

دور الإعلام العربي في رفع الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا - قراءة في المفاهيم وإسهامات الباحثين -

The role of Arabic Media in health awareness raising during COVID-19 pandemic

- Concepts and researchers' contributions -

دهيمي شهرزاد.

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجزائر)، chahrazed.dehimi@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2022 / 12 / 31

تاريخ القبول: 2022 / 12 / 01

تاريخ الاستلام: 2022 / 10 / 16

ملخص:

يتناول المقال موضوعا محوريا شكل لقرابة الثلاث سنوات الأخيرة فحوى مواضيع الساحة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والصحية وخاصة الإعلامية، والتناول البحثي وهو جائحة كورونا، فالإنسان بحاجة إلى الصحة النفسية والجسمية ليكون قادر على العمل والإنتاج وتحقيق أهداف التنمية المجتمعية الشاملة، وتعد الصحة من أهم أهداف الإنسان في الحياة لأنها السبيل إلى شعوره بالرضا والتحرر من خوف المرض وتداعياته، وهي المقياس الأكيد الذي يعكس الواقع العلمي لمستوى الحياة التي يعيشها الإنسان في مجتمعه. فلا يمكن لغايات الصحة أن تتحقق دون وعي لأهمية الوقاية ودون المشاركة الإيجابية من الأفراد والمؤسسات، ولكي تتحقق تلك المشاركة، هناك مسؤوليات تقع على عاتق الفاعلين في الصحة، ومن يوصل الرسالة عنهم والذي هو الإعلام، لذلك أردنا التعرف على دور الإعلام العربي في رفع الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا من خلال قراءة بعض الإسهامات الأكاديمية للباحثين العرب.

الكلمات المفتاحية: الإعلام؛ الإعلام الصحي؛ الباحثين العرب؛ الوعي الصحي؛ جائحة كورونا.

Abstract:

The present article deals with an axial subject, which was, for the last three years, one of the most important topics in social, economic, political and health fields, as well as in Media and academic domains: the COVID-19 pandemic, psychological and physical health is crucial for work, productivity general goals of society development. Furthermore, health is one of the most priorities in human's life, which provide him satisfaction, and freedom of disease repercussions. Healthcare is actually an important parameter in countries development.

and its general goals can't be achieved without awareness of the importance of prevention and also without positive participation of individuals; for this purpose, many responsibilities are required from health field actors and also from media which deliver their messages. The purpose of this study is to learn about the role of Arabic media in health awareness raising during the COVID-19 pandemic, by analyzing some academic contributions of Arabic researchers.

Keywords: Arabic researchers; COVID-19 pandemic; media; health awareness; health media.

1. مقدمة

شكلت جائحة كورونا مادة خصبة لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها على صعيد الإعلام القديم والجديد، حيث شهدت الساحة الإعلامية الوطنية والعربية والعالمية وفرة من المعلومات من مصادر مختلفة، فأصبحت السبل التي يتم بها نقل المعلومات الأساسية للجمهور أمراً بالغ الأهمية، حيث وحسب الدور التوعوي لوسائل الإعلام يمكن أن تساهم في تعزيز السلوك الصحي ورفع الوعي به لدى الجمهور، خصوصاً في بداية ظهور الوباء من أجل جعل إمكانية احتوائه ممكنة. لقد كان بادياً في العديد من دول العالم أن استهلاك الأخبار حول جائحة كورونا تزايد عبر القنوات الإعلامية القديمة والحديثة، مما جعل الإعلام كمنشآت مجتمعي يومي، والتقارير المكثفة لوسائله المختلفة يقع في إشكالية المصداقية، حيث يلعب الإعلام دوراً هاماً في التثقيف الصحي، أين يستهدف بناء نمط حياتي سليم، من خلال تطوير شعور الجمهور بالمسؤولية وتوجيهه نحو الوقاية وتحسين حالته الصحية، ومحاولة خلق العادات والمعتقدات الجديدة والسلوك الصحي الجيد والنافع وجعل الصحة هدف ذو أولوية لديه، فالمتابعة الكبيرة للأحداث المتعلقة بالجائحة وخلق الإثارة حولها أدى إلى الخوف، مما أثر على إمكانية تعبئة الجمهور وتوعيته، والذي أدى بدوره إلى تصاعد التهديد الصحي وضرب مصداقية الإعلام بجميع أشكاله ومستوياته، فما هو الدور الذي لعبه الإعلام العربي في رفع الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا من خلال قراءة في إسهامات الباحثين؟

وسنسى من خلال هذا المقال إلى التعرف على عدة مفاهيم منها الإعلام؛ الإعلام الصحي؛ الوعي الصحي؛ وجائحة كورونا، وكذا عرض عدة دراسات عربية لمعرفة الدور الذي لعبه الإعلام العربي في رفع الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا قمنا بوضع قراءة لمحتواها وعرضه.

أولاً: الإعلام

1. تعريف الإعلام:

الإعلام هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاماً متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصاً بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع، ويطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع. (الإعلام ar.m.wikipedia.org) كما يعرف الإعلام مجموعة من قنوات الاتصال المستخدمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات، ويعرف الإعلام بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير. ومن التعريفات الأخرى للإعلام أنه المعلومات التي تُنشر بواسطة الوسائل الإعلامية، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، كما أن الإعلام يكون بمجموعة من الوسائل التي تُؤثر على نطاق كبير من الأفراد، كالإنترنت والمجلات. (محمد أبو خليف، مقال الكتروني، 2022)

2. وظائف الإعلام:

في الدول الديمقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، ومن خلال عملها تقوم أيضاً بالنشاط النقدي والرقابة العامة منها نشر الأخبار وإعطاء وتوظيف المعلومات التي يجهلها المتلقي، تلك الوظائف تختلف في مدى حيادها ومصداقيتها بحيث تنفع الجمهور، والعلم التخصصي الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى علم الإعلام والذي يقوم بالوظائف التالية:

- تمثيل الرأي العام وتمثيل المؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي.
 - الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسوب.
 - تقديم الخدمات للجمهور وإعلانات.
 - التعليم والإرشاد.
3. أنواع وسائل الإعلام:

تتعدد أنواع وسائل الإعلام في عصرنا الحالي ونجد من بينها 3 أنواع:

- الإعلام المكتوب: كالجرائد والمجلات وغيرها.
 - الإعلام المرئي: ويقصد به التلفاز والحاسوب.
 - الإعلام المسموع: ويعني به الإذاعة أو الراديو.
 - الإنترنت من خلال بعض المواقع وسائل التواصل الاجتماعية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية.
- كما تصنف وسائل الإعلام تصنيفاً آخر إلى:
- 1- الصحف اليومية: من الوسائل الإعلامية التي تُساهم في توفير العديد من المُميّزات للإعلام، إذ يتابع معظم الأفراد الإعلانات المنشورة في الصحف اليومية أو الصحف المتخصصة في الإعلانات، من أجل البحث عن معلومات تتعلق بشيء ما، كما تتميز الصحف بقدرتها على الربط بين الإعلام والأحداث المُحيطة به.
 - 2- التلفاز: وسيلة إعلامية تعتمد على عرض الصوت والصورة والأحداث مباشرة للأفراد، وتظهر أهمية التلفاز بسبب قدرته على الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس في كافة أنحاء العالم، ويستخدم التلفاز لنقل الأخبار والإعلانات التجارية والمواد الإعلامية الأخرى.
 - 3- الراديو (المنذباع): من وسائل الإعلام الصوتية الذي يتميز بسهولة وصوله إلى المستمعين في أي مكان، وخصوصاً أثناء قيامهم بأعمال أخرى أثناء سماعهم للراديو، كما يتميز الراديو بقدرته على استقطاب المستمعين من خلال البرامج الإذاعية التي تشمل على معلومات متنوعة، وتُساهم في نشر العديد من الإعلانات أثناء بثها عبر الإذاعة.
 - 4- المجلات: وسيلة إعلامية تشبه الصحف في استخدام الأدوات الإعلانية، لكنّها تتميز بأنها تُقرأ بناءً على اختيار القراء، كما لا تتعرض للتلف أو الضياع مثل الصحف، إذ من المُمكن الاحتفاظ بها لأطول فترة زمنية ممكنة، ويقراها العديد من الأفراد ضمن الأسرة الواحدة، من المميزات الأخرى للمجلات أنّها تعمل على تقديم المعلومات والمواد الإعلامية بطباعة ممتازة من خلال استخدام الصور الملونة.
 - 5- الإعلام الإلكتروني: من وسائل الإعلام الحديثة التي تعتمد على الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية التي تشمل شبكة الإنترنت وأية وسيلة أخرى من الوسائل المعتمدة على المعلومات الرقمية، ويعتبر الإعلام الإلكتروني مختلفاً عن الإعلام المطبوع.

4. وظائف الإعلام:

- يعتمد الإعلام على مجموعة من الوظائف التي ترتبط بطبيعة الدور الخاص فيه ضمن المجتمع، إذ يحرص على مواكبة حاجات الأفراد الفكرية والمادية، وتختلف وظائف الإعلام بين المجتمعات، مما أدى إلى قيام مجموعة من المفكرين الإعلاميين بتحديد أهم وظائف الإعلام، ومنها:
- تعزيز الإعلام: من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات المهمة والضرورية حتى يتمكنوا من فهم المجتمع والعالم، والتصرف والتواصل بطريقة سليمة.

- تحقيق التنشئة الاجتماعية: عن طريق توفير المعرفة المناسبة للأفراد، مما يساهم في تعزيز تفاعلهم مع المجتمع، ومشاركتهم في الأحداث العامة، ويؤدي ذلك إلى تطور وعيم الاجتماعي.
 - دعم الدوافع: أي الأهداف المجتمعية المباشرة عن طريق تشجيع النشاطات الخاصة بالأفراد.
 - الحوار: عملية تبادل الأفكار حول مجموعة من الحقائق، من أجل مناقشتها وتوضيح وجهات النظر المختلفة، ومحاولة الوصول إلى اتفاق حول القضايا المطروحة.
 - التربية: من خلال تعزيز التطور العلمي والثقافي، ونشر المعرفة في المجتمع.
 - الإعلان والدعاية: عن طريق المساهمة في دعم الأنشطة الاقتصادية، من خلال استخدام الإعلان والتسويق للخدمات والسلع.
5. تأثيرات الإعلام:

- ترتبط بالإعلام مجموعة من التأثيرات التي تؤثر على مختلف مجالات الحياة، وتقسم إلى الآتي:
- التأثيرات الاقتصادية: هي مجموعة التأثيرات المرتبطة بالإعلام الخاص بالتسويق، والذي يساهم في توصيل المنتجات من المنتجين إلى الزبائن، مما يؤدي إلى تفعيل دور الإعلام في المشاركة في التنمية الاقتصادية؛ عن طريق تحفيز الناس لشراء المنتجات الجديدة. يرى بعض المفكرين الاقتصاديين أن كثافة الإعلانات الخاصة بالمنتجات تعتبر نوعاً من أنواع إهدار المال، كما قد تؤثر على العلامة التجارية، وتجعل المستهلكين يبحثون عن علامات تجارية جديدة، وغالباً تتم إضافة تكلفة الإعلانات إلى أسعار بيع السلع.
 - التأثيرات الاجتماعية: هي مساهمة الإعلام في التأثير على المجتمع؛ بسبب استخدامه مجموعة من الوسائل الإعلامية في التواصل مع الأفراد، مثل التلفاز والصحف، كما قد يستعين الإعلام باستخدام أساليب تساعد على إقناع الناس في العديد من الأفكار، مثل شراء سلع معينة.
 - التأثيرات السياسية: هي ارتباط الإعلام في التأثير على الحياة السياسيّة في الدول، ومن الأمثلة على ذلك استخدام وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية للمرشحين في الانتخابات، إذ ساهمت الإعلانات في تقديم دعم مهم للمرشحين من أجل شغل مناصب سياسيّة. فساعدت الرسائل الإعلامية في التركيز على إنجازات المرشح، مما يساهم في تعزيز فرصته للنجاح في الانتخابات. (محمد أبو خليف، مقال الكتروني، 2022)

ثانياً: الإعلام الصحي

1. تعريف الإعلام الصحي: هو ذلك النوع من الإعلام المتخصص في مجال الطب والصحة، وهو يقوم بنقل الأفكار والحقائق عن الأمراض والصدمات والتشوهات وأسبابها وتطورها ومدى انتشارها وكيفية تشخيصها وسبل الوقاية منها وعلاجها، وكذلك تقديم الأخبار حول مختلف القضايا والأحداث الطبية والصحية بهدف توجيه الأفراد وتعليمهم وتوعيتهم وثقيفهم. (أبو سمرة، 2010، 29)

فالإعلام الصحي صورة من صور الإعلام التنموي كونه يحمل مضامين إرشادية وتوعوية للوقاية من الأمراض. (المشاقية، 2012، 91)

2. الأدوار المميزة للإعلام الصحي: هناك أدور يتميز بها الإعلام الصحي وعلى عدة مستويات تتمثل فيما يلي:
- نشر الأخبار والمعلومات الصحية الخاصة بكل من الإنجازات والندوات، وورشات العمل والقضايا الصحية والتجارب الطبية، وتقديم الإحصائيات والبيانات الصحية وتحليلها وتفسيرها.
 - القيام بمجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى رفع الوعي الصحي، وغرس السلوكيات الصحية السليمة لدى الأفراد والمجتمعات.

- إجراء البحوث والدراسات في مختلف المجالات الصحية للتعرف على التحديات والعوائق وطرح الحلول والتوصيات.
- تعزيز الشراكة والتواصل مع مصادر الإعلام الأخرى، والمؤسسات الإعلامية المختلفة والاستفادة من تجاربها في تقديم المعلومات الصحيحة والتحذير من الشائعات المعلومات الخاطئة.
- تشجيع مؤسسات المجتمع بكل أشكالها المختلفة والتعاون معها من أجل بناء منظومة صحية والإسهام في خدمة المجال الصحي للمجتمع.
- دعم وتشجيع الجهود الهادفة إلى تنمية وتطوير برامج التوعية الصحية.
- إبراز الجهود الرائدة والمبادرات الفاعلة لدى الأفراد والمؤسسات العاملة في المجال الصحي.
- تشجيع الكوادر الإعلامية والمختصين بالحقل الصحي على الإبداع والتقدم في المجال الإعلامي الصحي.
- تلمين وتقدير وتكريم الكفاءات المتميزة، وتشجيع المبدعين على المساهمة في البرامج التوعوية الصحية.

3. أهداف الإعلام الصحي:

- هناك عدة أهداف تخص الإعلام الصحي نذكر منها ما يلي:
- نقل الخبرات الصحية والطبية العالمية وتبسيط الضوء على التجارب والقضايا ذات الاختصاص للاستفادة منها.
- الاستثمار في وسائل الإعلام المختلفة لتحسين نوعية الحياة في المجتمع من خلال نشر الوعي الصحي والوقائي ونشر المعلومات الصحية.
- إشعار وإعلام المجتمع بالأخطار الصحية المحيطة والمحدقة به والتحذير منها.
- مكين أفراد المجتمع من تحديد المشاكل الصحية والإسهام في طرح الاقتراحات والحلول الناجعة.
- غرس العادات والتقاليد الاجتماعية التي من شأنها تدعيم الجانب الصحي وتطوره مثل ممارسة الرياضة والتغذية الصحية والعادات السليمة.
- ترسيخ السلوك والاتجاهات الصحية السليمة وتغيير الخاطئة.
- تربية الأطفال على السلوك الصحي السليم وتغيير سلوكهم وعاداتهم الخاطئة خاصة في حالة انتشار الأوبئة والأمراض داخل المجتمع.
- تحسين الصحة على مستوى الفرد والمجتمع، وخفض حدوث الأمراض والإعاقات والوفيات.
- تحسين وتطوير مهارات العاملين في المجال الصحي وتلافي السلبيات الصحية والأخطاء الطبية.
- ترشيد نفقات تكاليف الخدمات الصحية والطبية والمحافظة على جودة الخدمات المقدمة وتحسينها مستقبلاً.
- الإسهام في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للخطط الصحية.
- توفير قاعدة وأرضية علمية موثوقة من المواد الإعلامية الصحية. (الهجلة، مقال الكتروني، 2022)

4. الأدوار التي يقوم بها الإعلام بصفته كنسق كلي للمجتمع:

- يعتبر الإعلام جزء لا يتجزأ من النظام الكلي للمجتمع، حيث يقوم بأدوار جد هامة تساهم جميعها في تحقيق استقرار المجتمع، ولا بد من وجود تكامل بين السياسات الإعلامية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية

وغيرها للخروج بالخطة التنموية الشاملة حيث لا يمكن لقطاع الصحة وحده أن يحقق جميع الأهداف الصحية إلا بتنسيق الجهود بين القطاع الصحي وباقي مؤسسات المجتمع كالأُسرة والمدرسة والإعلام وغيرها. فالإعلام الصحي ليس محصوراً على الحالات الإستشفائية أو المرضية وعلاجها والتخلص من أعراضها، بل يتعداها إلى نشر كل ما له علاقة بالصحة، كالحديث عن التأمين الصحي والمؤسسات الصحية وعن دور فترة النقاهة ورعاية المسنين وعن البرامج الصحية كاللياقة البدنية والنفسية والحديث عن الأطفال وسلوكياتهم أو الإعلانات التي تكون عن أي مؤسسة أو منتج له علاقة بصحة الإنسان.

والهدف من ذلك هو خلق وعي صحي عام ومعرفة عالية لدى كافة فئات المجتمع، وعندما يكون الإعلام الصحي إعلاماً متخصصاً ذو مهنية عالية واحترافية فإنه ينقل الأخبار والمعلومات بشكل مناسب دون زيادة أو نقصان، مما يلقي رواجاً واسعاً لدى مستهلكيه على السواء من ناحية الوضع الصحي للمجتمع، وهذا ما يكسبه الثقة داخل المجتمع. وبالتالي يساهم في جودة الخدمات الصحية. (الهجلة، مقال الكتروني، 2022)

5. الإعلام والدور الذي يلعبه من أجل التوعية الصحية:

يلعب الإعلام دور كبير وفعالاً في تكريس وتفعيل المجال الصحي، كما أنه ليس محصوراً في نشر كافة الحالات المرضية وإنما يساهم في نشر كافة الأمور المتعلقة بالصحة، من حيث الإحصائيات ونشرها، وخطورة الأوبئة واستفحالها، التأمين الصحي، كما تقوم وسائل الإعلام بالتركيز على مواجهة السلوكيات الخاصة لدى أفراد المجتمع والزامية إتباعها. (عبيات، مقال الكتروني، 2022)

- يساهم الإعلام بنشر كافة المعلومات والأخبار المتعلقة بالصحة، كما يقوم بنشر الإنجازات والندوات بالإضافة إلى نشر ورش العمل والقضايا التي تكون متعلقة بشكل كبير بالصحة والتجارب الصحية.
- يساهم الإعلام الصحي في تقديم كافة الإحصائيات والبيانات ذات علاقة بالصحة، مع أهمية التركيز على تحليلها وتقديمها لكافة الفئات الجماهيرية المتخصصة.
- يهدف الإعلام من خلال استخدام الأنشطة في رفع الوعي الصحي لدى الأفراد والمجتمعات المستهدفة، بالإضافة إلى أنه يساهم في غرس السلوكيات الصحية السليمة والإيجابية.
- يساهم الإعلام في تعزيز العلاقات والشراكة ما بينه وما بين القطاع الصحي، حيث يكون ذلك من خلال تقديم المعلومات الصحيحة، وأهمية التركيز على العواقب التي تحدثها الشائعات والمعلومات الخاطئة.
- يلعب الإعلام دور في تشجيع مؤسسات المجتمع للتكاتف مع بعضها البعض؛ وذلك من أجل خدمة المجال الصحي، بالإضافة إلى تشجيع الجهود التي تكون ذات هدف وإلى تنمية وتطوير كافة برامج التوعية الصحية.
- يساهم الإعلام في إبراز الجهود الناتجة عن المبادرات الصحية لدى المؤسسات العاملة والأفراد، كما تساهم في تشجيع الكوادر الإعلامية على الإبداع والابتكار في مجال الإعلام الصحي، مع أهمية التركيز على تشجيع المبدعين على الاشتراك والمساهمة في البرامج التوعوية الصحية، كما يساهم في تكريم وتقدير كافة الكفاءات الإعلامية التي تتميز في القطاع الصحي.
- يلعب الإعلام دور كبير في الحث على إجراء الدراسات والبحوث في المجال الصحي؛ وذلك من أجل التعرف على كافة التحديات والعوائق الناتجة عن أمراض معينة، كما يساهم في تقديم الحلول والتوصيات تجاهها.

- يساهم الإعلام في تحسين وتطوير المهارات لدى العاملين في القطاع الصحي، مع أهمية القضاء على السلبيات والأخطاء الطبية الناتجة.
- يساهم في توفير قاعدة عريضة من المعلومات الموثوقة، وخاصة فيما يتعلق بالمواد الإعلامية الصحية.
- يهدف إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية الصحية المخطط لها.
- يساهم في تشريد التكاليف المتعلقة بكافة الخدمات الطبية والصحية، مع أهمية المحافظة على جودة تقديم هذه الخدمات وتحسينها على المدى البعيد. (مهدي، مقال الكتروني، 2022)

ثالثاً: الوعي الصحي

1. تعريف الوعي الصحي: هو رفع مستوى الثقافة الصحية للأفراد بما يكفل لهم حياة صحية سليمة بعيدة كل البعد عن الإصابة بالأمراض، وهدفها الأساسي الحفاظ على صحة المواطنين، وحثهم على تبني نمط حياة جديد سليم، وتسعى الثقافة الصحية إلى التخلص من العادات الخاطئة التي تؤدي إلى حدوث الأضرار، والتركيز على الجوانب التي تفيد الصحة مثل جانب وضع نظام غذائي صحي، فهي كل الجهود المبذولة من أجل تعليم الأفراد العادات الصحيحة وتمكينهم من تجنب الإصابة ببعض الأمراض، وأهمية الحفاظ على صحتهم.
2. أهمية الوعي الصحي: للوعي الصحي أهمية كبرى في الحفاظ على سلامة الأفراد ضد المخاطر، حيث يهدف إلى غرس القيم السليمة التي تخص الصحة، وهو يساعد على خفض مستوى الإصابة بالأمراض داخل المجتمع من خلال:
 - توجيه عناية الأفراد نحو إتباع العادات الصحية السليمة.
 - مساعدة الأفراد على التخلص من العادات الضارة بصحتهم.
 - تحسن الحالة العامة للمواطنين.
 - الحد من ظاهرة الوفيات الناجمة عند انتشار الأمراض.
 - يعمل على تحقيق مقولة {الوقاية خيرًا من العلاج}.
3. خطوات رفع الوعي الصحي لدى الأفراد:
 - الإشارة إلى أهمية الفحص المبكر للأمراض، وأن في اكتشاف الأمراض مبكراً فائدة كبرى في سهولة التخلص منه والقضاء عليه.
 - التوعية بضرورة التخلي عن العادات الضارة واستبدالها بعادات صحية.
 - القيام بحملات للتوعية بأهمية الصحة في حياة كل فرد وضرورة الاهتمام بهذا الأمر.
 - محاولة الحد من انتشار الأمراض المتفشية في المجتمع ومحاولة تفادي الأمراض المزمنة والمضاعفات التي قد تحدث نتيجة عنها، وذلك بإنشاء الأماكن المتخصصة في علاجها.
 - نشر الوعي الصحي من خلال التركيز على الأشياء التي تسبب ضرر لصحة المواطنين، والتأكيد على أهمية تركها، مثل عادة التدخين التي تسبب العديد من الأمراض وقد تؤدي إلى الوفاة، وهذه العادة السيئة تلحق الضرر بالمدخن وبمن حوله.
 - نشر الوعي اللازم بالأمور التي تساهم في الحفاظ على الصحة، مثل وضع نظام غذائي يلائم الجسم، والتأكيد على أهمية ترك العادات السيئة في تناول الأطعمة، فهي تُشكل خطراً على الصحة.
 - تسليط الضوء على أهمية الفحص قبل الزواج للحد من ظاهرة الأمراض الوراثية التي تصيب الأطفال فيما بعد.

- التطوير الدائم لمنظومة التطعيم والتي من شأنها مكافحة أمراض العصر، والتركيز علي مواكبة التطورات ووجود تطعيمات مضادة للمرض، وبذلك نضمن بشكل كبير صحة جيدة للطفل.
- 4. وسائل الوعي الصحي: تختلف الوسائل باختلاف الشخص المتلقي لها ويظهر ذلك من خلال التالي:
 - توعية الأسرة: تعتبر الأسرة هي الأساس في عملية التوعية الصحية، لذلك يتوجب وجود جهات مختصة تعمل على نشر الوعي الصحي لها.
 - توعية صحية عن طريق وسائل الإعلام: من خلال استخدام كافة وسائل الإعلام من إذاعة، لبرامج تليفزيونية، لمجلات، وغيرها من الوسائل، البرامج المتخصصة في التوعية الصحية للأفراد.
 - توعية صحية عن طريق المساجد: يمكن بث وسائل التوعية الصحية عن طريق المسجد من خلال شيخو المساجد.
 - توعية صحية عن طريق المدرسة: فالمؤسسة التعليمية تقوم بدور كبير في بث كل وسائل التثقيف للطلبة بما فيها الثقافة الصحية. (هايدي مصطفى، مقال إلكتروني، 2020)
 - 5. ثقافة الوعي الصحي: الوعي الصحي هو ثقافة يجب إن تنشر في المجتمعات كافة، ويجب على جميع الأفراد الالتزام بمبادئ الوعي الصحي، لأنه كل أهداف الوعي الصحي تصب في صالح الأفراد، وتحميمهم من الأمراض، وتساعدهم على الوقاية منها، وحين تناولنا إجابة ما معنى الوعي الصحي، عرفنا إن المقصود به نشر الثقافة الصحية السليمة، وهذا الأمر يتم من خلال خطوات رفع الوعي الصحي لدى الأفراد من خلال هذه الخطوات:
 - التأكيد على ضرورة الفحص المبكر للأمراض، لان معرفة المرض في بدايته يساعد على الشفاء منه.
 - نشر الوعي الصحي من خلال التأكيد على الالتزام بنظام غذائي صحي، وترك الأغذية الضارة.
 - التأكيد على ضرورة ترك العادات التي تضر بالصحة، والتمسك بالعادات الصحية السليمة.
 - إطلاق الحملات التوعوية التي تؤكد على أهمية الصحة وضرورته في حياة الإنسان.
 - محاولة التقليل من الانتشار الواسع الذي تشهده المجتمعات للأمراض.
 - تطوير عمليات التطعيم.
 - محاولة تجنب الأمراض المزمنة، والتخلص من كل المضاعفات التي تحدث تبعاً لها.
 - تحفيز الأفراد لترك كل العادات الضارة والتي على رأسها التدخين.
 - إنشاء أماكن متخصصة لعلاج الأمراض المزمنة.
 - التركيز على كل ما يسبب ضرر لصحة الإنسان، ونشر الوعي الصحي من خلال ذلك.
 - التأكيد على ضرورة إجراء الفحص الذي يتم قبل الزواج، للوقاية من الأمراض الوراثية. (إسراء ياسر، مقال الإلكتروني، 2022)

رابعاً: جائحة كورونا

1. تعريف جائحة كورونا: مرض فيروس كورونا (كوفيد-19) هو مرض معد يسببه فيروس كورونا (سارس 2)، وتظهر أعراض تنفسية تتراوح بين الخفيفة والمتوسطة على معظم من يصابون بعدوى الفيروس ويتعافون دون الحاجة إلى تدخل علاجي خاص، غير أن بعض من يصابون بالعدوى تظهر عليهم أعراض شديدة ويحتاجون إلى العناية الطبية، والأشخاص الأكثر عرضة للإصابة بالأعراض الوخيمة للمرض هم المصابون بأمراض كامنة، مثل أمراض القلب والأوعية الدموية وداء السكري والأمراض التنفسية المزمنة والسرطان

وغير ذلك من الأمراض غير أن أي شخص معرض للإصابة بمرض وخيم والوفاة بسبب كوفيد-19، أيا كان عمره.

2. الوقاية من فيروس كورونا: وتظل الوسيلة الأفضل للوقاية من انتقال عدوى كوفيد-19 وإبطاء وتيرة انتقالها هي الإلمام بخصائص المرض وطريقة انتشار الفيروس، وتشمل التدابير الاحتياطية لحماية الشخص والآخرين من العدوى: التباعد عن الآخرين مسافة متر واحد على الأقل، وارتداء كمامة مثبتة جيدا عندما لا يكون التباعد البدني ممكناً أو عندما تكون في مكان سيئ التهوية، والمواظبة على غسل اليدين أو فركهما بمطهر كحولي، وكذلك أخذ اللقاح.

وينتشر الفيروس من الجسيمات السائلة الصغيرة التي تنطلق من فم الشخص المصاب بالعدوى أو من أنفه عندما يسعل أو يعطس أو يتكلم أو يغني أو يتنفس، ويتراوح حجم هذه الجسيمات من القطرات التنفسية الكبيرة إلى الرذاذ المتناهي الصغر، لذلك من المهم ممارسة الآداب التنفسية عن طريق السعال في ثنية المرفق مثلا، والبقاء في المنزل والعزل الذاتي عندما تكون متوعكاً إلى أن تتعافى بالكامل.

3. أعراض فيروس كورونا: عادة ما تظهر على المصاب الأعراض التالية:

- الحمى.
- السعال.
- التعب.
- فقدان حاسة الذوق أو الشم.
- التهاب الحلق.
- الصداع.
- الأوجاع والآلام.
- الإسهال.
- ظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين.
- احمرار العينين أو التهابهما.

وأما عن الأعراض الخطيرة فنجد:

- صعوبة التنفس أو ضيق النفس.
- فقدان القدرة على الكلام أو الحركة أو التشويش.
- ألم الصدر. (www.mayoclinic.org)

4. علاج كورونا:

اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية عقار ريميديسيفير (Veklury) المضاد للفيروسات لعلاج كوفيد 19 لدى البالغين الذين أدخلوا إلى المستشفيات، والأطفال من عمر 12 عاما فأكثر الذين يخضعون للعلاج في المستشفى، ويوصف ريميديسيفير للمرضى الذين يدخلون المستشفى بسبب إصابتهم بمرض كوفيد 19 ممن يحتاجون إلى أكسجين تكميلي أو المرضى الأكثر عرضة للإصابة بمضاعفات خطيرة. ويعطى عن طريق الحقن في الجلد، واعتمدت كذلك إدارة الغذاء والدواء الأمريكية دواءً يسمى Paxlovid يحتوي على عقار نيرماتريفير، وهو دواء يمنع نشاط إنزيم معين يحتاجه الفيروس المسبب لمرض كوفيد 19 في عملية التكاثر، بالإضافة إلى عقار مضاد للفيروسات يسمى ريتونافير يساعد على إبطاء تحلل عقار نيرماتريفير، وأُعيد دواء Paxlovid لعلاج حالات كوفيد 19 الخفيفة إلى المتوسطة والذين يكونون أكثر عرضة للإصابة بأمراض خطيرة وتعطى هذه

الأدوية عن طريق الفم على شكل أقراص، كما اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية دواءً آخر يسمى مولنوبرافير لعلاج حالات كوفيد 19 الخفيفة والمتوسطة لدى البالغين المعرضين بشكل أكبر للإصابة بأمراض خطيرة ولا يستطيعون اللجوء إلى خيارات العلاج الأخرى.

تستخدم هذه العقاقير لعلاج حالات كوفيد 19 الخفيفة والمتوسطة لدى الأشخاص الأكثر عرضة للإصابة بمضاعفات خطيرة بسبب عدوى كوفيد 19، ويتوفر هذا العلاج على هيئة جرعة واحدة تحقق في الذراع (من خلال الوريد)، وكي تحقق هذه الأدوية أعلى فعالية لها، ينبغي تلقيها فور بدء ظهور أعراض كوفيد 19 وقبل الوصول إلى مرحلة دخول المستشفى.

وقد أوصت معاهد الصحة الوطنية الأمريكية باستخدام الكورتيكوستيروئيد ديكساميثازون للمقيمين في المستشفى والمصابين بالحالات الحادة من كوفيد-19 ممن يحتاجون إلى أكسجين إضافي أو استخدام جهاز التنفس الصناعي الميكانيكي. ويمكن استخدام أدوية الكورتيكوستيروئيدات الأخرى، مثل البريدنيزون أو الميثيل البريدنيزولون أو الهيدروكورتيزون، في حالة عدم توفر الديكساميثازون في بعض الحالات قد يعطى دواء توسيليزوماب أو باريسيتينيب مع ديكساميثازون للمرضى الذين يدخلون المستشفى ويوضعون على جهاز التنفس الصناعي أو يحتاجون إلى أكسجين تكميلي.

منحت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية أيضا تصريحاً باستخدام العلاج ببلازما النقاها ذات المستويات العالية من الأجسام المضادة لعلاج كوفيد 19، وبلازما النقاها هي دم يتبرع به الأشخاص الذين تعافوا من كوفيد 19، وبلازما النقاها يمكن استخدامها لعلاج بعض الأشخاص المقيمين في المستشفى والمصابين بمرض كوفيد 19 في مراحله الأولى أو يشكون من ضعف الجهاز المناعي. (www.mayoclinic.org)

خامساً: عرض بعض الدراسات العربية

1- دراسة جاسم خليل ميرزا بعنوان: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد-19 "المستجد": دراسة ميدانية على مستوى الوطن العربي. (ميرزا جاسم خليل، 2020، 9-10)

حاولت الدراسة الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد 19، وهدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التعامل مع هذه الجائحة وتقييم مصداقيتها في الدول العربية لإيصال الأخبار والمعلومات الصحيحة حول هذه الأزمة إلى الجمهور، حيث استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب مسح وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية المستخدمة من قبل الجمهور في الوطن العربي للتواصل مع أجهزة الدولة للحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة كوفيد 19، وقام الباحث بتصميم استبانة لجمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة مكونة من 7 محاور وتضم 50 سؤالاً وبلغت عينة الدراسة 1060 مشاركاً من أفراد المجتمع على مستوى الوطن العربي ذكورا وإناثاً ممن بلغت أعمارهم ما بين 20 و60 عاماً يمثلون 19 دولة عربية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: نجاح الإحاطات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية التي عقدتها الحكومات العربية خلال أزمة كورونا وكذلك ظهور المتحدث الرسمي في هذه الأزمة بصورة مقنعة ومنطقية بالإضافة إلى نجاح وسائل الإعلام في توعية المجتمع بالإجراءات الوقائية والاحترازية عبر البرامج التلفزيونية والإذاعية ومواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن 60% من المبحوثين كان همهم خلال الأزمة متابعة الأخبار المتعلقة بجهود الدولة في مكافحة الفيروس وأخيراً لوحظ أن الأطباء استحوذوا على وسائل الإعلام باعتبارهم خط الدفاع الأول على عكس مشاهير التواصل الاجتماعي الذين فقدوا

مصداقيتهم وسحب البساط من تحت أرجلهم بسبب عدم ثقة أفراد الجمهور بمعلوماتهم وأن البعض كان مصدرا لنشر الشائعات.

2- دراسة حنان موسى عبد العال بعنوان: دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا. (حنان موسى عبد العال، 2021، 583-584)

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أوقات الأزمات، حيث يتم التطبيق على أزمة جائحة كورونا. ودور هذه الحملات في إمداد الجمهور بالمعلومات الصحية الخاصة بمرض كورونا، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور على هذه الحملات في التزود بالمعلومات الصحيحة الخاصة بهذا المرض، وكذلك التعرف على دوافع وأسباب تعرض الجمهور المصري لهذه الحملات ومدى إسهامها في تنمية الوعي الصحي تجاه هذا المرض. وقياس درجة رضاهم عن المعلومات الصحية المقدمة من خلال هذه الحملات. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الدور الذي قامت به الحملات الإعلامية التي أطلقتها الحكومة المصرية خلال فترة جائحة كورونا في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري تجاه هذا المرض، وكذلك التعرف على درجة اعتمادهم على هذه الحملات في تعريفهم بالمرض وكيفية الوقاية منه وطرق علاجه. وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، كما تعتمد على منهج المسح، أما بالنسبة لعينة الدراسة فهي عينة عشوائية غير منتظمة وبلغ حجم العينة (300) مفردة، وتعد حجما مناسباً لدراسة الجماهير غير المتجانسة في خصائصها الديموغرافية، وتم تطبيقها إلكترونياً وذلك بسبب تفشي فيروس كورونا وصعوبة تطبيقها وجهاً لوجه، كما اشتملت عينة الدراسة على تخصصات مهنية مختلفة ومستويات تعليمية وفتات عمرية مختلفة وتم تطبيق الاستمارة خلال شهري يناير وفبراير 2021م.

واعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory حيث تعد نظرية الاعتماد من أهم النظريات التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، حيث يوجد لكل فرد أهداف ويتطلب تحقيقه لتلك الأهداف الوصول إلى مصادر يسيطر عليها وسائل الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات والنتائج العامة المتعلقة بالموضوع الذي بحثته وتمثل أبرز هذه النتائج فيما يلي: - الغالبية العظمى من الجمهور المصري عينة الدراسة يحرصون على متابعة الحملات الإعلامية الصحية التي أطلقتها الحكومة المصرية أثناء فترة جائحة كورونا بشكل دائم، وأكثر الحملات الإعلامية الصحية التي يتذكرها أفراد العينة كانت حملة "خليك في البيت". - أن المبحوثين يرون أن الحملات الإعلامية الصحية التي أطلقتها الحكومة المصرية أثناء جائحة كورونا قد نجحت في التوعية الصحية أثناء فترة هذا المرض. - فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للحملات على المبحوثين، أظهرت النتائج أن أهم التأثيرات المعرفية للحملات على المبحوثين أن هذه الحملات صححت الكثير من المفاهيم الخاطئة حول التعامل مع مرض كورونا وكيفية العزل المنزلي، وتمثلت أهم التأثيرات الوجدانية على المبحوثين أن الحملات جعلت أفراد العينة أكثر حرصاً على نشر المعلومات، في حين تمثلت أهم التأثيرات السلوكية على المبحوثين أن الحملات جعلت أفراد العينة تبحث في المصادر المتخصصة ومتابعة الأبحاث الإكلينيكية التي تتم للتوصل إلى أسرار هذا المرض. - أن ما يقرب من 94% من المبحوثين يرون أن الحملات الإعلامية التي أطلقتها الحكومة المصرية أثناء فترة الجائحة كانت ناجحة وقادرة على تشكيل وعيهم الصحي بشكل كبير حتى يستطيعوا التعامل مع هذه الجائحة بشكل صحيح.

3- دراسة محمد طلال عباس مساوي بعنوان: اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم. (محمد طلال عباس مساوي، 2020، 142، 141)

تستهدف الدراسة رصد وتوصيف اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم تجاه فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) واستخدمت الدراسة نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. كما قامت بتوظيف منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة للجمهور السعودي، بلغ عددها 400 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: • تنوع المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار مستجدات انتشار وباء كورونا؛ يتصدرها "تويتر" بنسبة (89%)، ثم "المواقع والصفحات الرسمية للدولة" بنسبة (91.3%) يلي ذلك "المواقع الإخبارية العربية" بنسبة (52.8%) ف "الصحف الإلكترونية" بنسبة (29.8%) ثم "القنوات التلفزيونية على الإنترنت" بنسبة (22.5%) وأخيرا "الفيديسبوك" بنسبة (15.8%) • يختلف تقييم المبحوثين لنجاح حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد كوفيد 19 عبر هذه الوسائل في المملكة؛ فذكر أغلبهم بنسبة (69.3%) أن "الحملات ممتازة"، ثم اعتبروها "جيدة" بنسبة (25.5%) ف "مقبولة" بنسبة (4.5%) وأخيرا "ضعيفة جدا" بنسبة (0.5%) • علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثين لمتابعة حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد ومدى ثقة المبحوثين في الوسائل الإعلامية التي تقدم هذه الحملات التوعوية • توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر وسائل الإعلام وقوة دوافعهم لمتابعة هذه الحملات التوعوية • توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل ومدى ثقتهم في هذه الوسائل لمتابعة مستجدات انتشار وباء كورونا • توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل وتقييمهم لنجاح حملات التوعية الصحية عبر هذه الوسائل.

4- دراسة بتول السيد مصطفى جواد أحمد بعنوان تأثيرات الإعلام المحلي على الجمهور اليمني في أزمة كورونا، (بتول السيد مصطفى جواد أحمد، 2020، 113-114)

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى تعرض واعتماد الجمهور اليمني على الإعلام المحلي كمصدر للمعلومات خلال أزمة "كورونا"، ورصد مستوى التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية المترتبة على ذلك. وارتكزت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستندت على المنهج المسحي، حيث شمل المسح عينة متاحة، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات من 247 مفردة، ممثلة للجمهور اليمني في مختلف محافظات الجمهورية. وقد خلصت الدراسة المسحية إلى أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الإعلام المحلي كمصدر للمعلومات بدرجة متوسطة خلال أزمة "كورونا"، وذلك بنسبة 35.6 بالمائة، ويثقون به بدرجة متوسطة أيضاً بنسبة 36.5 بالمائة، ويتعرضون إليه أحياناً بمتوسط أقل من ساعة يومياً. كما أن الغالبية لم يتأثر مستوى تعرضهم للإعلام المحلي بعد أزمة "كورونا"، وهم يتابعون وسائل الإعلام التقليدي والجديد معاً بنسبة 53.8 بالمائة، وفيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية المترتبة على التعرض للإعلام المحلي، فإن الغالبية يوافقون على أنه يرفع الوعي الصحي لديهم، ويزودهم بمعلومات كافية ومتكاملة عن جائحة "كورونا"، وأنه لا يثير لديهم لغطاً وغموضاً، ويساهم في ترتيب أولوياتهم واهتماماتهم. أما التأثيرات العاطفية، ففيها يوافق الغالبية على أن الإعلام المحلي يرفع الروح المعنوية والشعور الجمعي لديهم خلال أزمة "كورونا"، ويساهم في تعزيز شعورهم بالرضا تجاه إدارة الدولة للأزمة، فيما لم يوافقوا على أن الإعلام المحلي يعزز شعورهم بالافتراق والعزلة.

5- دراسة داليا إبراهيم المتبولي بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها، (داليا إبراهيم المتبولي، 2020، 281-282)

تستهدف الدراسة رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة. كما قامت بتوظيف نظرية الحتمية التكنولوجية توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثققتهم في مواقع التواصل الاجتماعي لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة. - توجد علاقة دالة إحصائية بين مدى استفادة المستجيبين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي إدارة الأزمة. - توجد علاقة ارتباطية بين دوافع اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد. - يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين رؤية المشاركين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد 19" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة ودوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة. - توجد علاقة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

6- دراسة منصور حافظ عثمان حاج البشير وآخرون بعنوان: دور وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة جائحة فيروس كورونا: دراسة استطلاعية لموطني ولاية الجزيرة السودان، 2020-2021م. (منصور حافظ عثمان حاج البشير وآخرون، 2021، 9-10)

أشارت الدراسة إلى بداية ظهور الحالات الأولى للإصابة بفيروس كورونا covid-19 المستجد في مدينة ووهان بدولة لصين في العام 2019. وأصبح من مرض محلي بالصين إلى تصنيف منظمة الصحة العالمية كوباء عالمي بعد تفشي انتشاره عالميا كان لابد أن يكون هنالك جهود للعملية التوعوية بطرق انتقاله والوقاية منه وكيفية التعامل مع المصابين لمنع تفشي الفيروس، وهذه العملية لا تقل أهمية من الجهود العلمية للتوصل إلى لقاح وعلاج.

أثبتت الدراسات أن الدول التي لديها وعي بخطورة الوباء وملتزمة بالإجراءات الوقائية هي الأقل انتشارا التي أقرتها وزارة الصحة نجحت في أن تكون الأقل تأثرا. ومع إعلان وزارة الصحة السودانية تسجيل أول حالة إصابة بفيروس كورونا covid-19 في عام 2020م بدأ الاستعداد من قبل السلطات والجهات المختصة لمواجهة انتشار فيروس الكورونا بكافة الطرق وأطلقت جهود ومبادرات توعوية. هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات آراء الجمهور نحو جهود التوعية بجائحة كورونا في ولاية الجزيرة بوسط جمهورية السودان. اعتمدت الدراسة على منهج المسح وتم تطبيق استمارة الإللكترونية وتم توزيعها على عينه عددها 150 من جميع محليات ولاية الجزيرة السبعة وهي مجلية مدني الكبرى ومحلية شرق الجزيرة ومحلية أم القرى ومحلية الكاملين ومحلية الحصاصيصا ومجلية المناقل ومحلية 24 القرشي ومحلية جنوب الجزيرة، أوضحت النتائج بأن 60% أنها ناجحة 4.7% أنها ناجحة جدا، أشارت النتائج 61.3% من أفراد أن جهود التوعية بفيروس كورونا في ولاية الجزيرة ساعدتهم في الوقاية من العدوي 67.3% من أفراد العينة أن التوعية بفيروس كورونا كان له الأثر الاقتصادي في معاش إنسان الجزيرة وأن 55.3% يري أنه يجب التركيز على نشر طرق الوقاية وتحديد المستشفيات المجهزة للعلاج 39.3% يري أن جهود التوعية كانت مجرد تكرار لنفس المعلومات وأوصت

الدراسة أن يكون لوزارة الصحة ولاية الجزيرة دورا أكثر فعالية في التوعية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

7- دراسة بن دالي فلة بعنوان: المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خلال تناولها لفيروس كورونا "كوفيد - 19" دراسة تحليلية لعينة من مقالات موقع الشروق أونلاين الجزائرية. (بن دالي فلة، 2021، 330-352)

تناولت هذه الدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خلال تناولها لفيروس كورونا "كوفيد - 19"، وهي عبارة عن دراسة تحليلية لعينة من مقالات الشروق أونلاين الجزائرية، وهدفت الدراسة للتعرف على أداء وسائل الإعلام أثناء جائحة كورونا ودورها في التحسيس بمخاطر الفيروس وطرق الوقاية منه، في ظل الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية. وجاءت الدراسة في ثلاثة أطر: يتعلق الإطار الأول بالجانب المنهجي حيث اعتمد فيه على المنهج المسحي، وأداة تحليل مضمون لعينة من مقالات "الشروق أونلاين" تتكون من 61 مقال صدرت من 25 فيفري إلى 17 مارس، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة تم حث الناس على ضرورة اتخاذ الإجراءات الاحترازية نتيجة الخطر الحقيقي الذي يمثله الوباء المجهول عبر الأخبار البسيطة والمركبة، وتقديم تغطية شاملة تتميز بالتنوع والنوعية والكم الملائم لإشباع احتياجات الجمهور اتجاه موضوع كورونا حيث عاجلته من ثلاث جوانب الأول تفسير الفيروس والذي أخذ النسبة الأكبر من التغطية، والثاني تعلق بالإجراءات التي اتخذتها الحكومة للحد من الفيروس، والثالث تعلق بطرق الوقاية من الفيروس.

سادسا: قراءة في الدور الذي لعبه الإعلام العربي خلال جائحة كورونا:

من خلال القراءة التحليلية لبعض الدراسات التي قام بها الباحثون العرب والتي تم عرضها سالفًا، يمكن القول أن الإعلام عربيًا قد نجح في أداء الدور المنوط به خلال جائحة كورونا في رفع الوعي الصحي من خلال نجاح الإحاطات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية التي عقدتها الحكومات العربية خلال أزمة كورونا وكذلك ظهور المتحدث الرسمي في هذه الأزمة بصورة مقنعة ومنطقية بالإضافة إلى نجاح وسائل الإعلام في توعية المجتمع بالإجراءات الوقائية والاحترازية عبر البرامج التلفزيونية والإذاعية ومواقع التواصل الاجتماعي، كما لوحظ أن الأطباء استحوذوا على وسائل الإعلام باعتبارهم خط الدفاع الأول على عكس مشاهير التواصل الاجتماعي الذين فقدوا مصداقيتهم بسبب عدم ثقة أفراد الجمهور بمعلوماتهم وأن البعض كان مصدرًا لنشر الشائعات،

وأن الحملات الإعلامية الصحية التي أطلقتها مثلا الحكومة المصرية أثناء جائحة كورونا قد نجحت في التوعية الصحية أثناء فترة هذا المرض، وأن التأثيرات المعرفية للحملات صححت الكثير من المفاهيم الخاطئة حول التعامل مع مرض كورونا وكيفية العزل المنزلي، كما أن هذه الحملات جعلت الأفراد أكثر حرصًا على نشر المعلومات والبحث في المصادر المتخصصة ومتابعة الأبحاث الإكلينيكية التي تتم للتوصل إلى أسرار هذا المرض، وأن ما يقرب من 94% من المبحوثين في الدراسة سألوا في الذكر يرون أن الحملات الإعلامية كانت ناجحة وقادرة على تشكيل وعيهم الصحي بشكل كبير حتى يستطيعوا التعامل مع هذه الجائحة بشكل صحيح، وأن هناك رضا للمبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل وتقييمهم لنجاح حملات التوعية الصحية.

وفيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية المترتبة على التعرض للإعلام المحلي، فإن الغالبية من الأفراد المبحوثين يوافقون على أنه يرفع الوعي الصحي لديهم، ويزودهم بمعلومات كافية ومتكاملة عن جائحة "كورونا"، وأنه لا يثير لديهم لغطًا وغموضًا، ويساهم في ترتيب أولوياتهم واهتماماتهم. أما التأثيرات العاطفية، ففيها يوافق

الغالبية على أن الإعلام المحلي يرفع الروح المعنوية والشعور الجمعي لديهم خلال أزمة "كورونا"، ويساهم في تعزيز شعورهم بالرضا تجاه إدارة الدولة للأزمة، فيما لم يوافقوا على أن الإعلام المحلي يعزز شعورهم بالاعتزاز والعزلة.

وأما عن رأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة فقد قدم بشكل جيد وساهم في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة وعززت دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة ومناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن التوعية بفيروس كورونا كان له الأثر الاقتصادي في معاش العديد من الدول. ولقد لعب الإعلام دور توعوي كبير في حث الناس على ضرورة اتخاذ الإجراءات الاحترازية نتيجة الخطر الحقيقي الذي يمثله الوباء المجهول عبر الأخبار البسيطة والمركبة، حيث قدم تغطية شاملة تتميز بالتنوع والنوعية والكم الملائم لإشباع احتياجات الجمهور اتجاه موضوع كورونا حيث غطاه من حيث فهم وتفسير الجائحة والإجراءات التي اتخذتها الحكومات للحد من الفيروس، وكذا طرق الوقاية منه.

II. خاتمة:

إن تناول دور الإعلام القديم والجديد في مقاربة تناوله لجائحة كورونا التي عصفت بالعالم كله، من التجارب التي تترك الأثر البالغ في تاريخ الإعلام المحلي، العربي وحتى العالمي، ففي المرحلة الأولى لظهور الوباء شاب وسائل الإعلام ارتباك واضح في تغطية الجائحة، لنقص الحقائق والمعلومات حولها، فاكثفت بنشر التوصيات والنصائح بالتباعد الاجتماعي وسبل الوقاية، ولكن في المراحل المتقدمة أصبحت وسائل الإعلام أكثر تواجدا واحترافية بسبب تخطي الصدمة أولا، ثم بسبب توجه الجمهور نحوها كمصدر موثوق للأخبار ثانيا، بعدما طغت الشائعات ونظريات المؤامرة وغيرها بين الناس وعبر وسائط التواصل الاجتماعي التي خاضت تجربة جديدة مع انتشار لفيروس، هذه التجربة شابهها الكثير من الأخطاء، ولكنها بعد فترة قصيرة نظمت نفسها وتأقلمت مع الواقع الجديد، بل إنها حولت التهديد إلى فرصة، فزادت من خلالها أعداد المشاركين والمتفاعلين معها ملايين الناس عبر العالم،

لقد لعب الإعلام الصحي مع الجهات المسؤولة والمختصة دورا هاما في نشر الوعي الصحي والثقافة الصحية والتوعية بالمفاهيم والسلوكيات الطبية والصحية السليمة أثناء جائحة كورونا والذي جنب العالم كارثة بكل المقاييس.

الإحالات والمراجع:

- (الإعلام 2022/10/12 (ar.m.wikipedia.org
- محمد أبو خليف، (2022)، تعريف الإعلام، mawdoo3.com، 2022/10/12.
- محمد أبو سمرة، (2010)، الإعلام الطبي والصحي، ط1، دار الرابطة للنشر والتوزيع، عمان.
- المشاقبة بسام عبد الرحمان، (2012)، الإعلام الصحي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- الهجلة، ح، (02/ 09/ 2022)، ما هو الإعلام الصحي وما هي فائدته للمجتمع، <https://www.nok6a.net>
- عبيات، ع، (18/ 09/2022)، الإعلام والتوعية الصحية، <https://mawdoo3.com>
- مهدي، ل، (03/09/2022)، ما هو دور الإعلام في التوعية الصحية، <https://e3arabi.com/media>
- هايدي مصطفى، (2022/10/08)، أهمية الوعي الصحي، www.osoah.com
- إسراء ياسر، (2022/10/14)، ما معنى الوعي الصحي، www.almuheet.net
- 2022/10/14، مرض فيروس كورونا المستجد، (www.mayoclinic.org)
- ميرزا جاسم خليل جمعية الاجتماعيين في الشارقة، المجلد/العدد:مج37، ع148، الإمارات، 2020، ص ص 44 – 9.
- حنان موسى عبد العال مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الناشر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 34، مصر، سبتمبر 2021، الصفحات: 639 – 583.
- محمد طلال عباس مساوي المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، الناشر: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، العدد: 20، مصر، ديسمبر 2020، ص ص 141 - 197
- بتول السيد مصطفى جواد أحمد، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، الناشر: المؤسسة العلمية للعلوم التربوية والتكنولوجية والتربية الخاصة، المجلد/العدد:مج2، ع3، مصر، سبتمبر 2020، ص ص 113 – 140.
- داليا إبراهيم المتبولي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، العدد: ع 20، ديسمبر 2020، مصر، ص ص 281 – 367.
- منصور حافظ عثمان حاج البشير وآخرون، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، العدد: 15، فلسطين، ديسمبر 2021، ص ص 9 – 35.
- بن دالي فلة، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خلال تناولها لفيروس كورونا "كوفيد – 19"، مجلة تنمية الموارد البشرية، المجلد 16، العدد 1، 2021-01-31، ص ص 330-353.