

دور الإعلام السوري الإلكتروني في التوعية الصحية

بجائحة كورونا

"دراسة تحليلية للموقع الرسمي لوزارة الصحة

والإعلام"

¹ د. رامي أمون

■ ملخص البحث ■

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على دور الإعلام السوري الإلكتروني في التوعية الصحية بجائحة كورونا، وذلك من خلال تحليل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والإعلام السورية على الفيسبوك والموقع الإلكتروني على الويب، استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع البحث في منشورات كل من صفحتي وزارة الصحة ووزارة الإعلام السورية على الفيسبوك والموقع الرسمي على الويب، وتكونت عينة البحث من 861 منشور مرتبط بالموضوع الصحي خلال الفترة الزمنية من 2020/4/1 حتى 2021/4/1، واعتمد البحث على شبكة تحليل المضمون كأداة للبحث، وكانت أهم النتائج:

✓ خصصت وزارتا الصحة والإعلام الغالبية العظمى من المادة الإعلامية الصحية التي قدمتها لتغطية جائحة كورونا ولكن بنسب متفاوتة حيث خصصت وزارة الإعلام نسبة أكبر من منشوراتها لتغطية جائحة كورونا.

¹ . أستاذ مساعد - قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

- ✓ ركزت غالبية المنشورات الإعلامية الصحيّة ولكلا الوزارتين على مرحلة الإعلام والإخبار وهذا ما يعطي الصفة الإخبارية لتغطيتهما لجائحة كورونا أكثر من الصفة التحليلية والتوجيهية.
- ✓ الغالبية العظمى من المنشورات الصحيّة الخاصة بجائحة كورونا لكل من وزارتي الصحة والإعلام توجهت لجمهور عام.
- ✓ سيطرة الهدف والرسائل الإخبارية (تقديم المعلومة) على معظم المنشورات الصحيّة في مرحلة الإعلام والإخبار ولكلا الوزارتين.
- ✓ ركزت وزارتي الصحة والإعلام على الرسالة التحذيرية حول سرعة انتشار العدوى بفايروس كورونا.
- ✓ ركزت وزارة الصحة على ضرورة البقاء في المنزل ثم رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية. بينما ركزت وزارة الإعلام على رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية، ثم رسالة التشجيع على أخذ اللقاح الخاص بالكورونا.

الكلمات المفتاحية: الإعلام السوري الإلكتروني - التوعية الصحية - جائحة كورونا.

The role of the Syrian electronic media in health awareness of the Corona pandemic

"An analytical study of the official website of the ministries of health and information"

* **D.Rami Ammon**

■ ABSTRACT ■

The current research aims to identify the role of Syrian electronic media in health awareness of the Corona pandemic, by analyzing the official page of the Syrian Ministries of Health and Information on Facebook and the website. The research sample consisted of 861 publications related to the health topic during the period from 1/4/2020 to 1/4/202 and the research relied on the content analysis network as a tool for research, and the most important results were :

- The Ministry of Health and Information allocated the vast majority of the health media material they provided to cover the Corona pandemic, but in varying proportions, as the Ministry of Information allocated a larger percentage of its publications to cover the Corona pandemic.
- Most of the health media publications and for both ministries focused on the information and news stage, and this is what gives the news character to their coverage of the Corona pandemic more than the analytical and directive character.
- The vast majority of health publications related to the Corona pandemic for both the Ministries of Health and Information were directed to a general audience.

*Assistant Professor- Foundations of Education - Education faculty-Tishreen University- Lattakia- Syria

- Control of the target and newsletters (providing information) on most health publications in the information and news phase, for both ministries.
- The Ministries of Health and Information focused on the warning message about the rapid spread of infection with the Corona virus.
- The Ministry of Health focused on the need to stay at home, and then the message of adherence to medical and government instructions. While the Ministry of Information focused on the message of adherence to medical and government instructions, then the message of encouragement to take the corona vaccine.

Keywords: Syrian electronic media - health awareness - Corona pandemic.

➤ مقدمة البحث:

يشهد العصر الحالي تقدماً ملحوظاً في تقنيات وإمكانيات وسائل الإعلام سواء من حيث الفاعلية أو سهولة الاستخدام ومدى تأثيرها على المتلقي وفقاً لإمكانيات كل وسيلة، حيث بات الإعلام يسيطر على اهتمامات الناس ويشغل قسماً كبيراً من وقتهم وحياتهم اليومية فأصبحت البرامج الإعلامية تشكل المصدر الموثوق والسهل للمعلومات وتؤدي دوراً كبيراً ومهماً في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي من خلال مضمون الإعلام الذي يعمل على زيادة رصيد الأفراد بالمعلومات والخبرات التي تبني مواقفه وآرائه وسلوكياته وممارساته.

إن دور وسائل الإعلام في التربية الثقافية للفرد يعتبر من أهم الأدوار الإيجابية التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام المتنوعة على كافة مفاصل الحياة الثقافية سواءً من ناحية التربية الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الدينية أو الأخلاقية أو الجنسية أو الصحية، وبالتالي خلق فردٍ واعٍ لسلوكياته ومنسجماً مع قيم مجتمعه. وفي السياق نفسه يعتبر دور الإعلام في التربية الصحية من خلال التنقيف الصحي وتعزيز الوعي الصحي عند كافة أفراد المجتمع من أكثر الأدوار حيوية، والتي يمكن أن يساهم الإعلام فيها في تنمية المجتمع والنهوض به « يعد الإعلام نشاطاً روحياً من حيث طبيعته، وعملاً تطبيقياً من حيث أسلوبه وأدواته حيث يعمل على تكوين القناعات الفكرية والمواقف السلوكية، عن طريق نشر الآراء والأفكار والمواقف المختلفة وإدخالها في وعي الناس وتعزيزها في ممارسة حياتهم اليومية » (شماس، 2004، ص17).

يلعب الإعلام دوره في التربية الصحية بشكل اعتيادي ومستمر في فترات الحياة الطبيعية التي لا تتخللها أحداث صحية مؤثرة أو طارئة ولكن تزداد أهمية هذا الدور، ويصبح أساسي لحماية المجتمع وذلك في حالات الأزمات الصحية التي تعاني منها الدول وتحديداً عند انتشار بعض الأمراض أو الأوبئة، ويقدر ما تكون الأزمة الصحية خطيرة بقدر ما يزداد دور الإعلام في التوعية الصحية أهميةً وحيويةً.

من الجدير ذكره أنه في هذه الحالات يكون دور الإعلام في التوعية الصحية مترافقاً جنباً إلى جنب مع دور الكادر الطبي العلاجي، بل قد يفوقه أحياناً من حيث الأهمية لأنه يركز على كيفية الوقاية من الإصابة بهذه الأمراض أو هذه الأوبئة ومنع انتشارها إضافة إلى التوجيه والإرشاد إلى كيفية التعامل معها.

مع نهاية عام 2019 وتحديدًا في 20 كانون الأول أعلن الرئيس الصيني عن ظهور إصابات بما يسمى فايروس كورونا بالنسخة كوفيد-19 (COVID - 19) في مدينة ووهان الصينية. ومنذ ذلك التاريخ تغير وجه العالم الصحي وبدأ الفايروس بالانتشار السريع بين الدول وعبر القارات، وشكل ما بات يعرف بجائحة كورونا مع أعداد إصابات وصلت بحسب منظمة الصحة العالمية لما يزيد عن 175 مليون إصابة مع نهاية شهر تشرين الأول من عام 2021 وأكثر من أربعة ملايين وفاة. شملت الإصابات مختلف دول العالم موزعة على كافة القارات المسكونة بالبشرية بلا استثناء.

الانتشار السريع جداً للجائحة وتزايد أعداد الإصابات وضع النظام الصحي العالمي بخطر وأمام تحدٍ كبير، تمثل بعدم قدرة الأنظمة الصحية في الدول التي يزداد فيها أعداد مصابي الكورونا على استيعاب حالات الإصابات، وبالتالي عدم القدرة على تقديم الخدمات الصحية الضرورية واللازمة، وتحديدًا لحالات الإصابة الشديدة والتي تحتاج دخول مشفى وعناية مركزة.

أمام هذا التحدي كان التوجه لدى الجهات والمنظمات الصحية والطبية كافة سواءً على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي نحو السعي للحد من انتشار هذه الجائحة عبر العمل على تسطيح منحنى الإصابات وذلك من خلال إجراءات وقائية يلتزم بها الجميع على كافة المستويات سواءً على مستوى الفرد أو على مستوى المؤسسات والدول. الهدف الأساسي من هذه الإجراءات كان منع أو الحد من انتقال وانتشار العدوى (الفايروس).

في هذا الإطار كان لزاماً تضافر كافة الجهود واستنفار كافة المؤسسات للوصول إلى هذا الهدف، وهنا ظهرت أهمية الدور التوعوي الصحي الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام من خلال ارتباطها المباشر بحياة الناس، وقدرتها على التواصل اللحظي مع فئات الجمهور المختلفة.

لم تكن الجمهورية العربية السورية بمنأى عن جائحة الكورونا، حيث سُجلت أول إصابة فيها حسب وزارة الصحة السوريّة بتاريخ 20/3/2020، ومع هذه الإعلان كان لابد من اتخاذ إجراءات حكومية لحماية البلاد من الانتشار الكبير لهذا الخطر الداهم، فكان تحرك الحكومة لاتخاذ مجموعة من التدابير الوقائيّة بدأت بفرض حظر جزئي بتاريخ 2020/3/25 من الساعة السادسة مساءً وحتى السادسة صباحاً، إضافة إلى إغلاق المدارس والجامعات ودور العبادة والمقاهي والمطاعم وإيقاف دوام العمال والموظفين. شارك الإعلام السوري في حملة التوعية الصحيّة من مخاطر جائحة كورونا بكل أنواعه، وحاول أن يلعب دوراً متقدماً في التصدي للجائحة سواء من خلال الإعلام الحكومي أو الخاص وبشرائحه المختلفة المسموع والمتلفز والالكتروني. سيركز البحث الحالي على دراسة الدور الذي قام به الإعلام السوري الالكتروني في التوعية الصحيّة للمواطن السوري بجائحة كورونا.

➤ مشكلة البحث:

إن دور الإعلام في التوعية الصحيّة يعتبر دوراً جوهرياً في خلق ثقافة صحيّة عند الفرد وبالتالي تشكيل ثقافة صحيّة مجتمعية تنعكس إيجاباً على صحة المجتمع بشكل عام. تزداد أهمية هذا الدور في حالات الطوارئ الصحيّة وانتشار الأمراض والأوبئة وربما يشكل انتشار فايروس كورونا أحد أهم التحديات التي واجهت البشرية من الناحية الصحيّة على مدى التاريخ.

إن الإجراءات الاحترازية التي اتخذت بمختلف دول العالم ويأتي على رأسها إغلاق المؤسسات الحكومية والخاصة، وإغلاق المدارس والجامعات والمطاعم ودور العبادة والمعامل والمصانع وكافة مرافق الحياة، وإيقاف الخدمات العامة إلا في حالات الضرورة القصوى، وبالتالي الطلب إلى الناس التزام المنازل وعدم الخروج إلا للضرورة الملحة، وبشروط حُددت من قبل الجهات المعنية بتطبيق هذه الإجراءات، والتي اختلفت إليه تطبيقه من بلد إلى بلد. كل تلك الإجراءات جعلت من دور الإعلام يزداد أهمية ويصبح الإعلام وسيلة التواصل الوحيدة مع المواطن الذي التزم ببيته سواءً نتيجة الحجر الإجباري أو نتيجة التزامه بالتعليمات والإجراءات الوقائيّة.

ضمن هذا المشهد العام يمكن أن يأخذ دور الإعلام في التوعية عموماً وفي التربية الصحية المجتمعية على وجه التحديد أبعاداً متنوعةً تشمل التثقيف الصحي للفرد وللمجتمع على حدٍ سواء من أجل الوصول إلى سلوكيات صحيّة سليمة للتعامل مع الوضع الصحي العالمي الناجم عن انتشار فيروس كورونا بشكل كبير جداً. انتشرت الجائحة في الجمهورية العربية السورية وأصابت العدوى السوريين كما بقية العالم وهذا ما استوجب استنفار الكوادر العاملة في كافة القطاعات ومنها الإعلامي من أجل مواجهة الخطر الجديد الواصل مع هذه الجائحة والذي بات يهدد حياة الملايين من البشر ويجب التعامل معه بأكبر قدر ممكن من الجدية والمسؤولية.

ضمن هذا السياق يمكن أن نلخص إشكالية البحث بالسؤال التالي:

ما الدور الذي يلعبه الإعلام السوري الإلكتروني في التوعية الصحية للمواطن السوري الخاصة بجائحة كورونا؟

➤ أهمية البحث ومبرراته

تسليط الضوء على الأهمية المتزايدة لدور الإعلام التربوي في نشر الوعي الصحي للجمهور، والذي تجلّى وظهر بشكلٍ كبيرٍ منذ بداية ظهور أزمة جائحة فيروس كورونا، والذي جعل التواصل الإعلامي هو الطريقة الوحيدة لإيصال المعلومة الصحية والرسالة التوعوية للمتابع في ظروف حرج صحي احترازي فرض واقعاً جديداً وجب التعامل معه بطريقة غير تقليدية. يأتي هذا البحث ليدرس ويحلل أداء الإعلام السوري الإلكتروني في مجال التوعية الصحية بكيفية الحماية من جائحة كورونا.

➤ أهداف البحث

✓ تحليل دور الإعلام الإلكتروني السوري في التوعية الصحية بجائحة كورونا وذلك من خلال تحليل محتوى عدد من المواقع الإلكترونية الخاصة بالجهات المسؤولة عن القطاع الصحي (وزارة الصحة والإعلام) ومتابعة الإجراءات الوقائية الخاصة بالحماية من مخاطر انتشار جائحة كورونا.

➤ أسئلة البحث

✓ ما المضمون الإعلامي الصحي الذي قدمه الإعلام الإلكتروني الرسمي ليساهم في التوعية الصحية للمواطن السوري في ظل جائحة كورونا؟

➤ مصطلحات البحث:

- التوعية الصحية: هي « مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لاطلاع الناس على واقع الصحة وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع وثقافته » (حوجة، 2001، ص276).

- وتعرف أيضا بأنها: « العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية » (أحمرو، 2006، ص195).

- الجائحة: هي « وباء ينتشر بين البشر في مساحة كبيرة مثل قارة مثلا أو قد تتسع لتضم كافة أرجاء العالم » (موقع ويكيبيديا باللغة العربية متوفر على الرابط <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A> (9).

- جائحة فايروس كورونا أو جائحة كوفيد-19 (COVID 19) : هي

« جائحة عالمية لمرض فيروس كورونا (2019) كوفيد-19، سببها فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة) سارس-كوف-2. تفشى المرض للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر عام 2019. أعلنت منظمة الصحة العالمية رسمياً في 30 كانون الثاني 2019 أن تفشي الفيروس يُشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحول الفاشية إلى جائحة يوم الحادي عشر من آذار 2019 » (موقع منظمة الصحة العالمية الخاص بفايروس كورونا (كوفيد-19) متوفر على الرابط:

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.

➤ الدراسات السابقة والإطار النظري:

أولاً: الدراسات السابقة:

- دراسة فياض (2015) بعنوان "دور الإعلام الجديد في الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين دافع التعرض والإشباع المتحققة".

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل التالي:

ما مدى استخدام الشباب البحريني لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي بخصوص صفحات الوعي الصحي؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث استخدم منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن أهداف وتساؤلات الدراسة، واشتملت عينة الدراسة على 210 فرد من الشباب في مملكة البحرين الذي يتوقع أن يكونوا الأكثر استخداماً وتفاعلاً وتأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: ارتفاع معدل استخدام الشباب في البحرين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبه 95.7%، وإن أكثر دوافع تعرض الشباب للقضايا الصحية عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي من أجل التنقيف والتوعية الصحية ومن أجل تصحيح السلوك الصحي والوقائي، ولوحظ أن أكثر الإشباع المتحققة من الشباب للقضايا الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو معرفة أسباب وطرق الوقاية من الأمراض.

- دراسة المعاينة (2014) بعنوان "دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي "دراسة في برنامج صحتك بالدنيا"، ولتحقيق هذا الغرض قام الباحث بتصميم استبانة وتوزيعها على (450) من أفراد المجتمع الأردني، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. أظهرت نتائج الدراسة أن (72.64%) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يتابع برنامج صحتك بالدنيا لغايات التنقيف الصحي، ولأن البرنامج يناقش قضايا تهم المجتمع الأردني. كما اتضح أن (76.71%) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يستفيدون من برنامج

(صحتك بالدنيا)، وهذا يعود إلى أن البرنامج يستضيف أطباء مختصين بالقضايا التي يناقشها مما يشجع المواطنين على الاتصال والاستفادة من خبرات هؤلاء الأطباء. كما تبين أن (93.73%) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يرون أن هناك أثر لبرنامج صحتك بالدنيا في التنقيف ومستوى الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني. كما تبين أن (6.72%) من الجمهور الأردني من عينة الدراسة يرون أن برنامج صحتك بالدنيا يلعب دوراً مهماً في عملية التنقيف الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني. كما اتضح أن (38.73%) من عينة الدراسة يتقنون في مستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرح في برنامج صحتك بالدنيا.

- دراسة الباحثين عبد الأمير عباس حسين وخديجة خيدان (2012) بعنوان " دور القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الجامعات العراقية "

هدفت الدراسة إلى تحديد أهم الوسائل الإعلامية التي يتابع من خلالها جمهور طلبة الجامعات العراقية برامج الوعي الصحي، وكذلك تحديد الدوافع والأسباب التي تدفع بجمهور طلبة الجامعات إلى الإقبال على برامج الوعي والتنقيف، ومعرفة الدور الذي تلعبه البرامج والإعلانات الصحية والتي تبث عبر القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية في نشر الثقافة والوعي الصحي لدى شريحة طلبة الجامعات العراقية في مدينة بغداد وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل المتمثل في: هل تؤدي البرامج والإعلانات والدعاية الصحية في الإذاعات والقنوات التلفزيونية المحلية المختلفة دوراً في نشر الوعي والثقافة الصحية لدى طلبة الجامعات العراقية؟، تم استخدام المنهج المسحي وكذلك تم استخدام الاستبيان كأداة بحثية وذلك لتحقيق أهداف البحث العلمي، وطبقت على عينة مؤلفة من 200 مبحوث من طلبة جامعة المستنصرية وجامعة جعفر الصادق الأهلية وذلك باستخدام عينة الصدفة، وتم اعتماد 120 مبحوث فقط وأهم 80 مبحوث وذلك بسبب عدم متابعتهم لبرامج وإعلانات التوعية الصحية، وتمثلت نتائج الدراسة في أن 60% من العينة يتعرضون لبرامج وإعلانات التوعية والتنقيف الصحي عبر القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية، وأن 91.70% من العينة يفضلون القنوات التلفزيونية في

متابعة برامج التوعية الصحيّة، وجاءت القناة العراقية التلفزيونية في طليعة القنوات المفضلة في متابعة برامج التثقيف الصحيّ. أشارت النتائج إلى أن أكثر من 79% من العيّنة يدركون أن وزارة الصحة العراقية هي التي تمول برامج التوعية الصحيّة.

ثانياً: الإطار النظري:

● دور الإعلام في التوعية الصحيّة في زمن الأزمات الصحيّة: جائحة

كورونا مثلاً

تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أشكالها مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية من أهم أدوات المجتمع وأكثر فاعلية في عملية نقل الثقافة والتوعية بكافة المجالات وعلى لوجه الخصوص الوعي الصحيّة من خلال تربية صحيّة تعمل على ترسيخ القيم الصحيّة السليمة وإيصال الرسائل الصحيّة المناسبة للجمهور

« تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين، والمتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والاجتماعية والتعليمية وحتى الاقتصادية. كما وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيس للمعلومات وتؤدي دوراً حيوياً في التكوين المعرفي والوجداني والسلوكي للفرد، وذلك عبر زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تكوّن مواقفه وآرائه وسلوكه فيما بعد، ومن خلال اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أصبحت أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات » (مكاوي، 2006، ص 319).

« تعد التوعية الصحيّة من المهام التي ينبغي على وسائل الإعلام أن تقوم بها، فهي قادرة على إحداث التثقيف الصحيّ في المجتمع. حيث تهدف التوعية الصحيّة إلى تحسين المستوى الصحيّ على مستوى الفرد والمجتمع كما تهدف إلى توجيه أفراد المجتمع لاتباع السلوك الصحيّ الصحيح، وتغيير مفاهيمهم الصحيّة الخاطئة وإكسابهم ثقافة صحيّة سليمة » (المزروع، 2003، ص 103).

✓ الإعلام ودوره في التوعية والتثقيف الصحي

« تتميز وسائل الإعلام في العصر الحالي بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع، ولها قدرة على تغيير سلوك ونظرة وممارسة أفراد المجتمع، فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصحية التي تتقف أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصحي» (Carter, 2007, p27).

يمكن للإعلام القيام بمهامه في التوعية الصحية والتثقيف الصحي من خلال تقديم مضمون إعلامي صحي عن طريق ما يلي:

❖ وسائل إعلام متخصصة بالصحة (رسائل صحية مباشرة)

نتيجة التطور الهائل في خصائص وتقنيات ووظائف الإعلام والتوجه نحو الإعلام المتخصص بكل مجال من مجالات العلوم كان للصحة نصيبها من هذا التوجه، حيث أصبح لدينا وسائل إعلام متخصصة بالصحة، ومنها على سبيل المثال من الإعلام المطبوع كالمجلات، أو المتلفز كبعض القنوات التلفزيونية المتخصصة بالصحة، أو الإعلام الإلكتروني المتخصص بالصحة، ومنها على سبيل المثال مواقع الكترونية صحية أو صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تُخصص لتقديم كل ما يتعلق بالمواضيع الصحية المتنوعة. تتميز هذه الوسائل بجذب جمهور معين، وأنها تقدم المضمون الصحي والرسائل الصحية بشكلها المباشر، ويمكن تقديم معلومات اختصاصية ودقيقة، ويكون المضمون الصحي هو محور كل المواد الإعلامية.

❖ مواد وبرامج إعلامية صحية متخصصة (رسائل صحية مباشرة)

يمكن لوسائل الإعلام المنوعة والغير متخصصة أيضاً أن تقوم بتخصيص بعض البرامج أو المساحات لتقديم مادة إعلامية يكون مضمونها صحي سواءً من خلال برامج تلفزيونية، أو إذاعية تعالج مواضيع ترتبط بالصحة، أو مواد إعلامية مطبوعة تشغل مساحة معينة من المجلات والجرائد وتخصص لمعالجة الموضوع الإعلامي بمختلف الأنواع الإعلامية من خبر أو تقرير أو تحقيق أو مقابلة وغيرها. تتميز هذه المادة الإعلامية بانها تقدم رسائلها الصحية بشكل مباشر وواضح.

من الجدير بذكره أن « وسائل الإعلام تلعب دوراً بارزاً في تعزيز التنقيف الصحي لدى كافة الفئات في المجتمع، من خلال إقامة حملات صحّية بغرض زيادة توعية المواطنين من مختلف الفئات العمرية والمؤهلات العلمية والطبقات الاجتماعية بالقضايا الصحيّة المختلفة، وهي بذلك تساعد المجتمع أفراداً ومؤسسات على اتخاذ دور فعال في التعامل مع القضايا الصحيّة التي تشغل بال أفراد المجتمع » (Merton Tomas, 2001, p7).

❖ مواد وبرامج إعلامية متنوعة (رسائل وقيم صحيّة بطريقة غير مباشرة)

يمكن أن يعتمد الإعلام على الأسلوب الغير مباشر في إيصال الرسالة الصحيّة، وتعزيز الثقافة الصحيّة وبالتالي خلق وعي صحي عند الجمهور. يؤدي الإعلام هذه المهمة عن طريق تضمين الرسائل الصحيّة ضمن برامج متنوعة لا يكون عنوانها أو موضوعها المعلن صحي، ومع ذلك يتم تمرير بعض الرسائل الصحيّة المفيدة والمهمة. نذكر في هذا السياق على سبيل المثال لا الحصر الأعمال الدرامية التلفزيونية والتي يمكن أن تحمل الكثير من الرسائل، وتعزز الكثير من القيم الصحيّة من خلال المشاهد التي تعرض، وتشجع على تبني هذه القيمة الصحيّة أو هذا السلوك الصحي، والابتعاد عن عادات وسلوكيات صحيّة أخرى.

من الضروري لوسائل الإعلام عند معالجة القضايا الصحيّة « تحري صحة الأخبار والمعلومات الصحيّة التي تنشرها والتحقق من مدى دقتها وسلامتها، وإيصال الحقائق دون تهويل أو تهوين، مع ضرورة أن تراعي الموضوعية في طرح المعلومات بهدف تنوير وتنقيف المجتمع بالمعلومات الطبية المفيدة، وأن تعمل على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بالقضايا الصحيّة المطروحة من خلال الموازنة أثناء تحرير المعلومات بالاعتماد على التنوع في الأسلوب والطرح لجميع لقضايا الصحيّة المختلفة » (Lynn, 2001,p83).

✓ الإعلام والتوعية الصحيّة بجائحة كوفيد-19

يمكن للإعلام بكافة وسائله وتقنياته أن يقوم بدوره في التوعية الصحيّة بجائحة كوفيد-19 سواء على مستوى الفرد أو على مستوى المجتمع ككل وذلك من خلال وظائفه التالية (شماس، 2004، ص120). والتي يمكن أن تُسَخَّر لصالح التوعية والتنقيف الصحي:

- الإعلام والإخبار والشرح: ذلك من خلال تقديم معلومات كافية عن الجائحة ووضع الجمهور بصورة آخر تطورات على الصعيد الصحي المحلي والدولي.
- التفسير والتحليل: يحاول الإعلام تفسير ما يحدث وتقديم الإجابة عن الاستفسارات المحتملة للجمهور من قبيل: كيف انتشر المرض؟ ما هي سبب زيادة حالات الوفيات؟ لماذا تختلف شدة الإصابة بين مريض وآخر؟ هل يوجد علاج لهذا المرض؟ هل تأثيرات الفيروس تصيب فقط جهاز التنفس؟ ماهي الاختلافات بين تأثيرات فيروس كورونا وبين تأثيرات باقي الفيروسات الشبيهة والتي كانت مألوفة منذ سنوات طويلة. وغيرها الكثير من الاستفسارات التي يقوم الإعلام بمحاولة تقديم إجابات عنها.
- الإرشاد والتوجيه: يسعى الإعلام إلى توجيه سلوك الفرد الصحي وفق ما فرضته هذه المرحلة الخطيرة وصولاً إلى تبني الفرد سلوكيات صحيّة سليمة (امتلاك وعي صحي) ومنها: الالتزام بالحجر المنزلي، مراعاة قواعد النظافة والغسيل المتكرر لليدين والتعقيم، ارتداء الكمامة، الابتعاد عن تجمعات الناس والازدحام، التواصل مع الطبيب عند الشعور بأعراض معيّنة تشير إلى احتمال الإصابة بفايروس كورونا إضافة إلى تفاصيل إضافية.
- التثقيف: يمكن للإعلام أن يكون مصدراً مهماً للمعلومات الصحيّة بكافة المجالات، ويساعد الفرد على تكوين كتلة من المعارف المتنوعة والشاملة لأهم المواضيع الطبية والصحية التي تهتم حياته وكيفية تعامله مع الوضع الصحي الذي فرضته جائحة كورونا.
- « تتميز وسائل الإعلام في العصر الحالي بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع، ولها قدرة على تغيير سلوك ونظرة وممارسة أفراد المجتمع. فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصحية التي تثقف أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصحي » (Carter, 2007).

❖ الإطار العملي

➤ حدود البحث²

- الحدود الزمانية: أُنجِز خلال العام الجامعي 2020 - 2021
- الحدود الموضوعية: ركز البحث على تحليل المضمون الإعلامي الإلكتروني الصحي لموقعي وزارة الإعلام ووزارة الصحة السوريّة والمتعلق بجائحة كورونا (Covid- 19) خلال الفترة الزمنية (2020/4/1 حتى 2021/4/1)

➤ منهجية البحث

• منهج البحث وأدواته:

- منهج البحث:

يعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي والذي يهدف إلى تحديد الوضع الحالي لظاهرة معيّنة ومن ثم يعمل على وصفها، وبالتالي فهو يعتمد على « دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، وأن من أهدافه تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة أو ظاهرة ما، والاستفادة من أدائهم وخبراتهم في وضع تصور وخطط مستقبلية، واتخاذ القرارات المناسبة لمواقف متشابهة مستقبلاً» (ملحم، 2000، ص253-254).

وكونه يركز على دراسة وتوصيف ظاهرة محددة ترتبط بتغطية وسائل الإعلام السوريّة لجائحة الكورونا وبالتالي يمكن لهذا المنهج أن يزودنا بكافة البيانات والمعطيات التي تسهم في تحقيق أهداف البحث.

² لم ينشر هذا البحث سابقاً كونه من الأبحاث التي فازت بتمويل ودعم من صندوق دعم البحث العلمي بموجب عقد موقع مع السيد وزير التعليم العالي د. بسام ابراهيم

- أدوات البحث:

قائمة أداة تحليل محتوى باستخدام شبكة تحليل قائمة على فئات تحليل رئيسية وفرعية وثنائية تعطينا معلومات وبيانات تساعدنا في تحقيق أهداف البحث.

- صدق قائمة تحليل المحتوى: تم التأكد من صدق شبكة تحليل المحتوى من خلال عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من المختصين في علوم التربية والقياس والتقويم. أخذ الفريق البحثي بآراء ومقترحات المحكمين وتمت التعديلات وصولاً إلى شبكة التحليل بشكلها النهائي.

- ثبات قائمة تحليل المحتوى: تم الاعتماد في هذا البحث للتحقق من ثبات النتائج الخاصة بتحليل المحتوى عن طريق الاتساق بين المحللين. أي التوصل إلى نفس النتائج تقريباً عند تطبيق نفس فئات التحليل على نفس المضمون من قبل باحثين مختلفين. تم حساب الثبات بالاعتماد على معامل الاتفاق كوبر عند تحليل جزء من عينة التحليل من قبل باحثين وكانت النتيجة كما يلي:

$$\text{معامل الاتفاق كوبر} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{100 \times (\text{عدد مرات الاتفاق} + \text{عدد مرات الاختلاف})}$$

$$\text{معامل الاتفاق كوبر} = \frac{61}{100 \times (5+61)} = 92\%$$

قيمة معامل الثبات المرتفعة فوق التسعين بالمئة تدل على ثبات التحليل باستخدام شبكة التحليل وهي قيمة مرتفعة ومقبولة إحصائياً.

• **مجتمع البحث وعينته:**

- **مجتمع البحث:** يتكون مجتمع البحث من مضمون كافة الوسائل الإعلامية السّورية، متمثلاً بالموقع الرسمي لوزارة الصحة ووزارة الإعلام السورية، بالإضافة لصفحة الفيسبوك لكلا الوزارتين.

- **عينة البحث:**

- عينة قصدية من المنشورات المتعلقة بالجانب الصّحي والتي قامت وزارتا الصحة والإعلام بنشرها على موقعيهما الرسميين خلال مدة زمنية تكونت من سنة كاملة اعتباراً من تاريخ (2020/4/1 حتى 2021/4/1).

- بلغ حجم العينة التي خضعت للتحليل 861 منشوراً مرتبطاً بالموضوع الصّحي والتي تمكن الباحث من تسجيلها من موقعي وزارتي الإعلام والصحة وصفحتيهما على الفيس بوك.

• **الدراسة الإحصائية والكمية:**

استخدم البحث التكرارات والنسب المئوية لمعالجة نتائج البحث، كما تم استخدام معامل الاتفاق كوبر لقياس ثبات أداة شبكة تحليل المضمون.

❖ **نتائج البحث**

ما هو المضمون الإعلامي الصّحي الذي قدمه الإعلام الإلكتروني السوري ليساهم في التوعية الصّحية للمواطن السوري في ظل جائحة كورونا؟

كانت نتائج التحليل كما يلي:

1- **فئة موضوع المنشور:**

جدول رقم (1) موضوع المادة الإعلامية الصحية

فئة موضوع المنشور				موقع وزارة الصحة			
موقع وزارة الإعلام		موقع وزارة الصحة		موقع وزارة الإعلام		موقع وزارة الصحة	
النسبة المئوية	التكرارات	نوع المنشور	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	نوع المنشور	الرقم
96.6%	312	متعلق بكورونا	1	69.14%	372	متعلق بكورونا	1
3.4%	11	غير متعلق	2	30.86%	166	غير متعلق	2
100%	323	المجموع		100%	538	المجموع	
100%		النسبة المئوية		684		المجموع الكلي لمنشورات كورونا	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن إجمالي منشورات وزارة الصحة المتعلقة بتغطية الجانب الصحي خلال فترة التحليل بلغ (538) منشور، وجاءت في المرتبة الأولى المنشورات المتعلقة بجائحة كورونا وبتكرار وقدره (372)، وبنسبة مئوية (69.14%)، في حين بلغت المنشورات الصحية الغير متعلقة بجائحة كورونا تكرار قدره (166)، ونسبة مئوية (30.86%).

- تفسر النتيجة السابقة والتي تبين أن النسبة الأكبر من منشورات وزارة الصحة ركزت على الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا، لكون وظيفتها الإعلامية الرئيسية هي مواكبة المستجدات الصحية المحلية والعالمية، ولذلك تعد هذه النتيجة منطقية لكون جائحة كورونا هو الحدث الصحي الأهم والأخطر الذي شهده العالم منذ العام 2019 وحتى وقتنا الحاضر، وهذا ما يستدعي من كافة وسائل الإعلام الاهتمام بشكل كبير وموسع في كل ما يخص جائحة كورونا من إحصائيات لأعداد الإصابات والوفيات وحالات الشفاء، والتركيز على سبل الوقاية من الجائحة وطرق علاجه، وأثاره على جميع مناحي الحياة العامة وخصوصاً في أوقات الحظر الكلي أو الجزئي.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن إجمالي منشورات موقع وزارة الإعلام المتعلقة بتغطية الجانب الصحي بشكل عام بلغ (323) منشور. جاءت في المرتبة الأولى المنشورات المتعلقة بجائحة كورونا بتكرار وقدره (312)، وبنسبة مئوية (96.6%)، في حين بلغت المنشورات الصحية الغير متعلقة بجائحة كورونا تكرار قدره (11)، ونسبة مئوية (3.4%).

- تفسر النتيجة السابقة بأن الاهتمام الأكبر خلال الفترة الماضية ركز على جائحة كورونا وبالتالي من الطبيعي أن تتعلق الغالبية العظمى من المادة الإعلامية التي تنشرها وزارة الإعلام في المجال الصحي بجائحة كورونا، ولهذا تعد هذه النتيجة منطقية لكونها تمثل الإعلام الرسمي في سورية.

- الاستنتاج: خصصت وزارتا الصحة والإعلام الغالبية العظمى من المادة الإعلامية الصحية التي قدمتها لتغطية جائحة كورونا ولكن بنسب متفاوتة حيث خصصت وزارة الإعلام نسبة أكبر من منشوراتها لتغطية جائحة كورونا أكبر من النسبة التي خصصتها وزارة الصحة.

2- فئة مضمون المنشور:

جدول رقم (2) مضمون صعيد المادة الإعلامية الصحية

فئة مضمون المنشور				فئة مضمون المنشور			
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	صعيد المنشور	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	صعيد المنشور	الرقم
30.1%	94	محلي	1	97.04%	361	محلي	1
4.5%	14	عربي	2	0.81%	3	عربي	2
65.4%	204	دولي	3	2.15%	8	دولي	3
100%	312	المجموع		100%	372	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن القضايا الصحية المحلية المرتبطة بجائحة كورونا جاءت في المرتبة الأولى بتكرار قدره (361) منشور وبنسبة مئوية (97.04%)، وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات الدولية بتكرار وقدره (8)، وبنسبة مئوية (2.15%)، في حين جاءت المنشورات العربية في المرتبة الثالثة بتكرار قدره (3)، ونسبة مئوية (0.81%)

- تفسر النتيجة السابقة والتي تبين أن النسبة الأكبر من منشورات وزارة الصحة الخاصة بجائحة كورونا ركزت بالمرتبة الأولى على المضمون المحلي، لكون الهدف الرئيسي من صفحة وزارة الصحة السورية هو الاهتمام بالواقع الصحي المحلي بالدرجة الأولى بشكل عام، وفي ظل جائحة كورونا كان من أهم واجباتها هو التركيز على هذه الجائحة ونشر التوعية بين المواطنين السوريين، وهذا ما يفسر سبب انخفاض نسبة المضمون العربي والدولي.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن المنشورات الدولية جاءت في المرتبة الأولى بتكرار قدره (204) منشور ونسبة مئوية (65.4%)، وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات المحلية بتكرار وقدره (94)، ونسبة مئوية (30.1%)، في حين جاءت المنشورات العربية في المرتبة الثالثة بتكرار قدره (14)، ونسبة مئوية (65.4%).

- تفسر النتيجة السابقة والتي تبين أن المضمون الدولي في منشورات وزارة الإعلام الصحية استحوذ الاهتمام الأكبر لكون وزارة الإعلام تسعى لتسليط الضوء على الأخبار الدولية والتطورات العالمية الصحية الخاصة بما يتعلق بجائحة كورونا إضافة الى تغطية تطورات الجائحة محلياً وعربياً.

الاستنتاج: احتلت تغطية جائحة كورونا على الصعيد المحلي المرتبة الأولى في منشورات وزارة الصحة، بينما احتلت المرتبة الثانية في منشورات وزارة الإعلام بعد المنشورات على الصعيد الدولي.

3- فئة مرحلة الوعي الصحي:

جدول رقم (3) مرحلة نشر الوعي الصحي التي ينتمي لها المنشور

فئة مرحلة الوعي الصحي							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
الرقم	مرحلة الوعي الصحي	التكرارات	النسبة المئوية	الرقم	مرحلة الوعي الصحي	التكرارات	النسبة المئوية
1	إخبار وإعلام وتحليل	323	86.82%	1	إخبار وإعلام	245	78.5%
2	تحذير وتنبيه	86	23.12%	2	تحذير وتنبيه	189	60.6%
3	إرشاد وتوجيه	146	39.25%	3	إرشاد وتوجيه	47	15.1%
المجموع		555	149.19%	المجموع		481	154.2%
المجموع الكلي للوزارتين		1036		النسبة المئوية		100%	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- بحسب الجدول السابق نلاحظ أن وزارة الصحة أعطت الأهمية الأكبر في موادها الإعلامية الصحية لمرحلة الإخبار والإعلام والتفسير والتحليل، بينما جاءت مادتها الإعلامية التي تدعو إلى السلوكيات الصحية المناسبة (مرحلة الإرشاد والتوجيه) في المرتبة الثانية من حيث تكرارها في منشورات وزارة الصحة. كان لمرحلة التحذير والتنبيه من مخاطر الإصابة وتبعاتها على الصحة العامة سواء للفرد أو للمجتمع بشكل عام الحصة الأقل من المادة الإعلامية الصحية لوزارة الصحة.

- يمكن أن تفسر هذه النتيجة أن الوزارة لا ترغب في نشر حالة من الذعر والخوف عند الجمهور وإيجاد حالة من التوازن بين نشر الوعي لديه وتحذيره من الجائحة، وبالوقت نفسه تحريضه على اتباع سلوكيات صحية سليمة ومناسبة للتعامل مع الوضع الصحي الذي فرضته جائحة كورونا.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن منشورات مرحلة الإخبار والإعلام والتفسير والتحليل جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة مئوية (78.5%)، وجاءت في المرتبة الثانية منشورات مرحلة التحذير والتنبيه وبنسبة مئوية (60.6%)، في حين جاءت منشورات مرحلة الإرشاد والتوجيه في المرتبة الثالثة، ونسبة مئوية (15.1%).

- يمكن قراءة النتيجة السابقة بحسب طبيعة عمل وزارة الإعلام حيث يتمثل هدفها الأساسي في إيصال المعلومات الصحية والخبرات التراكمية التي تحدث في العالم والمرتبطة بجائحة كورونا بشكل أساسي وهذه تتناسب مع مرحلة الإخبار والإعلام ومرحلة التحذير والتنبيه.

- الاستنتاج: ركزت غالبية المنشورات الإعلامية الصحية ولكلا الوزارتين على مرحلة الإعلام والإخبار وهذا ما يعطي الصفة الإخبارية لتغطيتهما لجائحة كورونا أكثر من الصفة التحليلية والتوجيهية.

4- فئة النوع الصحفي المستخدم:

جدول رقم (4) النوع الصحفي المستخدم في التغطية الإعلامية

موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	النوع الصحفي	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	النوع الصحفي	الرقم
87.8%	274	خبر	1	97.58%	363	خبر	1
1.6%	5	تقرير	2	2.15%	8	تقرير	2
-	-	تعليق	3	--	--	تعليق	3
-	-	تحقيق	4	--	--	تحقيق	4
3.2%	10	مقابلة	5	--	--	مقابلة	5
7.4%	23	إعلان	6	0.27%	1	إعلان	6
100%	312	المجموع		100%	372	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يلاحظ من الجدول السابق أن الخبر سيطر بشكل مطلق على المادة الإعلامية الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في تغطيتها لجائحة كورونا، وهذا يعطي سمة إخبارية للمادة الإعلامية أكثر منها توجيهية أو إرشادية، وبالتالي تبقى مساهمتها في التوعية الصحية محدودة إذا ما قورنت بالمادة الإعلامية التي تعتمد على أنواع صحفية ذات طابع إقناعي وتوجيهي أكثر منه إخباري مثل التحقيق أو المقابلة.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- حسب الجدول السابق نجد أن وزارة الإعلام اعتمدت مثل وزارة الصحة على المادة الإعلامية الصحية ذات السمة الإخبارية مع تمايز صغير أنها أعطت أهمية ولو محدودة لأنواع صحفية ذات طابع إرشادي أو توجيهي أو توعوي كالإعلان والمقابلة. الاستنتاج: سيطرة مطلقة للخبر على منشورات كلا الوزارتين وبالتالي سيطرة السمة الإخبارية على تغطيتهما لجائحة كورونا.

5- فئة المصدر:

جدول رقم (5) مصدر المادة الإعلامية

فئة المصدر								
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة				
النسبة المئوية	التكرارات	النوع الصحفي	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	النوع الصحفي المستخدم	الرقم	
%74.8	89	حكومي	1	%94.09	350	حكومي	1	
%21	25	جهة طبية	2	%0.81	3	جهة طبية	2	محلي
%4.2	5	اعلام محلي	3	%1.61	6	اعلام محلي	3	
%38.1	119	المجموع		%96.51	359	المجموع		
%40.4	78	حكومية	1	%0.54	2	حكومية	1	
%24.3	47	وسائل اعلام اجنبية	2	%0.81	3	وسائل اعلام اجنبية	2	
%19.2	37	منظمة عالمية	3	%2.15	8	منظمة عالمية	3	اجنبي
%16.2	31	جهة طبية اجنبية	4	--	--	جهة طبية اجنبية	4	
%61.9	193	المجموع		%3.5	13	المجموع		
%100	312	المجموع الكلي		%100	372	المجموع الكلي		

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يلاحظ من خلال قراءة الجدول السابق أن صفحة وزارة الصحة اعتمدت في مصادرها لتغطية الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا بالمرتبة الأولى على المصادر المحلية بنسبة (96.51%) من إجمالي المنشورات، في حين جاءت في المرتبة الثانية المصدر الأجنبي بتكرار قدره (13) وبنسبة مئوية (3.5%).

واعتمدت في مصادرها المحلية بالمرتبة الأولى على المصادر الحكومية الرسمية كوزارة الصحة السورية أو مجلس الوزراء أو الوزارات والجهات الحكومية الأخرى ذات الصلة بموضوع كورونا، وذلك بنسبة مئوية قدرها (94.09%)، في حين أغفلت وزارة الصحة مصادر الجهة الطبية، والإعلام المحلي حيث لم يتجاوز كلا المصدرين نسبة (6%).

- أما فيما يخص المصادر الأجنبية نلاحظ أن الصفحة لم تعط اهتماماً كافياً في منشوراتها لمصادر المعلومات الأجنبية حيث وردت بنسبة (3.5%) من إجمالي منشورات وزارة الصحة، وجاءت في المرتبة الأولى مصادر المنظمات العالمية بتكرار وقدره (8) ونسبة مئوية (2.15%) في حين جاءت وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة (0.81%)، والجهات الطبية الأجنبية بنسبة (0.54%).
بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن المصدر الأجنبي للخبر جاء في المرتبة الأولى بتكرار قدره (193) منشور وبنسبة مئوية (61.9%)، وجاء في المرتبة الثانية المصدر المحلي بتكرار وقدره (119)، وبنسبة مئوية (38.1%).
الاستنتاج: المصدر المحلي للمادة الإعلامية الصحية جاء في المرتبة الأولى في منشورات وزارة الصحة بينما جاءت المصادر الأجنبية بالمرتبة الأولى في منشورات وزارة الإعلام.

6- فئة الجمهور المستهدف:

جدول رقم (6) الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية الصحية

فئة الجمهور المستهدف				موقع وزارة الصحة			
موقع وزارة الإعلام				النسبة المئوية	التكرارات	الجمهور المستهدف	الرقم
307	98.4%	العموم	1	81.72%	304	العموم	1
23	7.4%	المصابين بالفيروس	2	2.68%	10	المصابين بالفيروس	2
2	0.6%	الأطفال	3	3.23%	12	الأطفال	3
1	0.03%	النساء الحوامل	4	1.07%	4	النساء الحوامل	4
18	5.8%	الكادر الطبي	5	9.41%	35	الكادر الطبي	5
3	1%	عائلات المصابين	6	0.81%	3	عائلات المصابين	6
20	6.4%	مرضى الأمراض المزمنة	7	4.03%	15	مرضى الأمراض المزمنة	7
18	5.8%	كبار السن	8	3.76%	14	كبار السن	8
8	2.6%	المدخنين	9	1.34%	5	المدخنين	9
1	0.03%	جهاد إدارية (تعليمية-خدمية)	10	2.15%	8	جهاد إدارية (تعليمية-خدمية)	10
401	128.1%	المجموع		110.2%	410	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يتبين من خلال الجدول السابق أن صفحة وزارة الصحة استهدفت في منشوراتها في المرتبة الأولى جمهور عام ونسبة (81.72%) من إجمالي المنشورات، في حين جاءت في المرتبة الثانية المنشورات التي استهدفت الكادر الطبي بنسبة مئوية بلغت (9.41%)، في حين تراوحت بقية أنواع الجمهور المستهدف بين (4.03% - 0.81%).

- ظهور جائحة كورونا بشكل مفاجئ ومتسارع على الصعيد العالمي والمحلي جعل التوجه لعموم الجمهور أمراً واقعياً كونه يفتقر للثقافة الصحية الكافية للتعامل والوقاية من هذا الجائحة. من الجدير ذكره إن التوجه إلى جمهور معين برسائل توعوية صحية خاصة بالكورونا يعتبر أيضاً ذا أهمية كبرى تحديداً للمرضى الأكثر تعرضاً للخطر في حال الإصابة بالكورونا.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يظهر من خلال قراءة الجدول السابق أن وزارة الإعلام استهدفت بشكل رئيس جمهور العموم في منشوراتها بتكرار قدره (307) ونسبة (98.4%)، ثم المصابون بالفايروس بتكرار (23) ونسبة (7.4%)، ثم مرضى الأمراض المزمنة بتكرار (20) ونسبة (6.4%)، ثم الكادر الطبي وكبار السن في نفس المرتبة بتكرار (18) ونسبة (5.8%) ثم المدخنين بتكرار (8) ونسبة (2.6%)، ثم الأطفال بتكرار (2) ونسبة (0.6%)، ثم أخيراً النساء الحوامل والجهات الإدارية والخدمية بتكرار (1) ونسبة (0.03%).

الاستنتاج: الغالبية العظمى من المنشورات الصحية للوزارتين توجهت لجمهور عام.

7- فئة الصورة:

جدول رقم (7) استخدام الصورة في المادة الإعلامية

فئة الصورة							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الصورة	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الصورة	الرقم
96.2%	300	توجد	1	93.55%	348	توجد	1
3.8%	12	لا توجد	2	6.45%	24	لا توجد	2
100%	312	المجموع		100%	372	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يستخلص من خلال قراءة الجدول السابق، أن المنشورات التي وردت فيها الصور سواء ثابتة أو متحركة جاءت في المرتبة الأولى بتكرار وقدره (348) صورة ونسبة مئوية (93.55%)، في حين جاءت المنشورات التي لا تحتوي على صور (24) منشور بنسبة مئوية بلغت (6.45%).

للصورة الثابتة أو المتحركة دور وتأثير قوي في إيصال المعلومات التي تعجز عنها الكتابة وخصوصاً عند إرفاقها برسومات وأرقام وأشكال توضح محتوى المنشورات.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن عدد المنشورات التي استخدمت الصور هو (300) بنسبة (96.2%)، في حين أن المنشورات التي لم تستخدم الصور بلغ تكرارها (12) ونسبة مئوية (3.8%).

من الجدير ذكره إن تضمين الغالبية الساحقة من المادة الإعلامية الصحية الخاصة بجائحة كورونا بالصور الثابتة والمتحركة هو دليل على اهتمام ورغبة القائمين على تحضير هذه الماجة أن تصل هذه المادة وتلقى قبولا عند الجمهور وتكون جذابة ومشوقة.

الاستنتاج: رافقت الصورة الغالبية العظمى للمنشورات الصحية الخاصة بجائحة كورونا لكل من وزارتي الصحة والإعلام.

8- فئة نوع الصورة:

جدول رقم (8) نوع الصورة المرفقة بالمادة الإعلامية الصحية

فئة نوع الصورة							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	نوع الصورة	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	نوع الصورة	الرقم
91.3%	274	ثابتة	1	96.84%	337	ثابتة	1
8.7%	26	متحركة	2	3.16%	11	متحركة	2
31.5 دقيقة	المدة الزمنية		3	54.6 دقيقة		المدة الزمنية	3
100%	300	المجموع		100%	348	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يستخلص من الجدول السابق أن المنشورات التي وردت فيها الصور الثابتة جاءت في المرتبة الأولى بتكرار قدره (337) ونسبة مئوية بلغت (96.84%)، في حين جاءت في المرتبة الثانية الصور المتحركة أي الفيديو بتكرار وقدره (11) ونسبة مئوية بلغت (3.16%)، وبلغت المدة الزمنية الإجمالية للصور المتحركة (54.6 دقيقة).

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن عدد الصور الثابتة بلغ (274) بنسبة (91.3%)، بينما الصور المتحركة (الفيديو) بلغ تكرارها (26) بنسبة (8.7%) وبمدة زمنية بلغت (31.5 دقيقة).

- الاستنتاج: تم الاعتماد بشكل ضعيف جداً على الصورة المتحركة (الفيديو) في المنشورات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ولكلا الوزارتين.

9- فئة الرسالة المستهدفة من الصورة:

جدول رقم (9) الرسالة المستهدفة بالصورة المستخدمة بالمادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا

فئة الرسالة المستهدفة من الصورة							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الرسالة المستهدفة من الصورة	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الرسالة المستهدفة من الصورة	الرقم
93.3%	280	إيجابية	1	94.83%	330	إيجابية	1
6.7%	20	سلبية	2	5.17%	18	سلبية	2
100%	300	المجموع		100%	348	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يتبين من الجدول أعلاه أن الغالبية الساحقة من الصور المستخدمة ضمن المادة الإعلامية الصحية لوزارة الصحة حملت رسائل صحية إيجابية تتوافق مع الرسائل الصحية التي ضمنت في المنشور نفسه، وهذا يدل على حسن استخدام الصور كداعم لمضمون المادة الإعلامية. في المقابل كانت هنالك نسبة منخفضة من سوء اختيار الصور للمنشورات الصحية، حيث أدت هذه الصور رسائل معاكسة لما تضمنه المنشور ونذكر على سبيل المثال لا الحصر أن يكون المنشور يتحدث عن الإجراءات الوقائية وضرورة ارتداء الكمامة والابتعاد عن التجمعات بينما الصورة المرفقة تظهر أشخاصاً ضمن تجمعات ولا يرتدون الكمامات، وغيرها من الأمثلة.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- من ملاحظة الجدول السابق يظهر لنا أن الصور المستخدمة في المادة الإعلامية الصحية المقدمة من وزارة الإعلام والخاصة بالكورونا كانت بغالبيتها الساحقة صور إيجابية وداعمة لمضمون المادة الإعلامية وهذا يشير بشكل واضح لحسن استخدام الصور والمعرفة الجيدة بأهميتها وقدرتها على جذب وإقناع الجمهور.

الاستنتاج: حمل عدد قليل من الصور في المنشورات الصحية الخاصة بالكورونا رسائل صحية سلبية: 18 صورة ضمن منشورات وزارة الصحة و20 صورة ضمن منشورات وزارة الإعلام.

10- فئة نوع الرسالة السلبية للصورة:

جدول رقم (10) نوع الرسالة السلبية المتضمنة بالصورة المستخدمة بالمادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا

فئة نوع الرسالة السلبية للصورة							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	نوع الرسالة السلبية للصورة	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	نوع الرسالة السلبية للصورة	الرقم
%80	16	عدم ارتداء الكمامة	1	%83.33	15	عدم ارتداء الكمامة	1
%20	4	عدم الالتزام بإجراءات الوقاية	2	%16.66	3	عدم الالتزام بإجراءات الوقاية (عدم الابتعاد عن التجمعات وعدم المحافظة على تباعد مكاني)	2
%100	20	المجموع		%100	18	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يظهر من الجدول أعلاه أن إجمالي الرسائل السلبية في الصور المنشورة ضمن المادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا لوزارة الصحة توزعت بين عدم ارتداء الكمامة أو عدم الالتزام بإجراءات الوقائية كالتواجد ضمن التجمعات وعدم وجود تباعد مكاني. جاء في المرتبة الأولى الرسالة السلبية "عدم ارتداء الكمامة" بتكرار وقدره (15) صورة، وفي المرتبة الثانية الرسالة السلبية "عدم الالتزام بإجراءات الوقاية" بتكرار (3) صور.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يمكن أن نقرأ من خلال قراءة الجدول السابق أن الرسائل السلبية المستوحاة من الصور المنشورة في المادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا والمنشورة من قبل وزارة الإعلام بلغ عددها (20)، منها (16) صورة ذات رسالة سلبية (عدم ارتداء الكمامة) و (4) ذات رسالة سلبية (عدم الالتزام بالإجراءات الوقائية).

11- فئة الهدف من الصورة:

جدول رقم (11) الهدف من الصورة المستخدمة بالمادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا

فئة الهدف من الصورة							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الهدف من الصورة	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الهدف من الصورة	الرقم
%56	168	إخباري	1	%69.66	310	إخباري	1
%4.7	14	دعائي	2	%0.22	1	دعائي	2
%3.3	10	إرشادي	3	%19.32	86	إرشادي	3
%36	108	تحذيري	4	%10.79	48	تحذيري	4
%100	300	المجموع		%100	445	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- تظهر قراءة الجدول السابق أن الصور ذات الهدف الإخباري في منشورات وزارة الصحة جاءت في المرتبة الأولى بتكرار بنسبة (69.66%)، في حين جاءت الصور ذات الهدف الإرشادي في المرتبة الثانية ونسبة مئوية (19.32%)، وتلتها في المرتبة الثالثة الصور ذات الهدف التحذيري ونسبة مئوية (10.79%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الصور ذات الهدف الدعائي بتكرار قدره (1) ونسبة مئوية (0.22).

- إن سيطرة الهدف الإخباري والإرشادي على المادة الإعلامية المقدمة من قبل وزارة الصحة والخاصة بجائحة كورونا تدل على أن الوزارة ركزت على تقديم المعلومة والتوجيه نحو السلوك الصحي السليم دون إعطاء نفس الأهمية للهدف التحذيري والذي يرفع من مستوى إحساس الفرد بخطورة الوضع الصحي الناتج عن انتشار جائحة الكورونا وبالتالي يصبح تجاوبه مع الهدف الإرشادي واتباع الإجراءات الوقائية أكبر.

بالنسبة لصفحة وزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق الرسائل الإخبارية المتوخاة من الصور في منشورات وزارة الإعلام بلغ عددها (168) بنسبة (56%) ، تليها المنشورات ذات الاهداف التحذيرية بتكرار (108) ونسبة (36%)، ثم ذات الأهداف الدعائية بتكرار (14) ونسبة (4.7%)، ثم ذات الأهداف الإرشادية بتكرار (10) ونسبة (3.3%).

- من الجدير ملاحظته ان وزارة الإعلام أعطت أهمية أكبر بكثير من وزارة الصحة للمنشورات ذات الهدف التحذيري وكان ذلك على حساب الهدف الإرشادي في حين حافظ الهدف الإخباري على أهميته.

11- فئة الرسائل المستهدفة في مرحلة الإعلام والإخبار:

جدول رقم (12) الرسائل الصحية بالمادة الإعلامية الخاصة بالكورونا بمرحلة الإعلام والإخبار

فئة الرسائل المستهدفة في مرحلة الإعلام والإخبار							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة الإعلام والإخبار	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة الإعلام والإخبار	الرقم
64.6%	299	تقديم المعلومة	1	95.51%	298	تقديم المعلومة	1
2.8%	14	توظيف المعلومة	2	0%	0	توظيف المعلومة	2
36.1%	178	شرح المعلومة	3	4.17%	13	شرح المعلومة	3
0.4%	2	تحليل المعلومة	4	0.32%	1	تحليل المعلومة	4
103.9%	493	المجموع		100%	312	المجموع	

بالنسبة لصفحة وزارة الصحة:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن رسائل الإعلام والإخبار ركزت في الدرجة الأولى حول رسالة تقديم المعلومة بنسبة (95.51%)، ثم رسالة شرح المعلومة بنسبة (4.17%)، ثم رسالة تحليل المعلومة بنسبة (0.32%)، في حين لم ترد رسالة توظيف المعلومة في أي منشور.

- تأتي النتيجة السابقة في استحواد رسالة "تقديم المعلومة" المرتبة الأولى كنتيجة طبيعية لسيطرة السمة الإخبارية على الغالبية العظمى من المادة الإعلامية التي تقدمها وزارة الصحة في تغطيتها لتطورات جائحة كورونا. من الجدير ملاحظته أن هذه النتيجة تتفق أيضاً مع مجموع النتائج السابقة.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن رسالة تقديم المعلومة بلغ تكرارها (299) بنسبة (64.6%)، ثم رسالة شرح المعلومة بتكرار (178) بنسبة (36.1%)، ثم رسالة

توظيف المعلومة بتكرار (2) ونسبة (2.8%)، وأخيراً رسالة تحليل المعلومة بتكرار (2) ونسبة (0.4%).

- النتيجة السابقة متفقة مع نتيجة النوع الصحفي المستخدم، حيث جاء الخبر في المرتبة الأولى، ولكون الخبر يعتمد على تقديم المعلومة، فإنها جاءت في المرتبة الأولى من رسائل مرحلة الإخبار والإعلام.

الاستنتاج: سيطرة الهدف والرسائل الإخبارية (تقديم المعلومة) على معظم المنشورات الصحفية في مرحلة الإعلام والإخبار ولكلا الوزارتين.

12- فئة الرسائل التي يستهدفها المنشور في مرحلة التحذير والتنبيه:

جدول رقم (13) الرسائل الصحفية بالمادة الإعلامية الصحية الخاصة بالكورونا بمرحلة التحذير والتنبيه

الرسائل التي يستهدفها المنشور في مرحلة التحذير والتنبيه							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة التحذير والتنبيه	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة التحذير والتنبيه	الرقم
20.5%	56	خطورة الإصابة بالمرض على الفرد	1	11.93%	21	خطورة الإصابة بالمرض على الفرد	1
2.6%	7	خطورة الإصابة على المجتمع	2	17.61%	31	خطورة الإصابة على المجتمع	2
0.7%	2	آثار الإصابة اجتماعياً وتعليمياً ونفسياً	3	11.36%	20	آثار الإصابة اجتماعياً وتعليمياً ونفسياً	3
66.3%	181	سرعة انتشار المرض	4	31.25%	55	سرعة انتشار المرض	4
9.9%	27	محدودية امكانيات المنظومة الصحية	5	27.84%	49	محدودية امكانيات المنظومة الصحية	5
100%	273	المجموع		100%	176	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- نلاحظ من خلال قراءة الجدول السابق أن مرحلة التحذير والتنبيه ركزت في الدرجة الأولى على رسالة سرعة انتشار المرض بتكرار بلغ (55) بنسبة (31.25%)، ثم رسالة محدودية امكانيات المنظومة الصحية بتكرار (49) بنسبة (27.84%)، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة رسالة آثار الإصابة اجتماعياً وتعليمياً ونفسياً بتكرار قدره (20) ونسبة مئوية قدرها (11.36%)

- وتفهم النتيجة السابقة في استحواذ رسالة "سرعة انتشار المرض"، ورسالة "محدودية إمكانيات المنظومة الصحية" في المرتبة الأولى والثانية بسبب خطورة الوضع الصحي في بداية ظهور الجائحة وانتشارها بشكل متسارع عالمياً وهذا ما يتطلب توعية وتحذير الجمهور من خطورة هذا الجائحة وسرعة انتشارها في الدرجة الأولى، ومن ثم إعلامه بمحدودية إمكانيات المنظومة الصحية في حال ازدياد أعداد الإصابات بسبب الحصار الاقتصادي الجائر على البلاد وما يفرضه هذا الحصار من صعوبة في توفير المواد والأجهزة الطبية اللازمة للتعامل مع المصابين بالجائحة من جهة، وتأثيره في نفس الوقت على الخدمات الطبية الأخرى.

- وقد يعود سبب ورود رسالة "خطورة الإصابة بالمرض على الفرد" بنسبة منخفضة في المرتبة الأخيرة لعدم اتباع وزارة الصحة أسلوب التهيب للجمهور سواء كأفراد أو كجماعات لعدم نشر الذعر والخوف بين الجمهور.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن رسالة سرعة انتشار المرض جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (181) ونسبة (66.3%)، تليها رسالة خطورة الإصابة على الفرد بتكرار (56) ونسبة (20.5%)، ثم رسالة خطورة الإصابة على المجتمع بتكرار (7) ونسبة (2.6%)، ثم رسالة آثار الإصابة اجتماعياً وتعليمياً ونفسياً بتكرار (2) ونسبة (0.7%).

- والنتيجة السابقة متفقة مع نتيجة نوع الصورة المستخدمة حيث جاءت الصور البيانية بالمرتبة الأولى، حيث أن معظم الصور تعبر عن أعداد الإصابات حول العالم، ما يشير إلى سرعة انتشاره حول العالم أيضاً.

- الاستنتاج: ركزت منشورات وزارتي الصحة والإعلام الصحية الخاصة بالكورونا على الرسالة التحذيرية حول سرعة انتشار العدوى بفيروس كورونا.

13- فئة الرسائل المستهدفة في مرحلة الإرشاد والتوجيه:

جدول رقم (14) الرسائل الصحية بالمادة الإعلامية الخاصة بالكورونا بمرحلة الإرشاد

والتوجيه

الرسائل المستهدفة في مرحلة الإرشاد والتوجيه							
موقع وزارة الإعلام				موقع وزارة الصحة			
النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة التحذير والتنبيه	الرقم	النسبة المئوية	التكرارات	الرسائل في مرحلة التحذير والتنبيه	الرقم
3%	6	البقاء في المنزل	1	19.91%	93	البقاء في المنزل	1
11.2%	24	الابتعاد عن أماكن الازدحام	2	16.70%	78	الابتعاد عن أماكن الازدحام	2
29%	62	الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية	3	17.56%	82	الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية	3
13.1%	28	الالتزام بالنظافة الشخصية	4	14.99%	70	الالتزام بالنظافة الشخصية	4
8.4%	18	التواصل مع الكادر الطبي عند الاشتباه بالإصابة	5	4.71%	22	التواصل مع الكادر الطبي عند الاشتباه بالإصابة	5
2.3%	4	الالتزام بالحجر الصحي في حال الإصابة أو الشك	6	10.49%	49	الالتزام بالحجر الصحي في حال الإصابة أو الشك	6
6.5%	14	اتباع نظام غذائي صحي	7	6.42%	30	اتباع نظام غذائي صحي	7
27.1%	58	أخذ اللقاح	8	9.21%	43	أخذ اللقاح	8
100%	214	المجموع		100%	467	المجموع	

بالنسبة لوزارة الصحة:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن مرحلة الإرشاد والتوجيه ركزت في الدرجة الأولى على رسالة البقاء في المنزل بنسبة (19.91%)، ثم رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية وبنسبة (17.56%)، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة رسالة التواصل مع الكادر الطبي عند الاشتباه بالإصابة بتكرار قدره (22) ونسبة مئوية قدرها (4.71%).

- تفسر النتيجة السابقة في استحواذ كل من رسالة " البقاء في المنزل " ورسالة " الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية " ورسالة "الابتعاد عن أماكن الازدحام" في المراتب الأولى

وينسب متفاوتة لكون هذه الرسائل أهم الرسائل الصحية التي أوصت بها المنظمات والمؤسسات الصحية العالمية كمنظمة الصحة العالمية، كونها أكثر الرسائل فاعلية للحد من انتشار المرض في حال الالتزام بها من قبل الجمهور، وهذا ما يؤدي بدوره إلى التخفيف من حدة انتشار الجائحة ويزيد القدرة على السيطرة عليها.

بالنسبة لوزارة الإعلام:

- يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أن رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (62) ونسبة (29%)، تليها رسالة أخذ اللقاح بتكرار (58) ونسبة (27.1%)، تليها رسالة الالتزام بالنظافة الشخصية بتكرار (28) ونسبة (13.1%)، ثم رسالة الابتعاد عن الازدحام بتكرار (24) ونسبة (11.2%)، ثم رسالة التواصل مع الكادر الطبي حين الاشتباه بالإصابة بتكرار (18) ونسبة (8.4%)، ثم رسالة اتباع نظام غذائي صحي بتكرار (14) بنسبة (6.5%)، ثم رسالة البقاء في المنزل بتكرار (6) ونسبة (3%)، ثم رسالة الالتزام بالحجر في حال الإصابة أو الشك بها بتكرار (4) ونسبة (2.3%).

- الاستنتاج: ركزت وزارة الصحة في منشوراتها المتعلقة بجائحة كورونا على ضرورة البقاء في المنزل ثم رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية. بينما ركزت وزارة الإعلام على رسالة الالتزام بالتعليمات الطبية والحكومية ثم رسالة التشجيع على أخذ اللقاح الخاص بالكورونا.

➤ مقترحات البحث

- العمل على تطوير البرامج الإعلامية السورية بكافة وسائل الإعلام بما يواكب تطورات العصر بهدف زيادة متابعة الجمهور السوري لإعلامه الوطني وزيادة ثقته بمصداقية ما يقدمه هذا الإعلام.
- الاعتماد على الخبراء والمختصين في مختلف المجالات عند إعداد وتحضير البرامج الإعلامية المتخصصة.
- الاستعانة بخبراء من علم النفس الإعلامي والإعلام التربوي عند إعداد المضمون الإعلامي لحملات التوعية والتثقيف في كل المجالات التي تقوم بها وزارة الإعلام.
- زيادة نسبة البرامج الثقافية العامة وأيضاً البرامج الثقافية النوعية والمتخصصة (برامج صحية، بيئية، اجتماعية، اقتصادية، جنسية....)
- إحداث مركز أبحاث علمية إعلامية بهدف دراسة مدى نجاح الإعلام السوري في إيصال الرسالة الإعلامية المراد إيصالها للجمهور.
- الاهتمام بالعاملين في المكاتب الصحفية والإعلامية التابعة لوزارات ومؤسسات الدولة وتعيين المؤهلين وأصحاب الكفاءات بما يضمن الارتقاء بمستوى العمل المهني لهذه المكاتب الصحفية.
- تأمين كافة المستلزمات الضرورية والحديثة من تجهيزات ووسائل للعاملين في المؤسسات الإعلامية السورية بما يمكنهم من القيام بمهامهم على أفضل شكل ممكن.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أحمر، رياض، المراقب الصحي في الأردن ومهامه وواجباته، دار آرام للنشر، عمان، الأردن، 2006.
- حوجة، توفيق. (2001). الرعاية الصحية الأولية تاريخ وانجازات المستقبل. مطابع الفرزدق التجارية: الرياض.
- عباس، حسين؛ محسن، ضيدان. (2012). دور القنوات الاذاعية والتلفزيونية المحلية في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الجامعات العراقية في مدينة بغداد: دراسة ميدانية. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد (40)، ص 161-183.
- شماس، عيسى. (2004). الإعلام التربوي. منشورات جامعة دمشق: دمشق.
- مزاهرة، أيمن، الصفدي، عصام، أبو الحسن، ليلي، (2012)، علم اجتماع الصحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- ملحم، سامي. (2000). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط1). عمان: دار الميسرة.
- فياض، أحمد. (2015). دور الإعلام الجديد في الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين دافع التعرض والإشباكات المتحققة. مجلة كلية الفنون والإعلام. العدد (5). ص 53-84.

- مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين. (2006). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
- المزروع، يعقوب بن يوسف. (2003). دليل العاملين في الرعاية الصحية الأولية. ط2، وزارة الصحة السعودية، الإدارة العامة للمراكز الصحية، الرياض: السعودية.
- المعاينة، مصعب. (2014). دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا: الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Carter, L, Marshall, MD, (2007) toward an educated Health Consumer, Mass Communication and Quality in Medical care. Health Care Journal. Vol (2).
- Lynn, Morgan, (2001), Community Participant in health: Perpetual Allure Persistent Challenge, Health Policy and Planning, Oxford University Press, NO, (16)
- Merton Tomas and Julie M. Duck, (2001) . communication Research, Health Beliefs. Mass and interpersonal influence on perceptions of risk to self and others, communication Research, Vol. 28.
- William j.h. and abennathy, r, health education in school (New York, the Roland press company. (1959).

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

- موقع منظمة الصحة العالمية الخاص بفيروس كورونا (كوفيد- 19) متوفر على الرابط:

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

- موقع ويكيبيديا باللغة العربية متوفر على الرابط

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9>