصحي بدرجة كبيرة نظر لأن الأزمة صحية و تستلزم هذا الأمر.
9. إطار المعالجة الغالب في البرنامج هو التحذير و التخويف.
10. أسلوب عرض القضايا الغالب في البرنامج كان عرض مع تقديم الحلول، تطابقا لهدف البرنامج و هو التوعية.
11. اعتمد البرنامج في محاولة تأثيره على الجمهور المستهدف و إقناعه بالرسالة المتضمنة فيه على استمالات اقناعية عديدة تصنف إلى عقلية و عاطفية، و قد برز تركيزه أكثر على الاستمالات العقلية.
12. ركز البرنامج ضمن الاستمالات الإقناعية العقلية على الاعتماد على المصادر و الوثائق.
13. ركز البرنامج ضمن الاستمالات الإقناعية العاطفية على الاعتماد على التركيز على الجوانب الإنسانية بدرجة أكبر.
14. فئة الحلول التي دعى لها البرنامج ركزت على توعية المواطن أكثر منها اللجوء إلى تفعيل الإجراءات القانونية.
15. حاول البرنامج من خلال معلوماته، استمالاته، مصادره، و كل جزء فيه إلى تحقيق مجموعة أهداف سعى إليها تمثلت في التوعية حيث هدف البرنامج أن يعتمد على نشر التوعية أوساط المجتمع في مثل هذه الأوقات العصيبة، بعيدا عن التهويل و التهوين.

ثالثا: مناقشة النتائج

- **في ضوء فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:**

* استخدام وسائل الإعلام و تأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور و وسائل الإعلام.

تعتمد فكرة هذه النظرية على استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش بداخله، كما أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز و مكثف.

هذا ما يدل على أن برنامج " بيتك حياتك" له تأثير كبير على جمهوره و ذلك من خلال المواضيع الذي تطرق إليها في خضم انتشار جائحة كورونا و إرشاد متابعيه إلى الالتزام بالسلوك السليم للوقاية من الإصابة بالفيروس.

* حالات الاستقرار و الأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات و بالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.

فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتباره نظام فرعي من أجل فهم و إدراك فرعي أخر و هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الأفراد بما فيها عنصر استقاء الأخبار و التي تعتبر فيها وسائل الإعلام بما فيها القنوات التلفزيونية مصادر رئيسية يعتمد عليها الأفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث و الأزمات و التحولات خاصة في حالة عدم الاستقرار و الأزمات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، فالانتشار الواسع لفيروس كورونا جعل قناة النهار تخصص برنامج يركز على المواضيع الوقائية و الصحية و الأحداث التي ترى أهميتها للنظام الاجتماعي و الجمهور معا و بذلك أصبحت من المصادر التي يعتمد عليها الجمهور لإشباع حاجته.

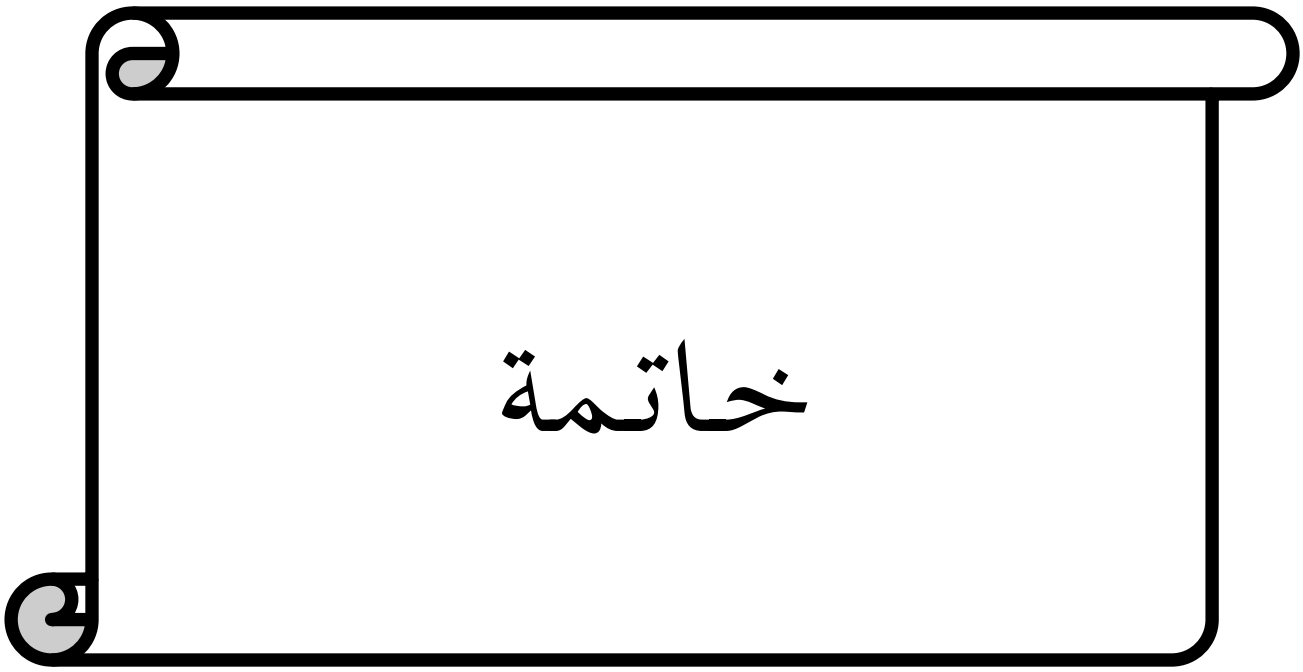
* اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي و الجمهور.

إن اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية باعتبارهم مصدر من مصادر تحقيق أهدافهم فا برنامج " بيتك حياتك " باعتباره رسميا دفع الجمهور إلى الاعتماد عليه من خلال الاستجابة لاحتياجاته خاصة في ظل الأزمة الصحية التي يعيشها العالم و ذلك بتكثيف طرق التوعية و الوقاية الصحية.

ثالثا: الاقتراحات و التوصيات

من خلال إجراء هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات و الاقتراحات فيما يتعلق بمعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا وقد تمثلت هذه التوصيات في:

* نظرًا لأن" أزمة فيروس كورونا "تعد من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الرأي العام المحلي والدولي وهو أحد المستجدات الطارئة على الساحة العالمية، ولا تزال تداعياته قائمة ومستمرة في العالم حتى وقتنا هذا وهو ما دفع وسائل الإعلام كافة لفرد مساحات واسعة من التغطية لهذه الأزمة، مما يستلزم ضرورة تكثيف الاهتمام الإعلامي، من خلال حملات وإعلانات للتوعية، مع ضرورة التنسيق بين كافة الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية لتقديم معالجة شاملة وفعالة للأزمة، وتوعية الجمهور بالمخاطر والسلوكيات الفعالة والإجراءات الاحترازية للحد من انتشار المرض.
* استمرار الإعلام في القيام بدوره في توعية وإرشاد الجمهور، وتحذير الجمهور من الاستهتار واللامبالاة، وأخذ الموضوع مأخذ الجد –خاصة وأن الأزمة مستمرة، وتشتد وتيرتها مع تزايد أعداد المصابين والوفيات، ومع أنباء عن بدء ظهور جيل رابع من الفيروس و هو فيروس " مو".
* ضرورة تكامل الجهود الإعلامية الحكومية والخاصة، وكذلك المؤسسات والأفراد ضمن رؤية عامة لحماية الوطن والمواطن.
* مزيد من تفاعل خبرات العاملين في المجال الإعلامي مع المتخصصين في مجال إدارة الأزمات؛ وذلك لخلق نموذج إعلامي متميز يساعد على التعامل بأسلوب علمي دقيق ومنهجية واضحة مع الأزمة إعلاميًا.


خاتمة

خاتـــــمة

لقد أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها، مما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها الأحداث و القضايا المختلفة حيث تعددت أدوات الإعلام وتنوعت، وأصبحت أكثر قدرة على الاستجابة مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الإعلامي الذي بات مفتوحا على كل الاحتمالات في ظل ما يشهده العالم من أحداث و خاصة الأزمات الصحية التي أصبحت شائعة و منتشرة بكثرة، و في هذا الصدد يقول الباحث الجزائري بلوفة بلحضري: ''تظهر قوة وسائل الإعلام على المجتمع والحكومات في زيادة حجم التأثير في الرأي العام والقرارات السياسية، فقد أضحت ذات أهمية في تسيير الأزمات، لا سيما أنّ المجتمع أصبح أكثر تفاعلا مع وسائل الإعلام للتطلّع على تفاصيل أكثر عن الأزمة وظروفها أيّا كان نوعها والواقع أنّ الأزمة تخلق جواً من الارتباك والذعر وحالة من الطوارئ، ويودّ المجتمع لو يتطلّع إلى ما استجدّ لمعرفة وفهم هذه التفاصيل''.

وانطلاقاً من هذا المفهوم المقتضب لإعلام الأزمة، شكّل وباء كورونا تحدياً أمام وسائل الإعلام الجزائرية، كونها غير مهيّأة للممارسة الإعلامية خلال الأزمات، ما عدا تجربتها خلال الأزمة الأمنيّة التي عاشتها الجزائر أثناء العشرية السوداء في تسعينيات القرن الماضي أما الأزمة الصحية التي أفرزها وباء كورونا بتداعياتها على مجالات متعددة، فهي حالة استثنائية يواجهها قطاع الإعلام.

و على غرار هذا قمنا ببحثنا لتعرف على الدور الذي لعبه الإعلام الجزائري في معالجته للأزمات الصحية من خلال الكشف عن ملامح التغطية الإعلامية لأزمة وباء كورونا في الجزائر، من خلال تحليل محتوى قناة النهار من بثها و تقديمها للبرنامج التوعوي " بيتك حياتك" حيث دلت دراستنا على وجود اتجاه ايجابي إلى حد كبير حول دور البرنامج في مجال التثقيف و التوعية الصحية، حيث عالج البرنامج الأزمة من مختلف جوانبها و ذلك منذ بداية تفشي الوباء، و حتى انحصاره محيطاً بمختلف التفاصيل ذات العلاقة بالموضوع، و لوحظ التزام البرنامج بالمراحل العلمية الثلاث لإدارة الأزمات إعلاميا، و هي: مرحلة نشر المعلومات/ مرحلة تفسير المعلومات/ المرحلة الوقائية و كما حرص من خلال البرنامج على تقديم أكبر قدر ممكن من المعارف و المعلومات و المستجدات حول الأزمة و كذا الاستشهاد بآراء أهل الاختصاص و المسئولين المعنيين و الشخصيات الرسمية ذات العلاقة بالموضوع.

قدم البرنامج محل الدراسة تشخيصا موضوعيا لأزمة كورونا في الجزائر، من خلال طرح متوازن تفادى منطق التهويل الإعلامي و المبالغة و التضليل، و تضارب الآراء، مع تقديم نظرة نقدية واعية حول الأزمة من خلال تأكيد على

ضرورة التزام مختلف الأطراف المعنية من وزارات و إدارات و مواطنين بالحد من وجود و انتشار هكذا أزمات صحية، و التحلي بروح المسؤولية المجتمعية من كافة الأطراف.

كما اتضح من خلال هذه الدراسة أن وسائل الإعلام بشكل عام أسهمت بحد كبير في نشر الوعي الصحي بطرق الوقاية من مرض كورونا، و فتحت المجال على نحو واسع لتبادل الآراء بين المختصين حول أفضل الطرق للوقاية منه و التعامل معه.

قائـمة المصادر و الـمراجع

قائـمة المصادر و الـمراجع

أولا: الكتب

أ. المعاجم اللغوية

1. حجاب محمد منير: **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004.
2. العامد أحمد: **المعجم العربي الأساسي**، د ب، المنظمة العربية للتربية و الثقافة، 2006.

ب. الكتب العربية

1. بدر أحمد:**أصول البحث العلمي ومناهجه**، دط، الكويت،وكالة المطبوعات، 1982.
2. بيير وديو: **التلفزيون وأليات التلاعب بالعقول**، ترجمة وتقديم درويش الحلوجي، ط1، دمشق ، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية،2004.
3. الباسط محمد الناصر: **الإعلام الفضائي و الهوية الثقافية**،د ط،الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية، 2012.
4. بن مرسلي أحمد: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال**، ط3، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
5. تواتي نور الدين: **الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ،2009.
6. جلال عبد الفتاح: **البث الاذاعي والتلفزيوني**، القاهرة، الهيئة المصرية، 1994.
7. رائد محمد عبد ربه،عكاشة محمد الصالح: **مدخل إلى السينما والتلفزيون**،الأردن، دار الجنادرية للنشر والتوزيع،2009.
8. الرفاعي أحمد حسين: **مناهج البحث العلمي**، تطبيقات إدارية واقتصادية، ط2، الأردن، دار وائل للنشر و التوزيع 2005.
9. ربحي مصطفى، عليان محمد عنيم: **أساليب البحث العلمي**، ط4، الأردن،دار الصفاء، 2010.
10. الزيادي طه أحمد وآخرون: **دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته**، ط1، الأردن، دار النفائس، 2006.
11. طعيمة أحمد رشدي ، **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية**، د ط ، دار الفكر العربي لنشر و التوزيع، مصر، 2004،ص71.

12. عبد الرحمن عواطف ، سالم نادية ، عبد المجيد ليلى ، **تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، د ط، دار الفكر العربي لنشر و التوزيع، مصر، 1983.

13. عدلي العبد عاطف، عزمي أحمد زكي: **الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام**، ط1، مصر، دار الفكر العربي،1993.

14. عبد النبي سليم: **الإعلام التلفزيوني**، د ط،الأردن، دار الأسامة لنشر و التوزيع.

15. عبد المجيد إبراهيم مروان: **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط 1، عمان، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع،2000.

16. العيادي المنصف ، محمد عبد الكافي: **القنوات التلفزيونية المتخصصة**، تونس، سلسلة البحوث والدراسات الإذاعية، 2006.

10. القاضي دلال، البياني محمود: **منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS** ،ط1، عمان،الأردن، دار الحامد، 2008.

11. مصباح عامر: **منهجية البحث في العلوم السياسة و الإعلام**، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

ثانيا: المجلات

1. بوحزام نوال ، نعيمي مليكة: **الفضائيات الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي**، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، 2014.

2. بخوش صبيحة: **تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية الحزبية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة الجزائر، العدد 23، 2015.

3. سايل سعيد ، **فيروس كورونا وبوادر ظهور نظام عالمي جديد متعدد الأقطاب**، مجلة الرائد في الدراسات السياسية، جامعة الجزائر 3، المجلد02، العدد3، نوفمبر2020.

4. عبد العزيز بتول رشيدة ، علي مراد فاتن: **المعالجة الصحفية لقضايا البيئة الاقتصادية** في الصحافة العراقية دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجا، مجلة كلية الأدب، العدد 99.

5. علي العبسي و حمزة تجانية: **تداعيات فيروس كورونا** (كوفيد 19) ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 20، سبتمبر 2020.

6. عبده المعبي جيهان سعده: **أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورون**ا،مجلة البحوث العلمية، جامعة الأزهر، العدد54، جويلية2020.

7. لوكال مريم: **مكافحة منظمة الصحة العالمية للطوارئ الصحية العابرة للقارات** – فيروس كورونا نموذجا – ، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة بومرداس، المجلد 11، العدد 02، سبتمبر2020.

8. مراح سعيد ، قارش محمد: **الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات**: مقال علمي منشور في مجلة الحقيقة، العدد39، 2017م.

9. محمدي خيرة: **الإعلام الصحي وإدارة أزمة كرونا كوفيد** 19 – في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، المجلد02، العدد03، 2020م.

10. نعيمي مليكة ،بوحزام أمال: **القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي**، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، الوادي، الجزائر، العدد 6، أفريل، 2014.

11. وهيبة بلحاجي: **تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر بعد 2014**، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، المجلد 9، العدد1، 2016.

ثالثا: الرسائل والأطروحات

أ. أطروحات الدكتوراه

1. مراح سعيد: **أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة** دراسة وصفية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين – جمهور قناة النهار – tv، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، 2016-2017.

2. نشوة سليمان محمد: **المعالجة التلفزيونية للقضايا البرلمانية**، أطروحة دكتورا، جامعة القاهرة، 2006.

ب. رسائل ماجيستر

1. باريان أحمد ريان ، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة** السعودية بمدينة الرياض،دراسة ميدانية ، رسالة ماجيستر ، قسم الإعلام ، جامعة الملك سعود ،1425 .

2. بالعمري رمضان: **القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح**، مذكرة ماجستير،تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012/2011.

3. شيباني ايدير: **رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية** الخاصة لرئيسيات 17 أفريل 2014 دراسة مسيحية لأراء الصحفيين بالقنوات الجزائرية، رسالة ماجيستر، جامعة الجزائر، 2016.

4. طرابلسي أمنية: **إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009.2010.

5. طبشوش نسيمة: **القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب** دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع إعلامي، جامعة باتنة، 2008_2007.

6. عاشور هناء: **القنوات الفضائية الإخبارية ودورها في تدعيم حرية التعبير** –قناة النهار نموذج–، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015.

7. قوراري صونيا: **اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام واتصال،جامعة بسكرة،2011.

ج. رسائل ماستر

1. بالعامل حسيبة ، بوستة ثورية : **واقع الإعلام السمعي البصري في الجزائر بين النصوص القانونية والممارسة العلمية** دراسة وصفية تحليلية ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي،تخصص إذاعة وتلفزيون،جامعة قاصدي ورقلة،2016/2017.

2. بره بشرى: **أخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الأساتذة الجامعين** والصحفيين،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة الوادي،2019/2018.

3. رزيق سامية: **البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة** (برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجا)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة العربي تبسي، تبسة، 2016/2015.

4. سهام قواسمي: **تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري** دراسة وصفية تحليلية لبرنامج weekend على قناة جزائرية خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014 إلى مارس 2015، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة بسكرة ،2014–2015.

5. شكيرد أمنة ، فاطمة عطوب: **اتجاهات الطلبة نحو صورة اللغة العربية الفصحى في الفضائيات الجزائرية الخاصة**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، قسم اتصال وعلاقات عامة، 2018/2017.

6. غريب سارة: **دور الفضائيات الجزائرية الخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو جرائم اختطاف الأطفال** دراسة مسحية على عينة من الأولياء بمدينة سيدي خالد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة بسكرة، 2017_2018.

7. قاسي علاء ، زويدي إيمان ، بوعاتي إدريس: **صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها** دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي – قناة النهار نموذج- ، 1954، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قالمة،2017/2016.

د. ورقة بحثية

1. كبور فاطمة ، بوخاري مليكة: **النشرات الإخبارية في القنوات الخاصة** دراسة وصفية تحليلية لنشرات الجزائرية t.v والنهار tv والتلفزيون العمومي، دراسة منشورة سنة 2012.

رابعا: المواقع الإلكترونية

1. إحصائيات انتشار فيروس كورونا في العالم، في https://www.sis.gov.eg، تم اطلاع عليه في (2021/06/20).

2. دليو فضيل ، **معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية**، في **https://badislounis.blogspot.com/**، تم اطلاع عليه في (2021/06/03).

3. عبد الحميد توفيق: الإعلام وكورونا تحفيز الوعي سبل النجاة، في https://al-ain.com، تم اطلاع عليه في (2021/06/29).

4. عبود طارق: دور شبكات التواصل في جائحة كورونا، مقال متاح على https://eipss-eg.org/ ، تم اطلاع عليه في (2021/07/01).

5. قناة النهار الجزائر، من ويكيبيديا الموسوعة الحرة، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/07/07.

6. المعاني: تعريف ومعنى فيروس في معجم المعاني الجامع، في https://www.almaany.com/، (2021/04/26)

7. من ويكيبديا، الموسوعة الحرة ، جائحة فيروس كورونا، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في (2021/06/08)

8. من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة: مرض فيروس كورونا، مقال متاح على https://ar.wikipedia.org/wiki، تم اطلاع عليه في (2021/06/07).

9. الميادين نت: استجابة وسائل الإعلام للوباء المعلوماتي، في https://www.almayadeen.net/، تم اطلاع عليه في (2021/07/01).

10. نادية نشار: المعالجة الإعلامية، في https://kenanaonline.com/ (2021/04/22)

11. نقلا عن موقع http://www.elbilad.net تم اطلاع عليه في 2021/06/03

12. الهاشمي عذاب العزيز ، مستقبل الاقتصاد العالمي في ظل وباء كورونا، في https://www.almayadeen.net/، تم اطلاع عليه في (2021/06/10).

13. ويكيبديا الموسوعة الحرة، الشروق تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki/ تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

14. ويكيبديا، الجزائرية وان، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

15. ويكيبديا، بور تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki، تم طلاع عليه في 2021/06/03.

16. ويكيبديا، دزاير تي في ، في https://ar.wikipedia.org/wiki/، تم اطلاع عليه في 2021/06/03.

الملاحق

قائمة الملاحـق

الملحق رقم (1) استمارة تحليل المضمون

الملحق رقم (2) دليل استمارة تحليل المضمون

الملحق رقم (3) التعريفات الإجرائية لفئات التحليل وعناصرها

هذا الدليل أعد في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة للعام الدراسي 2021.2020، من خلال دراسة بعنوان " المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة. قناة النهار نموذجا دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج " بيتك حياتك "، معتمدين في ذلك على أسلوب تحليل المضمون كأداة لتحليل عينة الدراسة التي قمنا باختيارها بطريقة عشوائية منتظمة من مجتمع البحث المتكون من جميع حلقات البرنامج الذي بث في الفترة الممتدة من 24 مارس 2020 إلى 24 أفريل 2020، أما عينة الدراسة ووفقا لطريقة اختيار العدد الأول و ترك مسافة انتظام عددين ثم اختيار العدد الموالي و هكذا تم في الأخير الحصول على 11 عدد من برنامج. والاعتماد على وحدة الموضوع ووحدة الزمن كوحدات للتحليل.

نعرض فيما يلي التعريفات الإجرائية للفئات وعناصرها و قد تم الاعتماد على فئات الشكل و فئات الموضوع، والجدير بالذكر أن الفئات حددت بعد قراءات عديدة للعينة محل الدراسة فالرجاء منكم:

قراءة التعريفات الإجرائية قراءة شاملة، وكذا عناصرها.

- ✓ وضع علامة 0 أمام التعريفات التي ترون أنها مقبولة وملائمة.
- ✓ في حالة وجود أي تعريف في الدليل غير مقبول فالرجاء وضع علامة (X) أمامه.
- ✓ في حالة وجود تعريف يجب أن يعدل فالرجاء وضع علامة (Z) أمامه.
- ✓ إذا كانت هناك إضافات ترونها ضرورية فالرجاء تدوينها.

شكرا

الطالبة بوشريقن أمينة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج

ولاية البويرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم التاريخ

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

رقم التسجيل:

السنة الثانية ماستر

استمارة تحليل المضمون بعنوان:

المعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار فيروس كورونا COVID19 في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

قناة النهار نموذجا – دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج " بيتك حياتك " .

من إعداد الطالبة:

- بوشريقن أمينة

تحت إشراف الأستاذة:

- اخلف كنزة

السنة الجامعية: **2020 _ 2021**

الملحق رقم (1) استمارة تحليل المضمون

المحور الأول: البيانات الخاصة بالعينة محل الدراسة:

1) اسم البرنامج 1

2) تاريخ بث الحلقة 2 3 4

المحور الثاني: البيانات الكمية الخاصة بفئات التحليل وعناصرها

أولا: فئات الشكل

3) فئة مدة بث البرنامج 5 6 7

4) فئة القوالب الإعلامية المستخدمة 8 9 10 11

5) فئة طبيعة اللغة المستخدمة 12 13 14

6) فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين 15 16 17

7) فئة البداية الافتتاحية 18 19

8) فئة النهاية الختامية 20 21 22

ثانيا: فئات المضمون

9) فئة الموضوع 23 24 25 26 27 28 29

10) فئة عناصر الجذب 30 31 32 33 34

11) فئة مصادر المعلومات 35 36 37

12) فئة الجمهور المستهدف 38 39

13) فئة المتدخلين في البرنامج 40 41 42 43 44

14) فئة جغرافيا الحدث 45 46

15) فئة اتجاه معالجة 47 48 49

16) فئة أبعاد المعالجة 50 51 52 53 54 56

17) فئة أطر المعالجة 57 58 59

18) فئة أسلوب العرض 60 61

19) فئة الاستمالات الإقناعية

62 أ ب ج د هـ

63 أ ب ج

20) فئة الحلول 64 65

21) فئة الأهداف 66 67 68 69 70

الملحق رقم (2) دليل استمارة تحليل المضمون

أولا: بيانات خاصة بالبرنامج محل الدراسة

1. المربعات المرقمة بـ 1 هي اسم البرنامج التلفزيوني " بيتك حياتك ".
2. المربعات المرقمة بـ 2، 3، 4، فتدل على يوم، شهر، سنة على التوالي.

ثانيا: بيانات كمية خاصة بفئات الشكل وعناصرها

1) فئات الشكل

1. المربعات المرقمة بـ: 5،6،7 فتدل على مدة بث البرنامج وهي: ساعة ،أكثر من ساعة ،أقل من ساعة.
2. المربعات المرقمة بـ8،9،10،11 فتدل على فئة طبيعة اللغة المستخدمة وهي: اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، مزيج لغوي.
3. المربعات المرقمة بـ 12،13،14 فتدل على فئة القوالب الفنية المستخدمة وهي: تقرير ،ريبورتاج ،اتصال هاتفي / بالفيديو، حديث مباشر.
4. المربعات المرقمة بـ15،16،17 فتدل على فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين وهي: خمس دقائق، أكثر من خمس دقائق، أقل من خمس دقائق.
5. المربعات المرقمة بـ18،19 فتدل على فئة البداية الافتتاحية وهي: بداية تصويرية ،بداية كلامية.
6. المربعات المرقمة بـ20،21،22 فتدل على فئة النهاية الختامية نهاية مباشرة، نهاية تصويرية، نهاية الدعوة إلى موقف.

2) فئات المضمون

1. المربعات المرقمة بـ 23،24،25،26،27،28،29 فتدل على فئة الموضوع وهي: توجيهات و إرشادات،عرض لأسباب ونتائج الأزمة، عرض للإجراءات الاحترازية، دعم الطاقم الطبي، أعداد المصابين و الوفيات، دعم الفئات المتضررة، تفنيد شائعات.

2. المربعات المرقمة بـ 30، 31، 32، 33، 34 فتدل على فئة عناصر الجذب وهي: فيديو،صور موضوعية،رسوم توضيحية و جرافيك، تسجيلات صوتية، عناوين مكتوبة.
3. المربعات المرقمة بـ 36،35،37 فتدل على فئة مصادر المعلومات وهبي: مصادر رسمية، ضيوف البرنامج، التغطية الإعلامية.
4. المربعات المرقمة بـ 39،38 فتدل على فئة الجمهور المستهدف وهي: جمهور عام ،جمهور خاص.
5. المربعات المرقمة بـ 44،43،42،41،40 فتدل على فئة المتدخلين في البرنامج وهي: عاملين في المجال الطبي مواطنون، مسئول، خبراء، رجال الدين.
6. المربعات المرقمة بـ ،46،45 فتدل على فئة جغرافيا الحدث وهي: وطني ، دولي.
7. المربعات المرقمة بـ 49،48،47 فتدل على فئة اتجاه معالجة ايجابي، سلبي، محايد.
8. المربعات المرقمة بـ 56،55،54،53،52،51،50فتدل على فئة أبعاد المعالجة البعد الصحي، البعد الاجتماعي،البعد النفسي، البعد الثقافي و التعليمي، البعد الاقتصادي ،البعد الديني.
9. المربعات المرقمة بـ ،59،58،57 فتدل على فئة أطر المعالجة وهي: التحذير و التخويف، المحاسبة و المسؤولية، النتائج المترتبة.
10. المربعات المرقمة بـ 61،60 فتدل على فئة أسلوب العرض وهي: عرض مع تقديم الحلول، عرض المشكلة فقط.
11. المربعات المرقمة بـ ،،63،62 فتدل على فئة أساليب إقناع وهي: أدلة أدلة منطقية /عقلانية، استمالات نفسية/ عاطفية.

- المربع 62 الدوائر المرتبة بـ (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) تمثل: الاستدلال بالقرآن و السنة، الاستدلال بالقوانين والتشريعات، الاعتماد على المصادر و الوثائق، التكرار، الاستفهام، أرقام والإحصائيات.
- المربع 63 الدوائر المرتبة بـ (أ) (ب) (ج) تمثل: التركيز على الجوانب الإنسانية، أساليب اللغوية، الترهيب و التخويف.

12. المربعات المرقمة بـ 64،65 فتدل على فئة الحلول وهي: توعية المواطن، تفعيل الإجراءات القانونية.
13. المربعات المرقمة بـ 70،69،68،67،66فتدل على فئة الأهداف وهي: تقديم معلومات، شرح وتفسير، التوعية، الحث على تبني سلوك ، الدعوة للمشاركة و التعاون.

الملحق رقم (3) التعريفات الإجرائية لفئات التحليل وعناصرها

أولا: فئات الشكل

1. **فئة مدة بث البرنامج:** ويقصد بها الفترة الزمنية التي يعرض فيها البرنامج، أي مدة زمن الحلقة من البرنامج وتتراوح مدة بثه من ساعة إلى ساعة و ربع.
2. **فئة طبيعة اللغة المستخدمة:** وهي اللغة الأكثر استخداما من طاقم العمل من مقدمين و ضيوف البرنامج و تتمثل في اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، مزيج لغوي.
3. **فئة القوالب الإعلامية المستخدمة:** نقصد بها القوالب الفنية الصحفية التي يستخدمها القائمون على البرنامج من أجل إثراء الموضوع المتناول، وحيث تم الاعتماد على:

* روبورتاج: هو نوع صحفي يقوم بنقل الأحداث والوقائع، يقدم فيه الصحفي معلومات مباشرة، فيقوم بدور المشاهد المشارك في الحدث، فهو يقدم السياق الواقعي للحياة خارج الأوستديو.
* اتصال هاتفي / بالفيديو: هي عملية اتصال التي تحدث في البرنامج بين مقدم البرنامج والضيوف عن طريق مكالمة هاتفية، أو مكالمة فيديو عن طريق سكايب.
* حديث مباشر: وهو الحديث القائم داخل الأستوديو.

4. **فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين:** وهي المدة الزمنية للضيوف الفاعلين في البرنامج و تراوحت ما بين خمس دقائق وأكثر.
5. **فئة البداية الافتتاحية:** ويقصد بها الطريقة التي استهل بها المقدم برنامجه، وهي:

* بداية تصويرية: هي أن يبدأ بث البرنامج بتصوير لمختلف الأحداث أو مناطق محل اهتمام البرنامج.
* بداية كلامية: هي أن يبدأ بث البرنامج بمقدمة يلقيها مقدم البرنامج.

6. **فئة النهاية الختامية:** ويقصد بها الطريقة التي تم من خلالها ختم البرنامج، وتنقسم إلى:

* نهاية مباشرة: تعني أن ينتهي البرنامج دون خاتمة.
* نهاية تصويرية: هي أن يختم البرنامج بصور لمختلف مظاهر الحجر الصحي في البلاد.
* نهاية الدعوة إلى موقف: هي نهاية يدعو فيها مقدم البرنامج الجمهور المستهدف بالقيام بسلوك معين.

ثانيا: فئات المضمون

1. **فئة الموضوع:** ويقصد بها مجمل المواضيع المطروحة في البرنامج والمتعلقة بانتشار فيروس كورونا.

* توجيهات و إرشادات: تقديم إرشادات صحية وتوجيهات في إطار سلامة.
* عرض لأسباب ونتائج الأزمة: أسباب انتشار الفيروس و تفاقم الوضع الناتج عنه.
* عرض للإجراءات الاحترازية: تعرض حلول وقائية للحد من انتشار جائحة.
* دعم الطاقم الطبي : مساعدة و تشجيع جهود الطبية في مكافحة الفيروس.
* أعداد المصابين و الوفيات: عرض لأعداد إصابات بالفيروس.
* دعم الفئات المتضررة: تقديم مساعدة للأشخاص متضررين من الجائحة.
* تفنيد شائعات: تكذيب معلومات خاطئة التي تنشر عن الفيروس.

2. **فئة عناصر الجذب:** عناصر الجذب المستخدمة في مواضيع متعلقة بالفيروس.

* فيديو: عبارة عن فيلم قصير توضيحي تعريفي للأوضاع المتعلقة بانتشار فيروس.
* صور موضوعية: هي صور التي تجسد موضوعا ويعبر عنه في وقت حدوثه.
* رسوم توضيحية و جرافيك: هو أداة فنية تظهر في شكل رسم أو تصوير فني يكون الغرض منه التوضيح.
* تسجيلات صوتية: هي رسالة تعليمية مسجلة على أسطوانات ليزر لتحقيق أهداف تعليمية محددة.
* عناوين مكتوبة: عبارة لغوية مكتوبة تفضي إلى معنى وتلخص الموضوع المراد توضيحه.

3. **فئة مصادر المعلومات:** مصادر البرنامج في الحصول على المعلومات و تنقسم إلى:

* مصادر رسمية: كل معلومات متحصل عليها من مصالح حكومية ومراكز البحوث.
* التغطية الإعلامية: وتتمثل في التغطيات الإعلامية التي أعدها البرنامج عن الظاهرة.
* ضيوف البرنامج: و هي الشخصيات التي يستضيفها البرنامج.

4. **فئة الجمهور المستهدف:** ويقصد بها إلى من يوجه البرنامج، وتنقسم إلى:

* جمهور عام: كافة المشاهدين دون استثناء.
* جمهور خاص: فئة معينة يقصدها البرنامج في توجيه رسالته.

5. **فئة المتدخلين في البرنامج:** نقصد بها مجموعة الأفراد المحركين للمواضيع والمشاركين وتنقسم إلى:

* عاملين في المجال الطبي: كل عاملين في مجال الصحة و الطب.
* مواطنون: وهو الشخص العادي من عامة الشعب.
* مسؤول: عامل في جهة حكومية.
* خبراء: أشخاص معترفين بهم كمصدر للخبرة في فرع من فروع معرفة.

* رجال الدين: أشخاص يعملون في المجال الديني من أئمة، فقهاء، مفسرين.

فئة جغرافيا الحدث : هي الفئة التي تكشف عن الإطار المكاني للقضايا وهي:

* وطنية: وتعني داخل الحدود الوطنية الجزائرية.
* دولي: وتعني خارج الحدود الوطنية الجزائرية.

6. **فئة اتجاه معالجة:** وهي موقف البرنامج إزاء المواضيع المطروحة المتعلقة بانتشار فيروس.

* ايجابي: نقصد به تأييد القائمين على البرنامج بعض المواضيع.
* سلبي: نقصد به معارضة بعض المواضيع بالسلب.
* محايد: نقصد به عدم الانحياز لأي طرق في معالجة المواضيع.

7. **فئة أبعاد المعالجة:** ويقصد بها الأبعاد المختلفة التي يعكسها البرنامج و هي:

* البعد الصحي: تطرق و التحدث عن مواضيع صحية.
* البعد الاجتماعي: تطرق إلى مواضيع اجتماعية.
* البعد النفسي: تكون غاية فيه من طرح موضوع إلمام بالجانب للمشاهد.
* البعد الثقافي و التعليمي: تكون غاية فيه من طرح موضوع تعليمية و تفسيرية تحليلية.
* البعد الاقتصادي: تطرح للمواضيع الاقتصادية.
* البعد الديني: القيم المتعلقة بالدين الإسلامي.

8. **فئة أطر المعالجة:** إطار المعالجة التي اتبعها البرنامج و تتفرع إلى:

* التحذير و التخويف: بعرض جل الأزمات التي نتجت عن تفشي الفيروس.
* المحاسبة و المسؤولية: محاسبة المخالفين لإجراءات الاحترازية.
* النتائج المترتبة: حصيلة نهائية الناتجة عن مخالفة تدابير الوقاية.

9. **فئة أسلوب العرض:** طريقة عرض وطرح الموضوعات في البرنامج.

* عرض مع تقديم الحلول: شرح و تفسير المشكلة مع تقديم حلول لازمة لها.
* عرض المشكلة فقط: وصف المشكلة الواقعة دون عرض حلول لها.

10. فئة أساليب إقناع: يقصد بها مجموعة الطرق التي يستطيع البرنامج من خلالها، إقناع الجمهور برسالته و تنقسم إلى:

* **عقلية:** التي تخاطب العقل و تركز على المنطق بأدلة علمية عقلية و تضم:

- الاستدلال بالقرآن و السنة: و تعني الآيات القرآنية و الأحاديث و السنة النبوية الشريفة.
- الاستدلال بالقوانين والتشريعات: القوانين التي تسير وفقها المنطقة.
- الاعتماد على المصادر و الوثائق: و تعني وكالة الأنباء و جهات متخصصة.
- التكرار: إعادة صياغة المعلومات إما بنفس الطريقة أو بطريقة أخرى لزيادة الفهم و الإقناع.
- الاستفهام: طرح التساؤلات المختلفة أثناء الحديث ما يصحبه إعمال العقل و هي طريقة اقناعية فعالة للإقناع.
- أرقام والإحصائيات: الإحصاء هو العلم المعني بتطوير ودراسة طرق جمع وتحليل وتفسير وعرض البيانات التجريبية

* **عاطفية**: التي تخاطب العاطفة و تلامس عاطفة المستهدف و مشاعره، و تضم:

- التركيز على الجوانب الإنسانية: عرض قضايا انسانية.
- أساليب اللغوية: استخدام الأساليب الإنشائية في الكلام.
- الترهيب و التخويف: هو سلوك متعمد من شأنه أن "يسبب لشخص ذو حساسية عادية" حالة خوف من الإصابة أو الأذى.

11. فئة الحلول: و نقصد بها الحلول التي طرحها البرنامج لمواجهة الفيروس

* توعية المواطن: وهي حث المواطنين بسلوكيات مفادها وقف و تصدي لانتشار فيروس.
* تفعيل الإجراءات القانونية: و هي دعوة من مقدم برنامج و ضيوفه لتفعيل تطبيق القانون ضد أفراد المجتمع لإرغامهم على الحجر الصحي.

12. فئة الأهداف: وهي الغاية التي يسعى طاقم إعداد البرنامج تحقيقها وتنقسم إلى:

* تقديم معلومات: وهي إعطاء الحقائق الواجب معرفتها عن طرق انتشار الفيروس و كل ما يخص المرض.
* شرح وتفسير: بمعنى وصف و توضيح للحقائق.
* التوعية: و هي إعلامهم بمخاطر الفيروس وتقديم الحول الوقائية لتجنب الإصابة به و حماية المجتمع.
* الحث على تبني سلوك: وتعني دفع الجمهور المشاهد لتبني سلوك معين.
* الدعوة للمشاركة و التعاون: حث الجميع على تبني سلوكات واعية لتفادي انتشار المرض.

فهرس المحتويات

فــهرس المــحتويات

شكر وتقدير.....-

إهداء.....-

ملخصات الدراسة.....-

مقدمة.....أ – ب

الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.....ص17

2. أهمية الدراسة.....ص18

3. أهداف الدراسة.....ص19

4. أسباب اختيار موضوع الدراسة.....ص19

5. نوع الدراسة ومنهجها.....ص20

6. مجتمع البحث و عينة الدراسة.....ص21

7. أدوات الدراسة.....ص23

8. الدراسات السابقة.....ص28

9. المقاربة النظرية للدراسة.....ص31

تحديد مفاهيم الدراسة.....ص33

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: الإعلام وجائحة فيروس كورونا.....-

تمهيد.....ص38

المبحث الأول: جائحة فيروس كورونا.....-

أولا: تعريف مرض فيروس كورونا.....ص39

أ_ الأعراض.....ص39
ب_ طرق الانتشار.....ص40
ثانيا: أسباب إعلان الفيروس جائحة دولية.....ص40
ثالثا: انتشار فيروس كورونا حول العالم.....ص41
أ_في العالم.....ص41
ب_ في الجزائر.....ص42
رابعا: تداعيات جائحة فيروس كورونا.....ص42
أ_ التداعيات الاقتصادية.....ص42
ب _التداعيات السياسية والقانونية.....ص43
ج _ التداعيات الاجتماعية والإنسانية.....ص43
المبحث الثاني: دور الإعلام في مواجهة وباء كورونا.....-
أولا: أساليب وسائل الإعلام للحد من ظاهرة انتشار فيروس كورونا.....ص45
أ_ القنوات التلفزيونية.....ص45
ب_ وسائل التواصل الاجتماعي.....ص46
ثانيا: علاقة وسائل الإعلام بإستراتجية إدارة جائحة كورونا.....ص47
ثالثا: أهمية الإعلام في ظل انتشار جائحة كورونا.....ص48
خلاصة الفصل.....ص50
الفصل الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة.....-
تمهيد ص52
المبحث الأول: الفضائيات التلفزيونية.....-
أولا: نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها.....ص53
ثانيا: أنواع الفضائيات التلفزيونية.....ص55
أ_ من حيث الملكية.....ص55
ب_ من حيث الإنتاج.....ص55
ج_ من حيث المضمون.....ص56

ثالثا: وظائف الفضائيات التلفزيونية.....ص56
رابعا: أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع.....ص57
المبحث الثاني: القنوات الجزائرية الخاصة.....-
أولا: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري بالجزائر.....ص58
أ_ المرحلة الأولى ص58
ب_ المرحلة الثانية.....ص59
ج_ المرحلة الثالثة.....ص59
د_ المرحلة الرابعة ص59
هـ_ المرحلة الخامسة.....ص61
ثانيا: نشأة القنوات الجزائرية الخاصة.....ص62
ثالثا: أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة.....ص64
رابعا: التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة.....ص66
التحديات المهنية ص66
التحديات إدارية وقضائية.....ص66
التحديات السياسية ص67
التحديات المالية والاقتصادية.....ص67
خلاصة الفصل.....ص69.

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد .....ص72.
المبحث الأول: مدخل تعريفي لبرنامج " بيتك حياتك".....-
أولا: بطاقة تقنية لنهار Tv .....ص73.
ثانيا: تعريف إجرائي لبرنامج بيتك حياتك.....ص74.
المبحث الثاني: تحليل بيانات دراسة و نتائجها.....-
أولا: عرض البيانات و تحليلها كميا و كيفيا.....ص75

ثانيا: النتائج العامة لدراسة.....ص101.
أ_ من حيث الشكل.....ص101.
ب_ من حيث المضمون.....ص101
ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة.....ص102
الاقتراحات و التوصيات.....ص104.
خاتمة.....ص106
قائمة المصادر والمراجع.....ص109.
الملاحق.....ص116.
فهرس المحتويات.....ص127.
فهرس الجداول.....ص132.
فهرس الأشكال.....ص135.

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين أعداد عينة محل الدراسة	ص20
02	يبين فئة مدة بث البرنامج	ص75
03	يبين فئة طبيعة اللغة المستخدمة	ص77
04	يبين فئة القوالب الإعلامية المستخدمة	ص76
05	يبين فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين	ص79
06	يبين فئة البداية الافتتاحية	ص80
07	يبين فئة النهاية الختامية	ص81
08	يبين فئة الموضوع	ص82
09	يبين فئة عناصر الجذب	ص84
10	يبين فئة مصادر المعلومات	ص85
11	يبين فئة الجمهور المستهدف	ص87
12	يبين فئة المتدخلين في البرنامج	ص88
13	يبين فئة جغرافيا الحدث	ص90
14	يبين فئة اتجاه معالجة	ص91
15	يبين فئة أبعاد المعالجة	ص92
16	يبين فئة أطر المعالجة	ص94
17	يبين فئة أسلوب العرض	ص95

18	فئة أساليب الإقناعية	ص96
19	يبين فئة الحلول	ص98
20	يبين فئة الأهداف	ص99

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة مدة بث البرنامج	ص75
02	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة طبيعة اللغة المستخدمة	ص76
03	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة القوالب الإعلامية المستخدمة	ص77
04	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة المدة الزمنية المخصصة للمتدخلين	ص79
05	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة البداية الافتتاحية	ص80
06	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة النهاية الختامية	ص81
07	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة الموضوع	ص82
08	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة عناصر الجذب	ص84
09	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة مصادر المعلومات	ص86
10	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة الجمهور المستهدف	ص87
11	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة المتدخلين في البرنامج	ص88
12	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة جغرافيا الحدث	ص90
13	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة اتجاه معالجة	ص91
14	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة أبعاد المعالجة	ص92
15	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة أطر المعالجة	ص94
16	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة أسلوب العرض	ص95
17	يمثل النسبة المئوية لفئة الاستمالات العقلية	ص96

18	يمثل النسبة المئوية لفئة الاستمالات العاطفية	ص97
19	يمثل النسبة المئوية لتوزيع يبين فئة الحلول	ص99
20	يمثل النسبة المئوية لتوزيع فئة الأهداف	ص100