

المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية على صفحات الفايسبوك لجائحة كورونا: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للتلفزيون الجزائري.

The media treatment of the Algerian media on the Facebook pages of the Corona pandemic: an analytical study of the official page of the Algerian public television.

محزوز دلال*، جامعة البليدة 2 d.mehzouz@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام: 2021/10/02 تاريخ القبول: 2021/12/09 تاريخ النشر: 2021/12/31

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن كيفية معالجة وسائل الإعلام الجزائرية في صفحاتها على شبكة الفايسبوك لجائحة كورونا من خلال معرفة الطبيعة التقنية للمنشورات التي استخدمت وكذا محتوى الموضوعات الخاصة بجائحة كورونا المتداولة عبر الفضاء الافتراضي، كما هدفت لمعرفة مدى تفاعل مستخدمي الشبكة مع الموضوعات التي تنشرها وسائل الإعلام الجزائرية في صفحاتها على شبكة الفايسبوك ذات الصلة بجائحة كورونا، ليكون المنهج المعتمد في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد قمنا بتحليل 82 منشور من صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على موقع الفايسبوك، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج كان أهمها أن الفيديوهات المرفقة بنصوص هي أكثر أنواع المنشورات التي تعتمد عليها الصفحة عينة الدراسة على شبكة الفايسبوك، وقد كانت الأولوية للموضوعات التي تناولت إحصائيات الإصابة بالفيروس والوفيات وحالات الشفاء في المرتبة الأولى، حيث كان هدفها بالدرجة الأولى الإخبار بالمعلومات والإحاطة بكافة المستجدات.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، وسائل الإعلام الجزائرية، التلفزيون الجزائري، الفايسبوك، جائحة كورونا.

تصنيف JEL: XN1، XN2.

Abstract:

This study aimed to reveal how the Algerian media on their Facebook pages deal with the Corona pandemic by knowing the type of publications that were used, as well as of topics related to the Corona pandemic circulating through the virtual space. In its pages on the Facebook network related to the Corona pandemic, the method adopted in the study will be the descriptive analytical method. We analyzed 82 publications from the Algerian public television page on Facebook.

the study reached several results, the most important of which was that videos attached to texts are the most popular types of publications on which the page depends on the study sample on the Facebook network, and priority was given to topics that dealt with HIV infection and death statistics in The first place, as its goal was primarily to provide information and be informed of all developments.

Keywords: Media treatment; Algerian media; Algerian TV; Facebook; Corona pandemic.

Jel Classification Codes: XN1, XN2.

* المؤلف المرسل

. مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما ومؤثرا في حياة المجتمعات والشعوب لاسيما في ظل تعدد أشكالها وأنماطها وما تشهده من تطور مستمر بفضل التقدم الهائل في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، ولأن سعي كافة الوسائل الجماهيرية من تلفزيون أو إذاعة أو صحف هو استقطاب أكبر عدد ممكن من الجماهير والوصول إليها بشتى الطرق والوسائل وبظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال كان لزاما أن يكون الاندماج بينها وبين شبكة الانترنت، "التي أسهمت في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية، فلقد أتاحت إمكانات هائلة في نشر وإتاحة المصادر المرئية والمسموعة، كما ساعدت تقنيات التسجيل والتصوير الرقمي على سهولة إنتاج تلك الفئة من المصادر وفي الوقت نفسه ساهمت السرعات الفائقة في نقل وبث البيانات على شبكة الانترنت ونمو أعداد مواقع الاستضافة المجانية لتلك الوسائط على الانتشار السريع لمشاركة ونشر الملفات واستخدامها". (طاهر، 2020، الصفحات 317-182)

ويعتبر موقع التشبيك الاجتماعي "الفيسبوك" من أكثر المواقع انتشارا حيث حقق نموا كبيرا جعله من أكثر الشبكات التواصلية استخداما في العالم كما في الجزائر فعدد مستخدميه في تزايد مستمر وهذا يرجع لجملة المزايا التفاعلية التي تميز الفيسبوك بها عن باقي شبكات التواصل الاجتماعي والتي تجعله منفردا بجملة من آليات التواصل التي أحدثت عدة تغييرات على طرق الاتصال الإنساني فأعطت بذلك مستخدميها عدة امتيازات وجعلت من المتلقي فاعلا بمقدوره إنتاج رسالة إعلامية وبثها وتوزيعها وإشراك بقية المستخدمين في التعليق عليها، وهذا ما دفع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت وكذا صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة مع تزايد أعداد مستخدميها لتكون بذلك فضاء إعلاميا جديدا يخلق لها وسيلة جديدة للتواصل مع الجماهير من جهة ويمنح الجمهور القدرة على التفاعل بشكل لم يسبق من قبل من جهة أخرى، كما تتيح لها الاستفادة من المزايا التفاعلية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي لعرض مادتها الإعلامية بما تقتضيه المستجدات التي فرضتها البيئة الرقمية، "فميلاد الإعلام الجديد نجح في إنشاء فضاءات جديدة لممارسة إعلامية واتصالية لم تكن موجودة من قبل". (بن طبة، 2010، صفحة 527) "ولأن وسائل الإعلام الجماهيرية تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات ذات العلاقة بالقضايا الرئيسية التي تستحوذ على اهتمامات الجمهور وخاصة في الأزمات الكبرى ذات الصلة بالحياة العامة في المجتمع، وتتصدر قضية إمداد الجماهير بالمعلومات الصادقة المكثفة ومستوى المعالجة المهنية للتغطية الإعلامية أولويات العمل الإعلامي الناجح الذي يشبع حاجات تلك الجماهير من التعرض للوسيلة الإعلامية، وبوجه عام فإن الارتفاع في عدد ونوعية الأزمات من جهة وتطور تكنولوجيا وثورة المعلومات وسيادة قيم وآليات العولمة من جهة ثانية يدفع نحو زيادة الاهتمام ببحوث إعلام الأزمات والكوارث". (حبيب، 2021، صفحة 03)

"ولعل الأزمة الأخيرة التي لحقت بجميع دول العالم فلم ينج منها أحد وهي انتشار وباء كورونا وتطورات المفاجئة التي غيرت الكثير من استراتيجيات الدول ونظرتها ورؤيتها المستقبلية...، ونظرا لأن وضع استراتيجيات فاعلة لمواجهة الأزمات وأساليب إدارتها له أسس عامة فإن هذه الاستراتيجيات كان يجب أن تترجم إلى خطة جاهزة للتطبيق تعتمد في تنفيذها على السرعة والعمل الجماعي والطرق المنهجية العلمية، وهنا تأتي مهمة الإعلام الأساسية في أوقات الأزمات مهما كان نوع الوسيلة فإن مهمتها تتجلى في هذا التوقيت في توفير المعلومة اللازمة حول الأزمة للجمهور بما يحقق الفهم الصحيح للمعلومات واستخدامها في تجاوز الأزمة بأقل الخسائر الممكنة" (سيد محمد سيد، 2021، صفحة 83)، وقد كانت وسائل التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك مجالا اتصاليا خصص ساهم بإمداد الجماهير بشتى المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا مؤدية بذلك دورا مهما في ظل الجائحة.

2. إشكالية الدراسة:

انطلاقاً من أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة الحقيقية وانطلاقاً من ثورة التكنولوجيات الحديثة التي أحدثت تغييرات جذرية في عالم الاتصال، ولأن شبكات التواصل الاجتماعي جعلت الوسيلة الإعلامية تتميز في ممارستها الإعلامية بفضل الوسائط المتعددة وأدوات التفاعل المختلفة فكان الفايسبوك من أهم الوسائل الرقمية التي يسرت عرض المادة الإعلامية، ولأن الحاجة إلى صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تابعة لوسائل الإعلام غدت ضرورة حتمية تفرضها عادات وأنماط التعرض التي شغل فيها الانترنت حيزاً مركزياً من استخدامات المتلقين، ولأن وسائل الإعلام الجزائرية على اختلاف أنواعها أدركت ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية فكان سعيها لخلق فضاء لها داخل هذه الشبكات الاجتماعية وفي مقدمتها الفايسبوك للتفاعل مع جمهورها، وفي ظل تعاظم أدوار وسائل الإعلام في الأزمات، ومع انتشار جائحة كورونا التي اجتاحت العالم كما الجزائر والتي حظيت بمتابعة كثيفة من طرف وسائل الإعلام بمختلف أشكالها من خلال تغطيات يومية مست الموضوع من عدة جوانب، برز لدى الباحثة الفضول لمعرفة مدى اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية على الصفحات التابعة لها على شبكة الفايسبوك بمعالجة أزمة كورونا وبالتالي تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: **كيف كانت المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية على الصفحات التابعة لها على شبكة الفايسبوك لجائحة كورونا؟**

وتفرعت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات تمثلت فيما يلي:

- ما نوع المنشورات التي استخدمتها وسائل الإعلام الجزائرية على الصفحات التابعة لها على شبكة الفايسبوك لجائحة كورونا ؟
- ما محتوى الموضوعات الخاصة بجائحة كورونا المتداولة عبر صفحات وسائل الإعلام الجزائرية في الفايسبوك؟
- إلى أي مدى يتفاعل الجمهور الجزائري مع المحتوى المنشور على صفحات وسائل الإعلام الجزائرية في الفايسبوك والمتعلق بجائحة كورونا؟

3. المنهجية البحثية للدراسة

1.3 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للكشف عن كيفية معالجة وسائل الإعلام الجزائرية في صفحاتها على شبكة الفايسبوك لجائحة كورونا من خلال معرفة نوع المنشورات التي استخدمت وكذا محتوى الموضوعات الخاصة بجائحة كورونا المتداولة عبر الفضاء الافتراضي، كما تهدف الدراسة لمعرفة مدى تفاعل مستخدمي الشبكة مع الموضوعات التي تنشرها وسائل الإعلام الجزائرية في صفحاتها على شبكة الفايسبوك ذات الصلة بجائحة كورونا.

2.3 مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة ذلك الإطار الذي يحوي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وبالنظر إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها فإن مجتمع الدراسة يتمثل في المادة التي يحتوي مضمونها جائحة كورونا والتي تم نشرها عبر الصفحات التابعة لوسائل الإعلام الجزائرية في الفايسبوك.

ولأن دراسة مجتمع بالحجم المشار إليه يعد ضرباً من المستحيل، فقد كان من اللازم تحديد عينة تكون ممثلة لمجتمع الدراسة من أجل الخروج بمجموعة من النتائج تمكننا في الأخير بالقيام بعملية التعميم، ولأننا بصدد مسح صفحات وسائل الإعلام الجزائرية في

الفايسبوك فإن حصرها جميعا يعد أمرا صعبا للغاية إذ لم يكن مستحيلا، ولأن من الأمور العادية في البحوث النوعية دراسة عدد قليل من الأفراد أو المواقع ففي بعض الأحيان قد يدرس الباحث فردا واحدا أو موقعا واحدا نظرا للحاجة لذكر كل التفاصيل ذلك أن العدد الضخم يعطي معلومات سطحية بالإضافة إلى أن جمع البيانات النوعية وتحليلها يستغرق وقتا طويلا وبالتالي فإن أنسب طريقة لاختيار العينة هي طريقة العينات الغير احتمالية التي يتم اختيارها من طرف الباحث طبقا لما يراه مؤديا إلى تمثيل مجتمع البحث وبالضبط طريقة العينة القصدية، ومن هذا المنطلق قامت الباحثة باختيار مجال الدراسة التحليلية وذلك بعد الإطلاع على مختلف صفحات وسائل الإعلام الجزائرية على شبكة الفايسبوك المتاحة والاشتراك فيها والتأشير بالإعجاب أو المتابعة على عدة صفحات بداية من تاريخ 01 جوان 2021 وقد كان المنطلق الرئيسي هو رصد كل المنشورات التي تناولت جائحة كورونا وبالتالي أكثرها ارتباطا بمجال الدراسة، ولضمان الاختلاف والتنوع في المواضيع ومعرفة مقاصدها وأهم أفكارها ودلالاتها فإننا قصدنا باختيارنا صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على شبكة الفايسبوك فكانت هذه الصفحة هي مجال الدراسة التحليلية، وقد قمنا باختيارها حسب مؤشر الإعجاب أو المتابعة ثم قمنا في مرحلة ثانية بالاشتراك في هذه الصفحة وجمع كل المضامين التي عاجلت جائحة كورونا والتي نشرتها على مدار الفترة الزمنية التي تم تحديدها بداية من تاريخ 01 جويلية 2021 لغاية 30 أوت 2021، ومن ثم قمنا بتسجيلها لتكون هي المعنية بالتحليل وقد قدر عددها بـ (82 منشور).

بناء على ما سبق ذكره، نقول أن مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في صفحة "المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري" على شبكة الفايسبوك والمتاحة على الرابط (<https://www.facebook.com/eptv.dz>)، وقد كان أساس اختيارنا لها من ثلاث منطلقات:

- المنطلق الأول: كون "التلفزيون الجزائري" يمثل القطاع العمومي ويعتبر القناة الرسمية في الجزائر وهو يمثل أهم جهاز إعلامي فيها.
- المنطلق الثاني: هو ارتفاع عدد المشتركين في الصفحة وكذا عدد المعجبين، حيث سجلت الصفحة (2 306 025) معجب، كما سجلت (3 828 037) مشترك.
- المنطلق الثالث: الإطار الجغرافي للصفحة والمتمثل في الجزائر باعتبار أن الدراسة تطبق على وسائل الإعلام الجزائرية.

3.3 منهج الدراسة وأدواتها:

تستوجب كل دراسة الاعتماد على منهج علمي واضح لكي تتصف بالعلمية ونستطيع الوثوق بنتائجها، ويعتبر منهج الدراسة من الخطوات الأساسية في أي دراسة أو بحث اجتماعي هذا الاختيار الدقيق للمنهج يعطي مصداقية موضوعية للنتائج المتحصل عليها، وتختلف المناهج في العلوم الاجتماعية باختلاف المواضيع والمشكلات المطروحة وبما أن دراستنا تتمحور حول "المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية في الفايسبوك لجائحة كورونا" والتي تصنف ضمن الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على جمع البيانات فقط وإنما تتعدى ذلك من خلال تحليلها وتفسيرها، ليكون المنهج المعتمد في الدراسة هو المنهج الوصفي وهو المنهج الأكثر شيوعا واستخداما في هذا النوع من الدراسات.

وبالنظر إلى سياق الإشكالية وطبيعة تساؤلات الدراسة فإن أداة تحليل المضمون تعد الأنسب للإجابة على تساؤلات هذه الدراسة، وقد اعتمدنا على أداة تحليل المضمون وذلك لتحليل محتوى منشورات صفحة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري على شبكة الفايسبوك والتي تمحورت حول جائحة كورونا وذلك خلال الفترة الممتدة من 01 جويلية 2021 حتى 30 أوت 2021 وهي تقابل فترة انتشار فيروس كورونا المتحور دلتا في الجزائر بأعداد مخيفة، وقد تم تطبيق استمارة تحليل محتوى التي تضمنت فئات الشكل الخاصة

بالموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة، كما تضمنت الاستمارة فئات تحليل المضمون والتي ترتبط بمحتوى الموضوعات التي تناولت جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة ونلخصها كما يلي:

- فئات كيف قيل؟: وتمثلت في فئة الطبيعة التقنية للمنشورات المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة حجم الخط المستخدم في النصوص الواردة في المنشورات التي عاجلت أزمة كورونا/ فئة لون الخط المستخدم في النصوص الواردة في المنشورات التي عاجلت أزمة كورونا/ فئة الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة مواضيع جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة التأثيرات المصاحبة للنصوص الواردة في الموضوعات التي عاجلت أزمة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة الإمكانات التفاعلية المصاحبة للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة.

- فئات ماذا قيل؟: وتمثلت في: فئة نوع الموضوعات التي تناولتها منشورات الصفحة حول جائحة كورونا/ فئة أسلوب عرض الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة اللغة المستخدمة في الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة أهداف المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة الاستمالات المستخدمة في المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا في الصفحات عينة الدراسة/ فئة اتجاه الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة مصدر المعلومة التي تم الاعتماد عليها في استقاء المعلومات حول جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة النطاق الجغرافي للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة/ فئة الجمهور المستهدف من المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا/ فئة اتجاه التعليقات على الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة.

4.3 الدراسات السابقة:

- دراسة جيهان سعد عبده المعبي بعنوان "أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid 19) دراسة تحليلية" (2020): استهدفت الدراسة التعرف على أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة كورونا المستجد، وتعد هذه الدراسة الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقه التحليلي، وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة من الأخبار والمواد الصحفية التي تم نشرها عبر مواقع الصحف والمواقع الإخبارية والتي تمثلت في موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم، وموقع القاهرة 24 اختيرت بطريق عشوائية في الفترة الممتدة من 2020/03/01 إلى غاية تاريخ 2020/06/01 وبلغت عينة الدراسة 900 مادة صحفية، وقد توصلت الدراسة إلى بروز اهتمام عينة التحليل بعرض أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات فيروس كورونا في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية على كافة القطاعات، كما بينت النتائج أن المعالجة كانت إيجابية بنسبة 63%، وقد جاء إطار التأييد ودعم القرارات على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا وقد أرجعت الباحثة ذلك لكون الجرائد عينة التحليل تعد من الجرائد الرسمية التي من شأنها تدعين آراء الحكومة. (سعد عبد المعبي، 2020، الصفحات 3353-3406)

- دراسة محمد عثمان حسن علي بعنوان "أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد 19) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية" (2020): استهدفت الدراسة البحث في أطر تقديم جائحة كورونا في المواقع الإخبارية الإلكترونية واتجاهاتها والفنون التحريرية المستخدمة، وكذلك القوة الفاعلة للأزمة، ومسارات البرهنة المستخدمة، واعتمد البحث على استخدام المقارنة المنهجية بهدف الوقوف على أوجه الشبه والاختلاف في التغطية الصحفية للمواقع الإخبارية (الأهرام، الوفد، المصري اليوم) للأطر الإعلامية كما تناولتها المواقع الإخبارية لجائحة كورونا، واعتمد البحث على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي

للمضمون المقدم في المواقع الإخبارية حول جائحة كورونا كما استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل موضوعات جائحة كورونا في الفترة الممتدة من 2019/12/31 إلى غاية تاريخ 2020/05/31، وقد توصلت الدراسة إلى بروز اهتمام عينة التحليل بعرض موضوعات جائحة كورونا، كما بينت النتائج أن المواقع عينة التحليل لم تركز على استخدام إطار واحد في معالجة أزمة كورونا بل طرحت عددا من الأطر المتباينة وأن الأطر تناوبت في الظهور في فترة الدراسة وإن اختلفت في تكرار ظهور الإطار واستمراره طول فترة المعالجة وفقا لاختلاف مراحل تطور الأزمة ذاتها. (عثمان حسن علي، 2020، الصفحات 558-588)

5.3 مصطلحات الدراسة: وتتمثل مصطلحات الدراسة فيما يلي:

- مفهوم المعالجة الإعلامية: هي التدخل المتعمد من طرف الوسيلة الإعلامية في طريقة تناول وعرض وتقديم قضية أو مشكلة والتي قد تكون على شكل أخبار وتقارير أو أحاديث أو تحقيقات أو مقالات وذلك باستخدام الأساليب والتقنيات الملائمة لذلك بما يؤدي إلى تحقيق هدف أو أهداف الصحيفة من هذا التدخل (حبيب، 2021، صفحة 06)، ويعرفها فاروق أبو زيد بأنها: "هي عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين و المعلومات المتعلقة به فهي الإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسماء المشاركين فيه و كيف ومتى وقع و غير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث يمتلك مقومات تجعله صالحا للنشر". (زيد، د.ت.ن، صفحة 255)

- التعريف بجائحة كورونا: فيروسات كورونا فصيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلال الأشد وطأة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس)، وكوفيد-19 هو المرض الناجم عن فيروس كورونا المستجد الموسمي فيروس كورونا سارس 2، وقد اكتشفت منظمة الصحة العالمية هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019 بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في ووهان بجمهورية الصين الشعبية، وتتمثل أعراض كوفيد-19 الأكثر شيوعاً في الحمى، السعال الجاف، الإجهاد، وفي الحالات الأشد وطأة قد تسبب العدوى الالتهاب الرئوي والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة والفشل الكلوي وحتى الوفاة. (موقع منظمة الصحة العالمية)

- التلفزيون العمومي الجزائري: تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تضطلع بمهمة الأخبار التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والثقيف، تم استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962، عند الاستقلال لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية ثم تحولت المؤسسة إلى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ ب01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها ب21 شارع الشهداء الجزائر العاصمة.

ويضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني وهذا من اجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني في الدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي ومختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص المؤسسة على تقديمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة، كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة. (موقع المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري)

- مفهوم الفاييسبوك: فاييسبوك بالإنجليزية Facebook موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (محمد عبد الحميد، 2015، صفحة 227)

ويعرف الفاييسبوك أنه موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة (محمد عفيفي، 2015، الصفحات 163-164)، ويرى مخترع "فيس بوك" "مارك زوكربيرج" أن فيس بوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي فإنه يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا. (صالح كاتب، 2011، صفحة 12)

4. الإطار النظري للدراسة

1.4 خصوصية المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا:

إن الخسائر البشرية والاقتصادية التي لحقت بالعالم خلال جائحة كورونا جعلت وسائل الإعلام والقنوات الفضائية تفسح مساحات واسعة كانت سابقا مهملة فيما يخص القطاع الصحي، فالمتابع للبرامج الشبكية لبعض القنوات الإخبارية المحلية والعالمية العربية والأجنبية كان يلاحظ قلة اهتمامها بالبرامج التي تتناول صحة الإنسان باعتبارها أساس كافة الأنشطة... لأن ترتيب الأولويات لدى تلك القنوات يشمل الشؤون السياسية والاقتصادية ومواضيع كالإرهاب لكن أزمة كورونا عصفت بكل هذه الملفات ليبقى ملف الأزمة الصحية هو الطاغية. (عبد النعيم العشران، 2020، صفحة 84)

لقد دفعت جائحة كورونا بالمؤسسات الإعلامية إلى تغيير أجنداتها في ترتيب الأخبار والسرعة والاحترافية في تغطية الأحداث الآتية وتجهيز صحفييها للعمل في ظروف استثنائية والأكثر من هذا الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور عبر التغطية العادلة البعيدة عن التهويل والتهوين (بن دالي، 2021، صفحة 340)، فقد أدى إعلان الصين عن ظهور الإصابات الأولى في مدينة ووهان بفيروس كورونا لدخول العالم في حالة طوارئ غير مسبوقه فأتخذت الدول إجراءات عديدة من أجل منع الفيروس من الانتشار واتخذت وسائل الإعلام من جهتها إجراءات من أجل التصدي للجائحة، فأخذت على عاتقها مهمة نقل أخبار الفيروس وحدود انتشاره وأعداد الإصابات ومهمة نقل التعليمات والتوجيهات والإرشادات التي تقدمها الجهات المختصة (فندوشي، 2021، صفحة 168)، فتنوعت زوايا الإعلام لملف كورونا على عدة صور.

وقد كان السياق الاستثنائي لجائحة كورونا فرصة لمؤسسات الميديا لتطوير منتجات صحفية جديدة على غرار الخرائط التفاعلية والتقارير التفسيرية وصحافة البيانات أو لدعم منتجات بعينها كالنشرات الإخبارية التي كان لها استخدام واسع ومنتشر، إضافة إلى النشرات طور العديد من المؤسسات خدمة البودكاست، ومن أكثر الأجناس الصحفية التي استخدمتها الصحافة كذلك تقارير تفسيرية وتقارير بيانات وخرائط تفاعلية وهي على نحو ما مثال جيد لما يمكن أن تقوم به الصحافة في وقت الأزمات من تفسير وإنارة وإعطاء الخلفية المعرفية الضرورية للقارئ حتى يفهم بنفسه الأحداث كقارئ راشد. (الحمامي)

وبدورها أظهرت الصحف والجرائد الرقمية أو الالكترونية في مناسبات عدة أنها تؤدي دورا مهما ومحوريا في تدبير الأزمات المختلفة... وقد برز هذا الدور خلال أزمة جائحة كوفيد 19 حيث سارعت في نشر الحملات التوعوية والفيديوهات الوقائية من أجل تحسيس الجمهور بمخاطر الوضع... فأصبحت أخبار فيروس كورونا المستجد ومستجداته الأكثر متابعة في وسائل الإعلام المختلفة وخصوصا في المواقع الإخبارية التي يتابعها الملايين على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (أمدي، 2020، صفحة 153)، وهذا ما دفع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت وكذا صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي التي باتت الحاجة إليها ملحة في ظل أنماط وعادات استخدام وسائل الاتصال التي أخذت فيها مواقع التواصل الاجتماعي حيزا كبيرا من اهتمامات الجماهير.

2.4 المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجزائرية في ظل جائحة كورونا:

لقد شكّل وباء كورونا تحدياً أمام وسائل الإعلام الجزائرية كونها غير مهيأة للممارسة الإعلامية خلال الأزمات ما عدا تجربتها خلال الأزمة الأمنية التي عاشتها الجزائر أثناء العشرية السوداء في تسعينيات القرن الماضي أما الأزمة الصحية التي أفرزها وباء كورونا بتداعياتها على مجالات متعددة فهي حالة استثنائية يواجهها قطاع الإعلام، وقد ازدادت مسؤولية المؤسسات الإعلامية مع الاهتمام المتزايد للمواطنين الخاضعين للحجر الصحي في بيوتهم بمتابعة تطورات وباء كورونا، كما ازدادت مسؤولية المؤسسات الإعلامية بوجود وسائل التواصل الاجتماعي التي غدت تستقطب خاصة خلال فترة الأزمة جمهورا كبيرا لما تتميز به هذه المنصات الرقمية من تفاعلية وفضاءات مفتوحة لنقل "المعلومة الآنية" وأيضا "المعلومة المغلوطة". (بوعشة)

لذا فقد عمدت وسائل الإعلام الجزائرية على تقديم مضامين إعلامية هدفت نشر الوعي الصحي للمواطنين من خلال إطلاق هاشتاغ خليك بالبيت و ذلك لضرورة التزام المواطنين منازلهم و عدم الخروج إلا لشراء حاجاتهم الضرورية، وتحولت نشرات الأخبار إلى منصات تعلن تزايد عدد المصابين بكورونا والمتعافين منه وعدد الوفيات عارضة الإحصائيات اليومية المفصلة بالإضافة إلى استقبال أخصائيين وأطباء لشرح مخاطر هذا الوباء وكيفية الحماية من إصابته وطرق العلاج التي يعمل عليها الباحثون، والتشدد في ضرورة التزام البيت حماية للفرد والمجتمع، إضافة إلى إعداد المقابلات والتقارير والبرامج التي تحمل جميعها اسم وهاشتاغ كورونا... وذلك للحد من انتشار الفيروس. (محمدي، 2020، صفحة 40)

وفي إطار الجهود الوطني لمكافحة فيروس كورونا فقد طبق المخطط الإعلامي المؤسساني الذي ارتكز على النقاط التالية (بوعشة):
- أصدرت وزارة الاتصال بيانا تدعو فيه كافة وسائل الإعلام الوطنية على اختلاف أنواعها إلى "التقيد والالتزام بنشر المعلومات المتعلقة بتطور وباء كورونا والوضعية الصحية العامة المرتبطة بالوباء" من وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات ومن الهيئة العلمية لرصد ومتابعة فيروس كورونا.

- حرصت وزارة الاتصال على توجيه أداء الصحافة بإلزام الصحفيين بضوابط أخلاقية لممارسة النشاط الإعلامي في هذه الظروف الاستثنائية، وعليه فإن الصحافة الوطنية والمحلية "مطلوبة بالاستمرارية في أداء دورها في تقديم خدماتها العمومية ودورها الإعلامي التنويري من رصد ونقل انشغالات المواطنين ويوميّاتهم وعلى الخصوص في هذا الظرف الاستثنائي ومرافقة مختلف المصالح الصحية والأمنية والحماية المدنية والسلطات المحلية بشكل تضامني لمحاصرة وباء كورونا والحيلولة دون تفشيه، بنشر الوعي والتنبية إلى مختلف المخاطر".

- حثت سلطة ضبط السمعي البصري القنوات التلفزيونية على "توجيه برامجها نحو التحسيس والتوعية بخطورة الوضع واليقظة التي يجب التحلي بها دون الدخول في الهلع والرعب وهما عاملان يؤثران سلبا في نجاح الأعمال التي تمت المبادرة بها".

- تبعاً لقرار مشترك بين وزارتي الاتصال والشؤون الدينية والأوقاف وضعت تحت تصرف وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة قائمة اسمية معتمدة تضم أئمة ومختصين في العلوم الإسلامية مخولين للإدلاء بالتصريحات والمشاركة في الحصص والبلاطوهات حول كل ما يخص القضايا الدينية في سياق تفشي وباء كورونا، كما حددت وزارة الصحة قائمة من الأطباء المخول لهم بالمشاركة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بوباء كورونا.

4.3 المعالجة الإعلامية للتلفزيون العمومي الجزائري في ظل جائحة كورونا:

اهتم التلفزيون الجزائري على غرار بقية وسائل الإعلام الأخرى بجائحة كورونا مع بداية انتشار الفيروس في العالم والجزائر من خلال تعديل البرمجة ليرز الموضوع في صدارة الأجنحة الإعلامية وزيادة حجم التغطية وإنتاج برامج وفقرات جديدة أو تخصيص حلقات من برامج قائمة لتناول الموضوع، وقد تم الاستعانة باستوديوهات منزلية لتنشيط الحصص عن طريق تطبيقات التواصل المرئي - المسموع عبر الانترنت من أجل بث البرامج أو التحاور مع الضيوف عن بعد في ظل التباعد الاجتماعي والحجر المنزلي الذي فرضته الجائحة، كما تم التركيز على الإحصائيات اليومية لانتشار المرض... وتنوع المحتوى الإعلامي بين الاهتمام بالجوانب الصحية للمواطنين... وبين الاهتمام بالآثار الاقتصادية والاجتماعية والنفسية للجائحة (فندوشي، 2021، صفحة 171)، كما عمدت وسائل الإعلام الثقيلة "إذاعة وتلفزيون" على بث برامج ترفيهية على غرار ما قامت به القناة الأولى بالتلفزيون الجزائري حيث تم بث أقدم الأفلام الشهيرة التي شارك فيها قامة من الفنانين الجزائريين والتي لا زالت راسخة في ذاكرة الجزائريين والتي تساهم في إدخال البهجة لهم كلما قاموا بمشاهدتها، كما تم عرض أهم المباريات التي أجراها المنتخب الوطني الجزائري في مسيرته الكروية خاصة أثناء البطولة الإفريقية والتي توج فيها المنتخب بالتاج الإفريقي للمرة الثانية في تاريخ الجزائر، القنوات الخاصة هي الأخرى كان لها الدور الفعال أيضا في التخفيف من وطأة جائحة كورونا من خلال البلاطوهات التي كانت في كل مرة تستقبل مختصين في مجال محاربة الفيروسات وعلم الأوبئة للتحديث بإسهاب وموضوعية عن الفيروس. (زايد)

وفي إطار التأقلم مع الوضعية الوبائية التي فرضتها جائحة كورونا أطلقت المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري يوم 26 مارس 2020 قناة إخبارية وقناة تلفزيونية عامة بصيغة جديدة، ويأتي ذلك نظراً لتعاظم الدور الإعلامي للتلفزيون الجزائري على ضوء الأوضاع الصحية التي عرفتها البلاد على غرار العديد من دول العالم بسبب تفشي فيروس كورونا وباعتبار أن مرافقة الأحداث الوطنية والدولية لن يكون مجدياً ووافياً بقناة عامة ومن هذا المنطلق جاء إطلاق قناة إخبارية لتستجيب لحاجيات الجمهور، وإضافة إلى قناة كنال أجيرو الناطقة باللغة الفرنسية، وقناة الأمازيغية، وقناة القرآن الكريم توسعت باقة قنوات التلفزيون الجزائري بإطلاق قناة سابعة أطلق عليها اسم "المعرفة" خاصة بالتعليم عن بعد تهتم بتقديم الدروس في كل التخصصات لصالح تلاميذ كل الأطوار خاصة أقسام الامتحانات النهائية، كما يجرى على مستوى مؤسسة التلفزيون العمومي التحضير لإطلاق قناة تلفزيونية وطنية خاصة بالتاريخ إلى جانب قناة برلمانية وقناة للشباب. (بوعشة)

إضافة لما سبق ذكره فقد برزت مواكبة التلفزيون الجزائري لكل مستجدات جائحة كورونا عبر صفحته على شبكة الفايسبوك من خلال تغطيات يومية مست الموضوع من عدة جوانب شملت أعراض المرض، طرق انتشار العدوى، طرق الوقاية منه وغيرها، "ولكون العلاقة التي صارت تربط وسائل الإعلام بشبكات التواصل الاجتماعي أصبح يشدها تداخل وارتباط وثيق أي أن التقليدي أو الكلاسيكي صار يستعمل ويعتمد على الجديد... سواء فيما يخص عمليات البث أو العلاقة مع الجمهور أو طريقة إنتاج المضامين الإعلامية" (بوحوالي، 2021، صفحة 69) فقد زاد إقبال الجهات الرسمية على استخدام الإعلام الاجتماعي، فالقائمون على مؤسسة

التلفزيون الجزائري يدركون أهمية الأمر فقد جاء سعي المؤسسة لإيجاد مكانة لها عبر صفحات شبكة الفايسبوك من خلال إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة أطلق عليها تسمية "المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري" تم إنشاؤها في 15 فيفري 2018 شعارها "خدمة عمومية ورسالة إعلامية" وهي الصفحة الرسمية للتلفزيون الجزائري تسيطر عليها الدولة الجزائرية وتخضع لرقابتها، وتقوم بنشر مضامين عامة تهم الشأن العام ذات طابع إعلامي تمس كل الجوانب التي تهم المواطن سواء تعلق الأمر بالأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الرياضية أو الثقافية أو الدينية أو غيرها، وتحمل كافة منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك توقيع مؤسسة التلفزيون الجزائري وهذا من أجل حماية حقوق الملكية الخاصة بالتلفزيون الجزائري وعدم تعريضها للسرقة وإعادة النشر من طرف جهات أخرى، وقد استطاعت صفحة التلفزيون الجزائري على شبكة الانترنت من الوصول إلى 3 869 646 مشترك و2 326 581 معجب، وللصفحة رابط مباشر نحو الموقع الرئيسي للتلفزيون العمومي الجزائري وهو <https://www.entv.dz>.

5. عرض وتحليل نتائج الدراسة:

من خلال تتبع منشورات صفحة التلفزيون الجزائري عينة الدراسة على شبكة الفايسبوك توصلنا إلى النتائج التالية:

1.5 فئات الشكل:

1.1.5 فئة الطبيعة التقنية للمنشورات:

يتضح من خلال نتائج الرصد التكراري أن الطبيعة التقنية للمنشورات المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة تنوعت وجاءت الفيديوهات المرفقة بنصوص هي أكثر الأشكال استعمالا في المنشورات التي الصفحة عينة الدراسة، حيث قدرت نسبتها بـ (57.31%) من مجموع ما نشر، إن سبب اعتماد الصفحة عينة الدراسة على هذا النوع من التقنية يرجع لكون أن مشاركة المقاطع الصغيرة أصبحت أحد أهم الوسائل الرائجة بكثرة على شبكة الفايسبوك وقد يرجع سبب ذلك إلى لكونها وسيلة تتسم بالسرعة في تبليغ الرسالة المرغوب فيها ضف لذلك أن الفيديو يعتبر من أكثر الوسائل استخداما لتمير الرسائل المرغوب فيها، كما يرجع سبب اعتماد الفيديو كأكثر التقنيات المستخدمة في معالجة أزمة كورونا لطبيعة الوسيلة الإعلامية والتي تعتمد بشكل أساسي على المادة المسموعة والمرئية، وقد جاءت فيديوهات الصفحة مرفقة بنصوص مكتوبة وذلك لزيادة التوضيح أو لجذب الانتباه أكثر.

واعتمدت الصفحة عينة الدراسة كذلك على الصور المرفقة بنصوص بنسبة (42.68%)، نظرا للأهمية التي تحتلها الصورة في شبكة الفايسبوك حيث تتم مشاركة ملايين الصور يوميا حيث تحظى الصور على القدر الأكبر من التفاعل والإعجاب والتعليق دون أن ننسى أن عصرنا هو عصر الصورة بامتياز (كعيسى، 2010/2009، صفحة 35)، لذا فإن أهمية الصورة في صفحات الشبكات الاجتماعية الالكترونية تأتي من اعتبارها عنصرا يجذب المتصفحين لها وتقع عليه أعينهم قبل النص ولذلك يجب أن تستغل المساحة التي تحتلها أفضل استغلال... فمصمم المحتوى المرئي لا يكتفي بنشر الصورة بغرض النشر فحسب ولكن لابد أن يثير متصفحها. (مزيان و زواقة، 2021، صفحة 1031)

وقد اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة أبو بكر حبيب التي بينت نتائجه أن استخدام النص في مواقع الصحف عينة الدراسة جاء في المرتبة الأولى بنسبة (21.57%) وفسر الباحث ذلك بكون أن القضايا الصحية لا تحتاج إلى صور وأن الجائحة عالمية

وليست دولية ومن ثم ليس هناك مجال لنشر الصور بكثرة، وجاءت النصوص المرفقة بصور في المرتبة الثانية بنسبة (17.04%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت النصوص المرفقة بالفيديوهات بنسبة (16.78%). (حبيب، 2021، صفحة 28)

2.1.5 فئة حجم الخط المستخدم في النصوص الواردة في المواضيع المعالجة لأزمة كورونا:

يعتبر الخط وحجمه من بين الأدوات التي يتم الاعتماد عليها لجذب انتباه المستخدمين بتوظيف أنواع خطوط متعددة وبأحجام مختلفة، وبالنسبة لحجم الخط الذي تم استخدامه في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة فقد أفرز الرصد التكراري أن الصفحة عينة الدراسة استخدمت الخط المتوسط بنسبة (97.56%) كما استخدمت الخط الكبير بنسبة (02.43%)، ونفسر استخدام الخط المتوسط بالدرجة الأولى لإبراز محتوى المنشور بشكل يتيح للمستخدم قراءته بسهولة وكثيرا ما يتم استخدام هذا الخط عندما يكون حجم المحتوى متوسط أين يتطلب الأمر عددا قليلا من الكلمات والأسطر وقد برز ذلك جليا في المنشورات التي كانت تقدم إحصائيات حول عدد الإصابات وعدد الموتى وعدد حالات الشفاء التي تم نشرها عبر صفحة التلفزيون الجزائري على شبكة الفايسبوك والتي لا تتطلب شرحا مفصلا.

3.1.5 فئة لون الخط المستخدم في النصوص الواردة في المواضيع المعالجة لأزمة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص لون الخط المستخدم في النصوص الواردة في المواضيع المعالجة لأزمة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة أن الصفحة اعتمدت على عدم استخدام الألوان في الخط بنسبة (96.34%) بينما قدرت نسبة اعتمادها على الخط الملون بنسبة (03.65%)، حيث ركزت أكثر على اللون التلقائي للحروف والمتمثل في اللون الأسود وقد يرجع ذلك لكون أن اللون الأسود هو أقوى الألوان وأكثرها وضوحا، رغم أن شبكة الفايسبوك سعت لإيجاد مزايا تضاف لخدماتها فعملت على إتاحة مشاركة المزيد من المحتوى حيث أقدمت على إطلاق المنشورات الملونة بهدف جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين إلا أن النتائج بينت أن صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك تعتمد بالدرجة الأولى على اللون الأسود وقد يرجع سبب ذلك لكونه الأكثر ملائمة للطابع الإخباري الذي تتميز به الصفحة عينة الدراسة.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة ميادة محمد عرفة سيد أحمد بعنوان "دور المنتديات النسائية على شبكة الانترنت في تنمية الوعي لدى المرأة دراسة تطبيقية"، حيث بينت الدراسة أن استخدام الألوان جاء بنسبة (53.70%) من إجمالي عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة في موضوعات منتديات الدراسة مقابل (46.3%) منها غير ملونة. (محمد عرفة سيد أحمد، 2017/2016، صفحة 189)

4.1.5 فئة التأثيرات المصاحبة للنصوص الواردة في الموضوعات المتعلقة بمعالجة أزمة كورونا:

بالنسبة للتأثيرات المصاحبة للنصوص والتي نقصد بها وجود روابط تشعبية للنص من عدم وجودها فقد بينت النتائج أن أغلبية مناشير الصفحة عينة الدراسة بنسبة (58.53%) لا تعتمد على أي نوع من التأثيرات في النصوص لأن هذا النوع من المناشير لا يحتاج إلى توجيه إلى الموقع الإخباري للتلفزيون العمومي الجزائري وقد تجلت أغلبها في شكل فيديوهات، في حين اعتمدت نسبة (41.46%)

من منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة على منشورات تحيل إلى موقع الكتروني آخر والمتمثل في الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري في غالبية المنشورات وذلك بهدف الإطلاع أكثر على تفاصيل الموضوع المنشور وكذلك التعريف بالموقع أكثر بغرض زيادة عدد معجبيه ومتابعيه، وقد تم إدراج هذه الروابط خاصة على الصور حيث وبمجرد الضغط على العنوان المدرج تتم الإحالة مباشرة للموقع، "فقد فتح الحاسوب أمام الكتابة آفاقا عديدة، منها إمكانية إدراج الصورة والصوت في النص المكتوب وقابلية الاستنساخ السريعة واللا نهائية وإشراع النص على نصوص كتابية أو سمعية أو مرئية يمكن النفاذ إليها من النص نفسه عبر الروابط التشعبية وهذا ما منح الكتابة ليونة غير مسبوقة". (سعدون، 2017/2016، صفحة 145)

5.1.5 فئة الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة مواضيع جائحة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص فئة الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة مواضيع جائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك أن الصفحة عينة الدراسة اعتمدت على الخبر في المرتبة الأولى بنسبة (45.12%)، والخبر هو المادة الخام التي تقوم عليها الصحافة يقتضي الوصف الموضوعي في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة على الواقع يتمحور حول حدث أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية أو نشاط هام، وجاء الريبورتاج في المرتبة الثانية بنسبة (40.90%) حيث يتيح الريبورتاج إمكانية نقل الأحداث في بيئتها وقد تمحورت أغلبية ريبورتاجات الصفحة عينة الدراسة نقل حي للوقائع من الميدان كتصوير حملات التعقيم التي كانت تقوم بها الجهات الحكومية أو عرض مختلف حيثيات حملات التلقيح أو النزول للمستشفيات والاحتكاك مع المرضى والأطباء بغية نقل آخر مستجدات تطور فيروس كورونا، كما بينت النتائج أن الحديث الصحفي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (10.22%)، والحديث الصحفي هو فن يقوم على أساس الحوار الحي والمباشر بين الصحفي وشخصية اجتماعية سياسية فنية أو أكثر حول موضوع معين للحصول على معلومات أو شرح وجهات نظر أو تصوير جوانب غير معروفة ذات أهمية اجتماعية اقتصادية سياسية بهدف الحصول على المعلومات، بينما جاء التقرير في المرتبة الرابعة بنسبة (02.27%)، وتشير هذه النتيجة إلى أن هناك استخدام موفق لتشكيلة الأنواع الصحفية في صفحة التلفزيون الجزائري العمومي على الفايسبوك لإبراز كافة جوانب الموضوع، وهذا ما يتفق ذلك مع طبيعة الأزمة التي تقتضي متابعتها الصحفية ضرورة الوقوف على آخر المستجدات ويتحقق ذلك في أفضل صورة باستخدام الأشكال الصحفية الخيرية وفي مقدمتها الخبر الذي يساعد على التغطية المستمرة والمتواصلة لمستجدات أزمة كورونا ما يجعل الجمهور على إطلاع بكل التطورات ويكفل له حقه في المعرفة وهذا ما ركز عليه المخطط الإعلامي المنتهج من طرف وسائل الإعلام الجزائرية عموما ومؤسسة التلفزيون على وجه الخصوص.

6.1.5 فئة الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة:

بينت النتائج فيما يخص الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك أن كل من خاصية التعليق على المنشور، خاصية مشاركة المنشور، خاصية الإعجاب بالمنشور برزت في كل المواضيع عينة التحليل بنسبة (100%)، كما برزت الإمكانيات التفاعلية الخاصة بتقنية الفيديو والتي تمثلت في خاصية تشغيل الفيديو وتوقيفه، خاصية تكبير أو تصغير الفيديو، خاصية مواصلة مشاهدة الفيديو مع تصفح منصة الفايسبوك في وقت واحد، خاصية التحكم في الصوت، خاصية اختيار نوعية التقنية التي يعرض بها الفيديو، خاصية إعادة المشاهدة وذلك في كل المواضيع عينة التحليل بنسبة

(100%)، وهذا ما يؤكد مرة أخرى على أهمية الخدمات التفاعلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي والتي قامت على فكرة تحقيق أكبر قدر من التشاركية بين المستخدمين على اختلافهم من جميع النواحي فأناحت عدة آليات للتفاعل مع المنشورات.

2.5 فئات المحتوى:

1.2.5 فئة الموضوعات التي تناولتها منشورات الموقع حول جائحة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص فئة الموضوعات التي تناولتها منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة حول جائحة كورونا أن الصفحة أعطت الأولوية للموضوعات التي تناولت إحصائيات الإصابة بالفيروس والوفيات وحالات الشفاء في المرتبة الأولى بنسبة (45.12%)، وفي المرتبة الثانية برزت الموضوعات التي تناولت أهمية التلقيح لمواجهة الأزمة بنسبة (24.39%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الموضوعات التي تناولت مجهودات الحكومة لمواجهة الوباء بنسبة (06.09%)، كما تناولت الصفحة عينة التحليل موضوعات أخرى بقدر محدود من الاهتمام مثل موضوع طرق الوقاية من الفيروس بنسبة (03.65%)، أزمة الأكسوجين بنسبة (03.65%)، حملات التعقيم بنسبة (03.65%)، كوفيد 19 عند الأطفال بنسبة (02.42%)، مدى احترام إجراءات الحجر الجديدة بنسبة (01.21%)، إجراءات تعامل مختلف القطاعات أثناء الأزمة بنسبة (01.21%)، التكفل بمرضى الشرطان في ظل جائحة كورونا بنسبة (01.21%)، التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة بنسبة (01.21%) وغيرها، ويرجع إعطاء الأولوية للموضوعات التي تناولت إحصائيات الإصابة بالفيروس والوفيات وحالات الشفاء للفترة الزمنية التي تمت فيها الدراسة التحليلية والتي كانت الجزائر تعيش فيها تفشي رهيب لفيروس كورونا وزيادة معتبرة في عدد الإصابات والوفيات أطلق عليها المختصون الموجة الثالثة حيث تقابل فترة انتشار فيروس كورونا المتحور دلتا في الجزائر وهذا ما انعكس على السياسة الإعلامية لصفحة التلفزيون الجزائري الذي كانت أولى أولوياته في تلك الفترة تقديم المعلومة للمواطن وإعلامه بكافة الإحصائيات حول عدد الإصابات وعدد الوفيات وفي نفس الوقت كان من المهم جدا حثه على التلقيح وإبراز مجهودات الدولة في توفير اللقاح، وهنا يبرز دور شبكة الفيسبوك في المساهمة في نشر أخبار الوسائل الجماهيرية الأخرى و من بينها التلفزيون الجزائري.

2.2.5 فئة أسلوب عرض الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة:

بينت النتائج فيما يخص فئة أسلوب عرض الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة أن الصفحة اعتمدت على أسلوب عرض الموضوع وتقديم الحلول في المرتبة الأولى بنسبة (52.43%)، وهذا ما يؤكد على أن الصفحة عينة الدراسة لم تتوقف في معالجتها الإعلامية على الأزمة وعلى عرض الأسباب فقط وإنما احتوت مضامينها على تقديم الحلول المقترحة للخروج من الأزمة من خلال السعي لزيادة المستوى المعرفي لدى الجمهور الجزائري فيما يتعلق بتعريفه طرق الحماية وأساليب الوقاية من الفيروس وهذا ما يعكس وجود استراتيجيات مسبقة في معالجة الصفحة عينة التحليل للموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا والتي تستهدف تخطي الأزمة من خلال معالجة السلبيات الموجودة سواء في سلوكيات المواطن أو في آليات تطبيق الإجراءات وفي نفس الوقت محاولة إيجاد البدائل، كما يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الصفحة عينة الدراسة اعتمدت في بعض منشوراتها على أسلوب عرض الموضوع وكان ذلك بنسبة (47.56%) وتحلى ذلك غالبا في المنشورات التي كانت تستعرض إحصائيات الإصابة بالفيروس، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة محمد سيد محمد سيد التي بينت نتائجها أن الصحف عينة الدراسة لم تكتفي بالتطرق

للأزمة وعرض أسبابها فقط وإنما تناولت مضامينها أحدث الحلول المطروحة بنسبة (54.50%). (سيد محمد سيد، 2021، صفحة 102)

3.2.5 فئة اللغة المستخدمة في الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في الصفحة عينة الدراسة:

بينت النتائج فيما يخص فئة اللغة المستخدمة في الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة أن الصفحة اعتمدت على اللغة العربية الفصحى بنسبة (67.07%)، وهذا ما يعكس حرص التلفزيون الجزائري على استخدام اللغة العربية الفصحى كلغة أساسية في منشوراته بما يتناسب مع السياسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري والذي يتوجه بالدرجة الأولى لجمهور جزائري تعبر العروبة جزء لا يتجزأ من هويته وهذا ما يجعله يتفاعل بشكل أفضل باستخدام اللغة العربية، كما أن استخدام اللغة العربية الفصحى يعطي طابع من الجدية والأصالة، هذا وتوضح بيانات الجدول أن الصفحة عينة الدراسة اعتمدت كذلك في بعض منشوراتها على أكثر من مستوى لغوي بنسبة (32.92%) وقد تجلّى ذلك خاصة في المنشورات التي كانت على شكل فيديوهات والتي اعتمدت في بعض لقطاتها على مزيج من اللغة العربية الفصحى واللغة العامية خاصة إذا تعلق الأمر بالأفراد الذين كانوا من مختلف الفئات الشعبية والذين كان تقديمهم كشهود عيان يقدمون إفادات للحث على ضرورة التلقيح وهو أمر طبيعي من شأنه إحداث نوع من المحاكاة للواقع المصور.

4.2.5 فئة أهداف المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص فئة أهداف المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة أن الصفحة هدفت بالدرجة الأولى للإخبار بالمعلومات والإحاطة بكافة المستجدات بنسبة (67.07%)، ويرجع ذلك حسب اعتقاد الباحثة لسياسة المؤسسة الإعلامية التي كان سعيها توفير المعلومة الصحيحة للمواطن ولكون أن أهم الوظائف الإعلامية بالنسبة للتلفزيون الجزائري هي وظيفة الإخبار من ناحية، ومن ناحية أخرى تزامنت فترة التحليل مع توفر المعلومة كون الوباء كان في مراحل متقدمة وهذا ما وفر إمكانية ربط المعطيات وتحليلها خاصة فيما تعلق بحالات الإصابات والعلاج المقترح للحد منها، هذا وتبين النتائج كذلك أن الحث على ضرورة التلقيح كان من أولويات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة بنسبة (11.51%)، وجاءت التوعية الوقائية في المرتبة الثالثة بنسبة (10.79%)، بينما برزت الموضوعات الأخرى بدرجة أقل فجاء هدف الإرشاد والتوجيه بنسبة (07.18%) وجاء هدف مواجهة الشائعات بنسبة (0.71%).

5.2.5 فئة الاستمالات المستخدمة في المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا.

بالنسبة لفئة الاستمالات المستخدمة في المنشورات التي تناولت موضوعات جائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك عينة الدراسة، بينت النتائج أن الصفحة اعتمدت على الاستمالات العقلية بنسبة (65.85%)، بينما كان اعتمادها على الاستمالات العقلية والعاطفية معا بنسبة (28.04%)، وجاء الاعتماد على الاستمالات العاطفية فقط في المرتبة الثالثة بنسبة (6.09%)، وتدل النتائج أن الصفحة عينة الدراسة استخدمت أكثر من أسلوب لإقناع الجمهور بالمعلومات الواردة في منشوراتها التي تناولت جائحة كورونا وهذا ما يعكس السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزيون العمومي فيما يخص التعرض لأزمة كورونا من ناحية، ومن

ناحية أخرى قد يرجع سبب اعتماد منشورات الصفحة عينة التحليل على الاستمالات العقلانية بالدرجة الأولى في معالجة موضوع جائحة كورونا لطبيعة الموضوع في حد ذاته والتي تقتضي عرض وتقديم إحصائيات وأرقام مفصلة حول كافة المستجدات، كما يتطلب الموضوع الاستشهاد بمصادر متخصصة كالأطباء وخبراء مختصين في مختلف المجالات وكذا الاستشهاد بدارسات وتقارير وذكر إيجابيات وسلبات وهذا ما ظهر واضحاً في الموضوعات التي تناولتها الصفحة عينة التحليل، ولأن النسق العقلاني في حاجة إلى داعم ورابط عاطفي ولكون الاستمالات العاطفية بدورها تلعب دوراً مهماً في عملية الإقناع حيث تستخدم للتأثير في عواطف ووجدان الجمهور وإثارة مشاعره لتبني السلوك المرغوب فقد تم الاعتماد عليها في منشورات الصفحة عينة التحليل فبرزت في الموضوعات التي استهدفت تخويف الجماهير من خطورة الجائحة كما برزت في الموضوعات التي اعتمدت أسلوب الترغيب كتلك التي تناولت أهمية التلقيح للحد من انتشار الفيروس والتي استهدفت إثارة حماس المتلقي بغرض زيادة الإقبال على تلقي اللقاح والأخذ بالنصائح والإرشادات على محمل الجد.

واختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة محمد سيد محمد سيد حيث بينت الدراسة أن نسبة (50.50%) من الاستمالات المعتمدة من طرف الصحف عينة الدراسة كانت استمالات عاطفية، ونسبة (27.4%) تخوفية ونسبة (21.9%) عقلانية، وقد أرجع الباحث سبب اعتماد الاستمالات العاطفية بالدرجة الأولى لطبيعة القارئ المصري الذي يمكن استمالته أكثر بالجوانب العاطفية. (سيد محمد سيد، 2021، صفحة 28)

6.2.5 فئة اتجاه الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص فئة اتجاه الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايبيوك عينة الدراسة أن الصفحة عينة الدراسة تعاملت تعاملًا إيجابيًا مع أزمة كورونا بنسبة (56.06%)، بينما لم تكشف النتائج أي تعامل سلبي مع الأزمة في الموضوعات التي تم تحليلها في الصفحة عينة الدراسة، لكن في الوقت نفسه كانت صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايبيوك محايدة في منشوراتها المتعلقة بجائحة كورونا بنسبة (43.90%)، وتؤكد النتائج المتوصل لها أن السياسة التحريرية لصفحة التلفزيون الجزائري تبعد عن اتجاه المعالجة السلبية باعتبار أن جائحة كورونا تعتبر قضية رأي عام علمي لا تحتاج أن توضع في اتجاه سلبي فالنقد في مثل هكذا أزمات لن يقدم فائدة للصالح العام وبالتالي فدور التلفزيون هاهنا هو توفير المعلومة السليمة للرأي العام حول الأزمة وتوعيته بغية الوقاية من المرض والحد من تفشي الفيروس للخروج من هذه الأزمة خدمة للصالح العام وهو ما تنص عليه موثائق الشرف الصحفية، وبالتالي كان من اللازم التعامل مع موضوعات جائحة كورونا على الاتجاه الإيجابي وعدم التضخيم في عرض المعطيات حول الجائحة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة محمد سيد محمد بعنوان "اتجاهات الصحف الدينية في التعامل مع أزمة كورونا دراسة تحليلية"، حيث بينت النتائج أن الصحف عينة الدراسة تعاملت تعاملًا إيجابيًا مع أزمة كورونا بنسبة (90.03%). (سيد محمد سيد، 2021، صفحة 106)

7.2.5 فئة مصدر المعلومة التي تم الاعتماد عليها في استقاء الأخبار حول جائحة كورونا:

يعد المصدر من أساسيات العمل الإعلامي بغض النظر عن طبيعة التناول فكل عمل إعلامي يجب أن يستند لمصادر لإثبات الموثوقية كما أن اختيار المصادر الرصينة يساعد في تقديم معالجة تعزز التزام ومسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع، وكلما زادت نسبة المصادر عند الوسيلة الإعلامية زادت فرصتها في تقديم معالجة جيدة تحظى باهتمام الجمهور... فمن معايير التغطية الإعلامية الناجحة تعدد المصادر وتنوع الآراء المطروحة حول الحدث. (طاهر، 2020، صفحة 352)

وقد بينت النتائج فيما يخص فئة مصدر المعلومة التي تم الاعتماد عليها في استقاء الأخبار حول جائحة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك أن الصفحة عينة الدراسة اعتمدت بالدرجة الأولى على وزارة الصحة بنسبة (43.90%) والتي انبثقت منها لجنة مستقلة لرصد ومتابعة وباء كورونا لتكون المصدر السمي لكافة الإحصائيات، ومرد ذلك هو إتباع مؤسسة التلفزيون العمومي تعليمات السلطة التي أكدت على ضرورة اعتماد وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات كمصدر أول لكل المعطيات التي تتعلق بجائحة كورونا وذلك تفاديا لنشر الأخبار المغلوطة والشائعات، كما تبين نتائج الجدول أن صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة اعتمدت على المقابلات الحية كمصدر للمعلومات بنسبة (25.60%)، حيث كانت الصفحة تعرض الأحاديث الصحفية التي كانت تتم مع الشخصيات التي تتوفر على أكبر قدر من المعلومات حول جائحة كورونا كالأطباء والمختصين في علم الأوبئة الذين كانوا في كل مرة يقدمون معلومات متعددة تشمل الجائحة من عدة جوانب، وقد كانت هذه المقابلات تتم أحيانا في الأماكن المغلقة كالاستوديوهات أو المكاتب وفي أحيان أخرى تتم في الفضاءات الميدانية كالمستشفيات والمراكز الصحية التي كانت معنية بعملية التلقيح ضد فيروس كورونا كما كان يتم عرض شهادات شهود عيان من مختلف شرائح المجتمع الجزائري خاصة إذا تعلق الأمر بالتوعية بأهمية التلقيح وذلك بهدف تأكيد الدعم المجتمعي والتجاوب الإيجابي مع الحملة الوطنية للتلقيح ضد فيروس كورونا، ونفسر ذلك بأهمية إجراء مثل هذا النوع من المقابلات لدورها الفعال في العملية الإقناعية قصد إحداث النوعية على الحدث وزيادة جرعات التأثير.

كما بينت النتائج أن صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة اعتمدت على المصادر الرسمية الحكومية كمصدر للمعلومات بنسبة (21.95%)، وذلك من خلال اللقاءات التي كانت تتم مع شخصيات ذات مسؤولية معينة في الحكومة لارتباطهم المباشر بالموضوع جائحة كورونا وذلك من أجل توضيح أو تعليل قرار أو شرح برامج أو تبيان إستراتيجية أو إطلاق نداء طبعا فيما يخص الجائحة مثل حملات التعقيم التي أرفقت بتدخلات الولاية ورؤساء البلديات وكذا الاستعانة بإطارات ومسؤولي وزارة الصحة، وهذا ما يؤكد مرة أخرى على سعي صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة على تنويع مصادرها وتقديم معالجات نوعية تربط بين مختلف الجوانب التي تؤثر بالأزمة و تتأثر بها كما يعكس جدية الصفحة عينة التحليل في معالجة موضوعات جائحة كورونا.

8.2.5 فئة النطاق الجغرافي للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا:

بينت النتائج فيما يخص فئة النطاق الجغرافي للموضوعات التي عاجلت جائحة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة أن النطاق الجغرافي المحلي للموضوعات جاء في المرتبة الأولى بنسبة (98.78%) يليه العالمي بنسبة (01.21%)، ويرجع تصدر النطاق الجغرافي المحلي في المقدمة لكون أن الموضوعات التي عاجلت أزمة كورونا على الصفحة عينة

التحليل كانت موجهة في المقام الأول للجمهور الجزائري وبالتالي جاء نطاق التغطية المحلية في المقدمة، بينما جاء النطاق الجغرافي العالمي بنسبة منخفضة من خلال منشور واحد يوضح مستجدات الوضعية الوبائية في العالم كان مصدره منظمة الصحة العالمية. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدائم بعنوان معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد 13) التي بينت نتائجها أن النطاق الجغرافي المحلي للموضوعات جاء في المرتبة الأولى بنسبة (83.05%)، وجاء في المرتبة الثانية النطاق الجغرافي العالمي بنسبة (13.80%)، وجاء الإقليمي في المرتبة الثالثة بنسبة (02.70%). (مرزوق، 2020، صفحة 2326)

9.2.5 فئة حجم تفاعل الجمهور مع المنشورات التي عاجلت موضوعات جائحة كورونا:

ولأن شبكات التواصل الاجتماعي قامت على فكرة تحقيق أكبر قدر من التشاركية بين المستخدمين على اختلافهم من جميع النواحي فقد أتاحت عدة آليات للتفاعل مع المنشورات، وقد بينت نتائج الدراسة فيما يخص حجم تفاعل الجمهور مع المنشورات التي عاجلت موضوعات جائحة كورونا في صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة أن نسبة (82.92%) من المنشورات التي تم تحليلها حظيت على 200 إعجاب فأكثر بمعنى أن أغلبية المنشورات حققت صدى لدى المستخدم وهذا ما يعكس نشاط الجمهور المتلقي من ناحية كما أن إبداء الإعجاب على المنشورات مؤثر هام على أهمية ما يتم نشره من ناحية أخرى وفي الوقت الحالي تعتبر جائحة كورونا من أهم المواضيع في الساحة الإعلامية، بينما بينت النتائج أن نسبة (90.24%) من المنشورات عينة التحليل حظيت على أقل من 50 تعليق، كما حازت نسبة (89.02%) من المنشورات عينة التحليل على أقل من 50 مشاركة، ونفسر انخفاض معدلات التعليق والمشاركة مقارنة بإبداء الإعجاب لكون أن خاصية إبداء الإعجاب رغم أهميتها غير أنها في الكثير من الأحيان تستخدم لأسباب لا تتعلق بعمق المنشور ولا بأهميته بقدر ما تكون وسيلة للمجاملة فقط وأسلوب للتفاعل السهل بالإعجاب لا يكلف وقتاً ولا جهداً إذ يكتفي المستخدم بنقرة زر للتعبير عن إعجابه. فيما يخص فئة

10.2.5 فئة اتجاه تعليقات الجمهور على الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا:

فيما يخص فئة اتجاه تعليقات الجمهور على الموضوعات المتعلقة بمعالجة جائحة كورونا في منشورات صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك عينة الدراسة فقد بينت النتائج أن تعليقات الجمهور كانت معارضة بنسبة (34.61%)، وجاءت التعليقات التي ليس لها صلة بالموضوع في المرتبة الثانية بنسبة (25.00%) ويمكن أن نعتبر التعليقات التي ليس لها صلة بالموضوع هي بدورها تعبر عن رأي معارض، وقد احتوى جل هذه التعليقات آراء تعبر عن رفض سياسة الدولة واستراتيجياتها المتبعة خاصة وأن فترة التحليل تزامنت مع وجود أزمة الأوكسجين في البلاد والتي جاءت كنتيجة لحاصل لارتفاع معدلات الإصابة بفيروس كورونا وبالتالي كان هناك سخط شعبي كبير، كما عاش المجتمع في ذات الفترة موجة من الشائعات حول فاعلية اللقاح وأزمة في نقص الأوكسجين والتي لم تحظى بتغطية كبيرة من طرف صفحة التلفزيون الجزائري على عكس الموضوعات التي تناولت حملة التلقيح ويعد ذلك طبيعي بحكم السياسة الإعلامية المنتهجة من طرف التلفزيون العمومي التي لا تستهدف بأي حال من الأحوال تحويل الأوضاع، كما أن يجب أن نضع في الاعتبار أن التلفزيون الجزائري هو أهم جهاز إعلامي في الجزائر وهو يمثل السلطة وأن صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفيسبوك لن تحيد على السياسة العامة المنتهجة من طرف المؤسسة ولهذا الأسباب أخذت آراء الجمهور المنحى الراض أكثر من المؤيد وهذا ما تجلى واضحاً من خلال التعليقات، وبالنسبة للتعليقات المحايدة والتي كانت بنسبة (18.26%) فقد ظهرت على شاكلة أدعية برفع

الوباء وتعجيل الشفاء للمرضى والرحمة للموتى، ومع ذلك تؤكد هذه النتائج على الدور الذي تؤديه شبكة الفايستوك في خلق التفاعلية بين الوسيلة الإعلامية وجمهورها وجعلها أكثر قرباً منهم.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة أبو بكر حبيب التي بينت نتائجها أن التعليقات المؤيدة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (58.06%)، وكانت التعليقات التي ليس لها صلة بالموضوع في المرتبة الثانية بنسبة (20.11%)، والتعليقات المحايدة في المرتبة الثالثة بنسبة (18.11%)، والتعليقات المعارضة في المرتبة الأخيرة بنسبة (3.73%). (حبيب، 2021، صفحة 54)

6. خاتمة:

لقد شكّل وباء كورونا تحدياً أمام وسائل الإعلام الجزائرية كونها غير مهيأة للممارسة الإعلامية خلال الأزمات، وفي ظل هذه الظروف زادت مسؤولية التلفزيون الجزائري باعتباره مؤسسة عمومية تهتم بخدمة الصالح العام، وعلى غرار بقية وسائل الإعلام الأخرى فقد برز اهتمام التلفزيون الجزائري بجائحة كورونا مع بداية انتشار الفيروس في العالم والجزائر من خلال تعديل البرمجة ليركز الموضوع في صدارة الأجندة الإعلامية وزيادة حجم التغطية وإنتاج برامج وفقرات جديدة أو تخصيص حلقات من برامج قائمة لتناول الموضوع. وبظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها شبكة الفايستوك جاء سعي كافة الوسائل الجماهيرية لإنشاء صفحات خاصة بها على شبكات التواصل الاجتماعي لتكون بذلك فضاء إعلامياً جديداً يخلق لها وسيلة جديدة للتواصل مع الجماهير وقد أدت هذه الصفحات بدورها دوراً بارزاً في خضم جائحة كورونا فكانت الأسرع والأقرب للجمهور ومن بينها صفحة التلفزيون الجزائري والتي بينت النتائج أن الصفحة عينة التحليل أعطت الأولوية للموضوعات التي تناولت إحصائيات الإصابة بالفيروس والوفيات وحالات الشفاء، وقد اعتمدت في غالبية منشوراتها على اللغة العربية الفصحى، كما اعتمدت على الاستمالات العقلية بالدرجة الأولى، هذا واتسمت ممارستها الإعلامية بالتعامل إيجابياً مع أزمة كورونا فاستخدمت أكثر من أسلوب لإقناع الجمهور بالمعلومات الواردة في منشوراتها التي تناولت الجائحة، فكان اعتمادها على أسلوب عرض الموضوع وتقديم الحلول، وكانت وزارة الصحة هي المصدر الأول لكل المعطيات التي تتعلق بجائحة كورونا وذلك تفادياً لنشر الأخبار المغلوطة والشائعات، كما جاء النطاق الجغرافي المحلي في الصدارة كون الصفحة كانت موجهة في المقام الأول للجمهور الجزائري.

7. قائمة المراجع:

1. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 08 27، 2021، من موقع منظمة الصحة العالمية: <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
2. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 09 03، 2021، من موقع المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري: <https://www.facebook.com/eptv.dz>
3. أبو بكر حبيب. (2021). معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا: دراسة تحليلية لمواقع صحف اليوم السابع والرياض والبيان. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 20 (العدد 1)، الصفحات 01-63.

4. البشير بن طبة. (2010). الإعلام الجديد وإدارة الأزمات في الوطن العربي. *مجلة المعيار*، المجلد 12 (العدد 24)، الصفحات 527-564.
5. الصادق الحمامي. (بلا تاريخ). كيف غيرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا. تاريخ الاسترداد 01 سبتمبر، 2021، من مركز الجزيرة للدراسات: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4685>
6. أمينة مزيان، و بدر الدين زواقة. (2021). استراتيجيات الإقناع في الرسالة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفايسبوك. *مجلة المعيار*، المجلد 25 (العدد 53)، الصفحات 1021-1036.
7. بدرة كعسيس. (2010/2009). سيميائية الصورة في تعليم اللغة العربية -الطور الأول-. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. جامعة فرحات عباس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم اللغة العربية وآدابها، سطيف.
8. جيهان سعد عبد المعني. (2020). أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد covid 19 دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 5 (العدد 54)، الصفحات 3353-3406.
9. خيرة محمدي. (2020). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. *مجلة التمكين الاجتماعي*، المجلد 02 (العدد 03)، الصفحات 34-56.
10. رانيا عبد النعيم العشران. (2020). واقع تغطية الإعلام الصحي لجائحة كورونا في وسائل الإعلام الفضائية الإخبارية (الإعلام الأردني كنموذج لهذه التغطية). *مجلة الدراسات الإعلامية* (العدد 13)، الصفحات 77-90.
11. ربيعة فندوشي. (2021). التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في التلفزيون الجزائري من منظور الجمهور: دراسة مسحية لعينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة المدية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام*، المجلد 04 (العدد 01)، الصفحات 167-184.
12. ريهام مرزوق. (2020). معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد 13) دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، الجزء 04 (العدد 54).
13. زين العابدين بوعشة. (بلا تاريخ). كورونا في الجزائر: الإعلام في إدارة الأزمة بعيدا عن التهويل والتهوين. تاريخ الاسترداد 2021 سبتمبر، 01، من موقع التلفزيون الجزائري: <https://www.entv.dz>
14. سعود صالح كاتب. (2011). الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص. ورقة مقدمة للمؤتمر الثاني للإعلام الإسلامي. جدة- السعودية: جامعة الملك عبد العزيز.
15. صلاح محمد عبد الحميد. (2015). الإعلام الجديد (الإصدار 01). الجزائر: أطفالنا للنشر والتوزيع.
16. علاء الدين محمد عفيفي. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية (الإصدار 01). الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
17. عمر أمدي. (2020). التناول الإعلامي لجائحة كوفيد 19 في الصحافة الرقمية المغربية بين التوعية والتهويل: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك. *مجلة الدراسات الإعلامية* (العدد 13)، الصفحات 152-170.
18. فاروق أبو زيد. (د.ت.ن). فن الخبر الصحفي: دراسة مقارنة. القاهرة: عالم الكتب.
19. فلة بن دالي. (2021). المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام خلال تناوّلها لفيروس كورونا "كوفيد 19" دراسة تحليلية لعينة من مقالات موقع الشروق أونلاين الجزائرية. *مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية*، المجلد 12 (العدد 01)، الصفحات 330-353.
20. محمد بوحوالي. (2021). استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي: شبكة تويتر نموذجا دراسة تحليلية لعينة من صفحات وسائل إعلام عبر تويتر. *مجلة الاتصال والصحافة*، المجلد 08 (العدد 01)، الصفحات 68-84.

21. محمد سيد محمد سيد. (2021). اتجاهات الصحف الدينية في التعامل مع أزمة "كورونا" دراسة تحليلية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2020 (العدد 74)، الصفحات 81-117.
22. محمد عثمان حسن علي. (2020). أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية. *مجلة بحوث العلاقات العامة* (العدد 29)، الصفحات 558-588.
23. ميادة محمد عرفة سيد أحمد. (2017/2016). دور المنتديات النسائية على شبكة الانترنت في تنمية الوعي لدى المرأة دراسة تطبيقية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة و الإعلام. جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.
24. نوال زايد. (بلا تاريخ). *السلطة الرابعة تجسد دور الطبيب النفسي في مجاهدة كورونا*. تاريخ الاسترداد 22 أوت، 2021، من موقع النهار أونلاين: <https://www.ennaharonline.com/?p=3924>
25. نوال سعدون. (2017/2016). تمثيلات النقد السياسي في الخطاب الإلكتروني للشباب الجزائري: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات الإلكترونية عبر صفحات الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال. جامعة الجزائر 03، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال.
26. ولاء طاهر. (2020). المعالجة الإخبارية للأمراض الوبائية بالقنوات الفضائية: دراسة تحليلية لوثائق covid19 بقناتي الجزيرة العربية على موقع اليوتيوب. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال*، المجلد 2020 (العدد 72)، الصفحات 317-382.