

دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا (دراسة حالة وزارة الصحة ولاية الخرطوم)

(مارس 2020 - 2021م)

أستاذ الإعلام المساعد - كلية الإعلام
جامعة الجزيرة

محاضر - كلية الإعلام - جامعة جاردن سيتي

د. محمد أحمد التجاني طه

أ. العبيد الطيب عبد القادر

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي الإرشادات الصحية وطرق إنتقال جائحة كورونا والتأكيد علي فعالية الحملات الإعلامية في التأثير علي سلوك الفرد للإستجابة للتعليمات. ظهرت مشكلة الدراسة في التعرف علي القصورالذي صاحب تنفيذ الحملات الإعلامية التزويد بمعلومات كافية عن جائحة كورونا. كما أجابت الدراسة علي التساؤلات التالية : هل وجدت التوعية الصحية لجائحة كورونا إستجابة لدي المواطن بالولاية. إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. أيضاً إستخدمت الدراسة الأدوات التالية : المقابله ، الملاحظه ، والإستبيان . وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها: الحملات الإعلامية للتوعية بجائحة بفيروس كرونا لعبت دوراً فاعلاً في زيادة الوعي بجائحة كورونا. إتباع المواطنين للإرشاد و التوجيهات و التباعد الإجتماعي و أدت إلي التقليل من أنتشار الجائحة بولاية الخرطوم. الكلمات المفتاحيه : الحملات الإعلامية - كورونا - التوعية الصحية .

Abstract:

This paper aims to acknowledge the health instructions and ways of transferring disease of COVIA 19 and to ascertain the effectiveness of media campaigns in affecting individuals behavior in responding to instructions . the research problem appeared as the shortage of media campaigns in providing sufficient information of the pandemic of COVIA 19.the research answers the following question : Did the ministry of health media campaign coverage caused response from f Khartoum province citizens . theStudy used analytical descriptive methodThe study used the following research tools : interview ، observation ,questionnaire .Research results : Media campaignsabout about coronavirous has played an effective role in increasing Awareness في about coivd 19 citizens

following instructions and helped in commenting social distancing
, and minimize the case of covid 19.

Key words :Media Campaigns - Covid19 - Health awareness

مقدمة:

نظر للأهميه التي اكتسبها الإعلام حيث أصبح يمثل مجالاً خصباً للبحوث والدراسات العلميه لحاله بتأثره وتأثير المجتمع به .حيث أصبحت وسائل الإعلام من أهم أدوات التأثير والتثقيف والتوجيه والتعليم في اي مجتمع وخاصة بعد ظهور عديد من المشاكل والأحداث ولعل ابرزها نفاقم الوضع الصحي الذي جعل المساله الصحيه تحتل مكانه أساسيه ولذلك لظهور وانتشار عديد من الامراض والمشاكل الصحيه ، ولما التوعيه الصحيه من أهميه قصوي في حياة الأفراد والمجتمع وخاصة تلك الموجه التي إجتاحت العالم كان لازماً ان نتعرف عليها والدور الحقيقي للحملات الاعلاميه التي تقوم بها وسائل الاعلام في توعيه المجتمع وخاصة اذا تعلق الأمر بالامراض التي تصيب الجهاز التنفسي وأصبح يهدد حياه وصحه المجتمع في مسيره وتطور ونماء المجتمعات ، وذلك فان توظيف الوسيله الاعلاميه من خلال الحملات الاعلاميه وتفعيلها في المجتمع يعد خطوه اساسيه في معالجه هذه الاوضاع والقضايا فمن المهم جدا للاعلام مواكبه الاحداث وتبسيط الضوء علي هذه المواضيع في اطار معالجتها والبحث علي سبل تفيد الوقايه منها او الحد من انتشارها . فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من تثقيف للمجتمع من خلال وسائل الاعلام له دور فعال في المجال الصحي. والسلوك الصحي السليم ليميز حياتنا ومن هذه الميثاق يظهر دور الحملات الاعلاميه في مواكبه الحياه الصحيه وتغطيتها من جميع جوانبها المختلفه وتبعاً لذلك يأتي هذه الموضوع الذي يتناول دور الحملات الاعلاميه في التوعيه الصحيه بفيروس كورونا والتوعيه بلبس الكمامات وتباعد المسافات وعلي اعتبار ان الاعلام يلعب دور كبير في توعيه المجتمع حول فايروس كورونا وتجنب الاختلاط والاماكن المزدحمه .

أهمية الدراسة :

- اهمية الحملات الاعلامية في توجيه المواطن من أجل الألتزام بالأرشادات الصحية المطلوبة.
- حماية المجتمع من مخاطر الأمراض البوائيه .
- تأثير النواحي العمليه بإتباع الإرشادات وتنفيذها للوصول لمجتمع متعافي .
- دور علمي جديد لمواجهة الامراض وخصوصاً جائحة كورونا.

أهداف الدراسة :

تسعي الدراسة إلي تحقيق الأهداف الآتية:1. معرفة طرق مواجهة انتقال العدوي ومخاطر جائحة كورونا.2. التعرف علي الطرق الصحيه السليمه للتعامل مع المصابين بجائحة كورونا.3. التعرف علي الأرشادات الصحيه لتحقيق التباعد الاجتماعي من اجل تقليل انتشار طرق العدوي بجائحة كورونا.4. التاكيد علي ايجابية دور الحملات الاعلامية في التأثير علي الانسان وللاستجابة والارشادات والاستجابة للوعي الصحي .

مشكلة الدراسة :

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في التأثير على المواطن من خلال الحملات الإعلامية التي يتم تنفيذها ، و ذلك في ظل انتشار جائحة كورونا وقد قامت وزارة الصحة - ولاية الخرطوم بتنفيذ عدد من الحملات ، والتي صاحبها بعض القصور في تنفيذها وعدم إتباع الأسس العلمية في تخطيط و تنفيذ هذه الحملات ، والذي نتج عنه عدم إتباع بعض الأشخاص للإرشادات الصحية الأزمة من أجل الوقاية من المرض والحد من إنتشاره بصورة كبيرة ، خصوصاً في ولاية الخرطوم .

تساولات الدراسة :

1. هل تستخدم المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية والخاصة بولاية الخرطوم ، شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوعية الصحية وما درجة من الاستخدام ؟.
2. وهل أسهمت وزارة الصحة - ولاية الخرطوم في برامج التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟.
3. ما هي درجة الاستجابة لدى المواطن للإرشادات الصحية ؟4. هل وجدت التوعية الإرشادات الصحية الاستجابة لدى المواطن بولاية الخرطوم؟.

منهج الدراسة :

تم إستخدامت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. أدوات الدراسة: إستخدمت الدراسة الأدوات الآتية:

الإستبيان :

تم تصميم الإستبانة والتي إحتوت علي ثلاثة محاور رئيسية وعدد من الأسئلة ، وعرضها علي عدد من أساتذة الإعلام المتخصصين وهم : د. عبدالماجد محمد الحسن - استاذ الإعلام المشارك - جامعة الأمام المهدي ، د. عوض الكريم الزين - أستاذ الإعلام المساعد - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا . تم توزيع الإستبانة علي عينة عشوائية من سكان ولاية الخرطوم ، والبالغ عددهم (105) شخص. تم تحليل الإستبانة عبر برنامج الحزم الإحصائية SPSS والتي خرجت بعدد من النتائج الهامة.

2. المقابلة :

اجرى الباحثان مقابلات مع عدة اشخاص ارتبطت حياتهم المهنية والاكاديمية بموضوع الدراسة

3 - الملاحظة :

ملاحظات الباحثان اثناء زيارتهم لمقر وزارة الصحة ولاية الخرطوم واطلاعهم على الرسائل الاعلامية والتوعوية التي تم تصميمها وبثها عبر الوسائط الاعلامية المختلفة من اجل التوعية بجائحة كورونا .

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من سكان ولاية الخرطوم ، الذين يتعرضون لرسائل إعلامية للتوعية بجائحة كرونا.

الإطار الزمني والمكاني للدراسة : الإطار الزمني :

خلال الفترة من مارس 2020م الي مارس 2021م الإطار المكاني : وزارة الصحة ولاية الخرطوم- السودان .

الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية ببدء السكري عند الأطفال ، حافظ عثمان حاج البشير منصور.⁽¹⁾

تحتوي الدراسة علي ستة فصول دراسية : الفصل الأول الإطار المنهجي والفصل الثاني : الإذاعة وسيلة إتصال جماهيري ، الفصل الثالث الحملات الإعلامية ، الفصل الرابع التوعية الصحية، الفصل الخامس : داء السكري عند الأطفال ، الفصل السادس الدراسة التطبيقية .

أهم أهداف الدراسة :

1. دراسة دور إذاعة ولاية الجزيرة في توعية المجتمع صحياً.
2. مساعدة القائمين بأمر البرامج الصحية في كيفية الوقوف علي الأساليب والسلوكيات الأزمه لعلاج المرض والأخذ في الإعتبار عند تخطيط هذا النوع من البرامج.
3. تقييم الأساليب المستخدمة في برامج التوعية الصحية بالإذاعة.

تساؤلات الدراسة :

1. كيف يتم الإعداد لحملات إذاعية في مجال التثقيف ببدء السكري عند الأطفال؟.
2. ماهي المشاكل والعقبات التي تعترض نجاح البرامج الصحية ببدء السكري عند الأطفال؟.

منهج الدراسة :

المنهج الوصفي التحليلي.

مجتمع الدراسة :

أسر أطفال مرض السكري.

الحدود المكانية :

إذاعة ولاية الجزيرة - ود مدني.

الحدود الزمانية :

2006 - 2013م.

أدوات الدراسة :

1. الملاحظة .
2. المقابلة.
3. الإستبيان.

أهم النتائج :

1. غياب برامج واضحة لدى الإذاعة في تغطية موضوعات متعلقة بمرض السكري لدى الأطفال .
2. عدم وجود حملات إذاعة بقاء السكري في إذاعة ولاية الجزيرة.
3. لا توجد إدارة خاصة بالبرامج الصحية بإذاعة ولاية الجزيرة.

أهم التوصيات :

1. إدخال تخصص الإعلام الصحي في كليات الإتصال والإعلام بالسودان.
2. تخصيص إدارة للبرامج الصحية بالإذاعة .
3. ضرورة التنسيق بين وسائل إبراز الرسائل الصحية التثقيفيه الهادفه عبر خطط وبرامج مدروسة ومعدّه إعداداً كاملاً.

الدراسة الثانية :

دور الاعلام المرئي في نشر الوعي الصحي، اثيلة احمد الامين .⁽²⁾
هدفت الدراسة للتعرف على دور الاعلام في نشر الوعي الصحي وايضا ايضاح اثره على مستوى الوعي الصحي وتمثلت مشكلة البحث في انه بالرغم من استمرار البرامج الصحية كان هناك انتشار في امراض الطفولة الست وانتشار امراض الايدز وتمثلت اهمية البحث لارتباطه بصحة الاطفال والامومة ومستقبل السودان . ويرى الباحث ان برنامج الاعلام المرئي المقدم من برنامج (صحتك ، وصحة وعافية) اثر ايجابي على عينة البحث كما توجد علاقة ارتباطية ما بين ما يقدم ونشر والسلوك الصحي المكتسب استخدمت الباحثه المنهج الوصفي التجريبي وتصميم مقياس لقياس الوعي الصحي لعينة البحث المكونة من ثمانين امراة .

اهم النتائج :

اداء العينة ونتائجهن بعد سماع مشاهدة البرامج الطيبة كان افضل من الاخبار القبلي عن اداء عينة المساق العلمي في اختبارين القبلي والبعدي كانت افضل من اختبار المساق الادبي . توجد فروق ذات دلالة احصائية بين استجابات العينة الضابطة والتجريبية في الاختير القبلي والبعدي والتجريبي لصالح العينة التجلايبية.

اهم التوصيات :

- يجب توفير المعلومة الطيبة الصحية من اجل معرفة المعرض ومكافحته والوقاية منه.
- تلتزم وسائل الاعلام المرئي والمسموع باستمرارية البرامج الصحية اكثر وبالتحديد ذكر الاسباب والمكافحة والوقاية والمواكبة مع مستجدات عالميا .

الدراسة الثالثة: دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي - دراسة تطبيقية برامج صحة وعافية (1998 - 2000م) ، أم سلمى محمد الطيب .⁽³⁾

تحتوي الدراسة علي خمسة فصول ، الفصل الأول الإطار المنهجي ، الفصل الثاني : نشأة وتطور التلفزيون كجهاز إعلامي جماهيري ، الفصل الثالث فيوعافية) ، الفصل الخامس : الدراسة الميدانية.

أهم أهداف الدراسة :

1. تحديد رؤية واضحة لواقع الخدمة الصحية في تلفزيون السودان.
2. وضع أسس علمية لتفعيل التلفزيون كجهاز إعلام جماهيري.
3. لفت الأنظار لدور الكفاءة العلمية والمهنية من المتخصصين في مجال العمل الصحي للإستفاده من خبراتهم في تنفيذ البرامج الصحية.

منهج الدراسة :

المنهج التاريخي ومنهج المسح.

أدوات الدراسة :

المقابله ، الإستماره.

الحدود الزمانية :

1998م - 2000م.

الحدود المكانية :

تلفزيون السودان - برنامج صحة وعافية.

أهم النتائج :

1. أن التلفزيون كوسياه إعلامية لها تأثير فعّال في التوعية الصحية.
2. ساهم برنامج صحة وعافية في رفع مستوى الوعي لدي المشاهد في مجالات العلاج و الوقاية والأدوية والتغذية والتعرف علي بعض الأمراض.
3. الكوادر العاملة في برنامج صحة وعافية لم يتم تدريبها خاصاً في هذا المجال.

أهم التوصيات :

1. الإستفاده من التقنيات الحديثه في مجال إعداد البرامج وتقديمها و إخراجها حتي تصمد البرامج في وجه المنافسه العالمية لبرامج القنوات الفضائية وتحفظ بجمهورها.
2. الاهتمام بضرورة وضع أولوية للبرامج مبنية علي الدراسات الميدانية ورجع الصدي والتقويم الدوري للبرامج.

1. مصطلحات الدراسة :

الحملة الاعلامية :

هي سلسلة من الرسائل الاعلامية التي تحمل فكرة او موضوع واحد وتكون اتصالا تسويقيا متكاملًا.

2. التوعية الصحية:

لغة:

هي مجموعة من الانشطة التعليمية المنظمة والمصممة لتسهيل اختيار الفرد لسلوك الملائم مع الصحة وتهدف الي تغيير ثلاثة جوانب لدى المستهدفين وهي المعلومة والتوجه للممارسة . وكثير ممن السلوكيات المتعلقة بالصحة يمكنه التأثير فيها .

3. فيروس كورونا :

فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المر للحيوان والانسان من المعروف ان عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى للجهاز التنفسي التي تتراوح حثتها ممن نزلات البرد الشائعة إلى الامراض الخاصة مثل متلازمة الشرق الاوسط التنفسية والمتلازمة الحادة ويسبب الكورونا المستكشف مؤخرا مرض فايروس كورونا كوفيد 19 .

المحور الأول : الحملات الإعلامية :

يمثل الاعلام جزءاً اساسياً في الحياة الاجتماعية يقدم الأخبار الدقيقة والصادقة والحقائق و يساعد علي إدراك ما يجري حوله ، ويتم الاعلام بواسطة وسائل متعددة .. تكون هذه المعلومات و الحقائق بين يدي العامة اذا اصبح الافراد اشد ارتباطاً بهذه الوسائل و منها التلفزيون و الإذاعة و الإنترنت و المصقات و الحملات الإعلامية ، فقد اصبحت وسائل الاعلام من اهم ادوات التأثير و التثقيف و التوعية و التعليم في أي مجتمع خصوصاً بعد ظهور العديد من المشاكل و الاحداث للعالم.. ولذلك فان توظيف الوسائل الاعلامية و تفعيلها في مجتمعاتنا تعد خطوة اساسية في معالجة هذه الاوضاع و الاحداث التي يمر بها لعالم اجمع ، ومن المهم جدا للاعلام مواكبة الاحداث و تسليط الضوء على هذه المواضيع و القضايا في اطار معالجتها و البحث عن سبيل لتفاديها و الوقاية منها او الحد من انتشارها . و كيفية التعامل . فان تبصير هؤلاء الاطفال و تنمية ادراكهم و تثقيفهم صحياً من خلال وسائل الاعلام ، قنوات الاطفال الثقافية ، له دور فعال في المجال الصحي و المحافظة على صحتهم و جعل السلوك الصحي سليم مُط يميز حياتهم . و من هذا السياق ، يظهر دور الحملات الاعلامية التوعوية في مواكبة الحياة الصحية و تغطيتها من جميع جوانبها المختلفة ، و الك بتقديم كافة المعلومات عن انتشار فايروس المستجد و كيفية التعامل معه ، مما يؤدي الي مستوى الوعي الصحي لدى الاطفال . و الحملات الاعلامية تعد من المراجعة التي اثارها وسائل الاعلام ، فقد شهدة العقدان الاخرين اهتماما زيادة بها في عديد من المجتمعات و الدول ، من مظاهره تزايد الاهتمام ، و توجه و التركيز الدولي عاي المشكلة الاوية الصحية باشكال المختلفة ، على العتبر اننا نعيش على كوكب واحد و ارض واحد ، و اي خطر يستهدف دول بلد سيغال لا محالة باقي الدول ، مثل جائحة كورونا التي وحدة العالم و اثرت على جميع الاوضاع و المجالات ، سوء الاقتصادية او اجتماعية او تعليمية او الصحية في المقام الاول الاخر

مفهوم الحملات الإعلامية :

تعني كلمة (حملة) في اللغة الكر . اما كلمة حملة في المفهوم الإعلامي فتعني غارة و تستخدم الوثائق و المستندات للهجوم قد يكون شخصاً أو أشخاص أو مؤسسة أو دولة . كما يمكن تعريف الحملة الإعلامية أو الصحفية بأنها : مضمون في قالب تحريري - خبر - مقال - برنامج إذاعي أو تلفزيوني يهاجم مستهدف سواء كان شخصاً أو قضية او مشكلة و يتحقق من خلال المضمون مفاجأة الخصم المستهدف بالحقائق المعتمدة على الوثائق و المستندات و ذلك لتحقيق الهدف مباشرة هو إرباك الخصم و هدف غير مباشر هو التأثير السريع للمتلقي في محاولة لكسب

تأييده تجاه محتوى الحملة الإعلامية وهو حل للمشكلة. (4). الحملة الإعلامية هي مجموعة من أنشطة وجهود إعلامية منظمة عبر وسائل إعلامية مختلفة لتحقيق هدف محدد في وقت معين ومستهدفة جماهير محددة. (5).

1. العمل على خلق صراع بين طرفين هي المرسل والمستهدف.
2. طابعها هجوم من خلال المعلومات المدعمة بالوثائق
3. تثير الرأي العام ضد شخص تؤثر سلوكياته سلبيا على المجتمع من خلال مشملة سياسية او اقتصادية او عالمية او صحية او اخرى.
4. لا ينشر مضمونها في موضوع واحد بل في مواضيع متتالية .
5. موضوعاتها لا تقبل الجدل او ابداء الرأي في مضامينها الاعلامية وذلك لاعتمادها على الحقائق الدقيقة .
6. قد تبدأ الحملة الاعلامية بخبر ثم تتطور الي تقرير اخباري ثم الي تحقيق ولمقال بانواعه ثم يتحول الي حملة اعلامية .
7. الحملة الاعلامية ليس فنا بذاته امما هي فن توظيف للفنون والاشكال الاعلامية والصحفية لخدمة موضوع الحملة فهي شكل من اشكال الاستخدام الجيد للفنون الاعلامية .
8. قد تاخذ شكل الاخبار وقد تاخذ شكل الاحاديث الصحفية او شكل التحقيقات او المقالات وقد تاخذ هذه الاشكال جميعها وقد تشتمل على الرسوم والصور والكاركتير وبقية الفنون الصحفية والاعلامية الاخرى .

وظائف الحملات الاعلامية :

- وظيفة الرصد والرقابة والتقييم والمتابعة لكل ما يجري داخل المجتمع . تتيح مجال للتعاون بين اجهزة الاعلام ومراكز البحوث والاجتماعية والطبية في تجسيم المشكلات والقضايا المختلفة ووضع الحلول المناسبة لها امام متخذي القرارات والرأي العام .
- تعمل على تحقيق التقارب الاجتماعي بين افراد المجتمع وذلك بتعقي الفساد والمفسدين لتقليل حجمه واثاره في المجتمع .(الحملات ضد التدخين ...ضد المخدرات .
- الحملات الاعلامية ووالصحفية تدعم السيطرة الاجتماعية على افراد المجتمع وذلك بعرضها للسلوك المنحرف امامالرأي العام وتدعيم المستويات الخلقية بصورة نهائية .
- تحقق الحملات الاعلامية لصاحبها المنزلة الرفيعة بين اقرانه وداخل مجتمعه باعتباره صاحب الفضل في كشف الاسرار عن القضايا والمشكلات وله السبق الصحفي في نشر الحقائق المدعمة بالمستندات والوثائق .

المحور الثاني : دور الاعلام في التوعية الصحية :

مفهوم الوعي الصحي :

الوعي الصحي هو جملة من التصورات والمعتقدات والرؤى التي تعين الانسان في حياته وتحدد سلوكه، ويقصد به هنا إلمام الناس بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسئولية

نحو صحتهم وصحة غيرهم ، وفي هذا الاطار يعتبر الوعي الصحيه والممارسة عنقصدنتيجة الفهم والاقناع . (6) اما التوعية الصحية هي مجموعة الانشطة و الاجراءات التعليمية و الاعلامية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لانفسهم و اطفالهم من الامراض و تحذيرهم من المخاطر المربعة ..بالتالي تربية افراد المجتمع علي القيم الصحية بالاضافة الي الوقائية ، فالغاية من التوعية الصحية تحسين الصحة على مستوى الفرد و المجتمع ومحاولة خفض حدوث الامراض ، والاعاقات ، والوفيات ، وتحسين نوعية الحياة للفرد و المجتمع .

اهمية الوعي الصحي :

يساعد الافراد في التمتع بنظرتهم الصحية في تفسير الظواهر الصحية و يجعلهم قادرين على البحث عن اسباب الامراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها الوقائي منها يعتبر رسداً معرفياً يستفيد منها الانسان من خلال توظيف لها وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصحية و الصائبة اذا ما يتعارضها و يواجهها من مشكلات صحية يولد لدى الفرد رغبة في استطلاع يغرس فيها الحب و اكتساب مزيد منها كون نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع .(7)

اهداف النشر للوعي الصحي:

هناك العديد من الاهداف يراد تحقيقها للوصول اليها من خلال نشر الوعي الصحي بين افراد المجتمع من المجتمعات وهي : ايجاد مجتمع يكون افراده قد الموا بالمعلومات الصحية ان مجتمعهم و الموا بالمشكلات الصحية و اسبابها و طرق انتقالها و اعراضها و الامراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم و معدل الاصابة بها و الوقاية منها ووسائل مكافحتها . ايجاد مجتمع يكون افراده قد فهمو و ايقن و أن حل مشكلاتهم الصحية و المحافظة على صحتهم و صحة مجتمعهم هي مسئوليتهم قبل ان تكون مسئولية الجهات الحكومية . ايجاد مجتمع يتبع افراده الارشادات العادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم, بدافع من شعورهم و رغبتهم ، يشتركوا ايجابياً في حل مشكلاتهم الصحية يبذلون مال و جهد في هذا السبيل . ايجاد مجتمع يكون افراده قد تعرفو عل خدمات و منشآت صحية في مجتمعهم و تفهمو الغرض من انشاءها و كيفية الانتفاع بطريقة منظمة و مجدية .

وسائل التوعية الصحية :

ولكي تكون عملية التوعية الصحية فعالة و مؤثرة يستلزم ان تتحقق هذه العناصر بعض المتطلبات :-

1. الرسالة الصحية : يجب ان تكون المعلومات الصحية واضحة و في مستوى المتلقي و مشوقة لتحقيق الهدف المنشود .
2. المثقف الصحي : تكون لديه المعرفة (المعلومات) مع القدرة علي توصيلها و يكون مقتنعاً، و مؤمناً بالرسالة التي ينوي ايصالها و ليه مهارات الاتصال .
3. المستهدف بالتوعية الصحية : يجب تحديد درجة فهمه و ثقافته, و ان تتوفر فيه الرغبة في التغيير مع التركيز على حاجته الصحية .

4. وسائل التوعية الصحية : تتنوع وسائل التوعية الصحية المستخدمة نشر المعلومات الصحية من وسائل تقليدية نمطية الى تقنيات حديثة و كلما كانت وسيلة الاتصال تفاعلية و تخاطب اكثر من حماسه كلما كان تأثيرها اكبر ومن هذه الوسائل.
5. وسائل مسموعة : يتم نقل المعلومات عن طريق الكلمة المنطوقة مثل (المقابلات ، الندوات، المحاضرات ، المؤتمرات) .
6. وسائل مقرأوة : يتم نقل المعلومات عن طريق العبارات المكتوبة مثل (النشرات ، الملصقات ، الكتيبات و الرسائل ، الجوال) .
7. رسائل مسموعة مرئية: مثل (التلفاز ، فيديو ، الافلام ، اقراص مدمجة)
8. وسائل رقمية (موقع الكتروني ، مواقع تواصل اجتماعي ، بريد الكتروني)

مستويات التوعية الصحية: يمكن تقديم التوعية الصحية على اربعة مستويات هي :

1. التوعية الصحية للأفراد : و هنا يتم تثقيف الفرد عن الامور التي تهمه مثل التغذية ، طبيعة و مستويات المرض و الوقاية منه ، النظافة الشخصية و الاصحاح البيئي ... الخ
2. التوعية الصحية الاسرية : الكثير من السلوك الصحي يغرس في النفوس من خلال الاسرة لذا فان التثقيف في هذا المستوى مطلوب لما له من تأثير ايجابي مستقبلي على افراد الاسرة و من ثم المجتمع بأسره .
3. التوعية الصحية للمجتمعات: تشمل المجموعة افراداً ذوي خصائص متشابهة و المعرضين و المصابين ببعض المشاكل الصحية الشائعة المبنية على الجنس او العمر او الوظيفة .
4. التوعية الصحية المجتمعية : ويتم ذلك عن طريق وسائل الاعلام وحيث يصل الى عدد كبير من المواطنين على اختلاف شرائحهم و مستوياتهم .

تغيير السلوك الصحي :

يمر تغيير السلوك بسلسلة من المراحل قبل اتباع السلوك الجديد يجب على كل من يقوم بالتوعية الصحية فهم هذه المراحل جيداً لكي يكون مصراً على محاولاته من اجل التغيير و هذه المراحل كالآتي :

1. مرحلة الوعي : وهي مرحلة الامام بالمعلومات و الحقائق الصحية .
2. الاهتمام : هي المرحلة التي يبحث فيها الفرد عن تفاصيل المعلومات و يكون مريحاً بالاستماع أو القراءة او التعلم عن الموضوع .
3. التقييم : واثناء هذه المرحلة يزن الفرد الايجابيات و السلبيات لهذا السلوك و يقوم بتقييم فائدتها له و مثل هذا التقييم هو نشاط ذهني ينتج عنه اتخاذ القرار بمحاولة اتباع السلوك المقترح او رفضه .
4. المحاولة : وهي المرحلة التي يتم فيها تنفيذ القرار عملياً و يحتاج الفرد لمعلومات اضافية و مساعدة اثناء هذه المرحلة للتغلب على المشاكل التي تعترض طريق التطبيق.
5. الاتباع : و في هذه المرحلة يكون الفرد مقتنعاً و يقرر صحة السلوك الجديد واتباعه . هذه هذه المراحل ليست اجراء مستقلة حرفياً على بعضها حيث تتداخل مع بعضها اثناء تنفيذها و يمكن للاشخاص المختلفين الذين تعرضوا لنفس المعلومات ان يمرؤ بمراحل مختلفة

عن عملية الاتباع وهو ما يمكن تشجيعه بالسلوك الجماعي الإيجابي حيث يكون بطيئاً في البداية ويزداد كلما اتبعه عدد أكبر من الأفراد.⁽⁸⁾

التوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا:

جائحة كورونا :

يُعد فيروس الكورونا: (Coronavirus) أحد الفيروسات الشائعة التي تُسبب عدوى الأنف، والجيوب الأنفية، والتهابات الحلق. أصل فيروس الكورونا، فيروس كورونا ينتقل بين الحيوانات والناس. وقد أظهرت بعض الدراسات أن الإصابة بالفيروس بدأت من خلال الاتصال المباشر أو غير المباشر مع الإبل المصابة بهذا الفيروس، ويعتقد البعض أن الفيروس قد نشأ بدايةً في الخفافيش، وانتقل فيما بعد إلى الجمال، ثم من الجمال إلى الإنسان.

أعراض الإصابة بفيروس الكورونا:

يسبب فيروس الكورونا ظهور أعراض تشبه أعراض الزكام، وعادة ما تكون الأعراض خفيفة إلى معتدلة الشدة، وغالباً ما تتمثل بأعراض الجهاز التنفسي العلوي مثل سيلان الأنف، وصداع الرأس، والسعال، والتهاب الحلق، والحمى، وتستمر هذه الأعراض في معظم الأحيان لفترة قصيرة من الزمن، وهذا لا يمنع احتمالية تسبب فيروس الكورونا في بعض الأحيان بظهور أمراض الجهاز التنفسي السفلي، مثل الالتهاب الرئوي أو التهاب الشعب الهوائية، وهذه الالتهابات أكثر شيوعاً في الأشخاص الذين يعانون من أمراض القلب والرئة، والناس الذين يعانون من ضعف جهاز المناعة والرضع، وكبار السن.

طرق انتشار فيروس الكورونا

يمكن أن ينتقل فيروس الكورونا من المصاب إلى الآخرين من خلال ما يلي:

- الهواء عن طريق السعال والعطس.
- الاتصال الشخصي مثل اللمس أو المصافحة.
- لمسال أسطح الملوثة بالجراثيم ثم لمس الفم، أو الأنف، أو العيون قبل غسل اليدين.
- التلوث البراز وهو أمر نادر.

الوقاية من الإصابة بفيروس الكورونا:

لا توجد حالياً أي لقاحات للحماية من عدوى فيروس الكورونا ولكن يمكن الحد من خطر العدوى عن طريق القيام بما يلي :

1. غسل اليدين كثيراً بالماء والصابون.
2. تجنب لمس العينين، أو الأنف، أو الفم إذا كانت الأيدي غير مغسولة.
3. تجنب التواصل عن قرب مع الناس الذين يعانون من المرض.⁽⁹⁾
4. بقاء الشخص المصاب في المنزل حتى لا ينشر العدوى للآخرين.
5. تغطية الفم والأنف بالمناديل الورقية عند السعال أو العطس، ثم رميها في سلة المهملات وغسل اليدين.

6. اتباع تدابير النظافة العامة، بما في ذلك غسل اليدين بانتظام قبل وبعد لمس الحيوانات، وتجنب التواصل مع الحيوانات المريضة.

علاج فيروس الكورونا

لا توجد علاجات محددة لفيروس الكورونا.

المحور الثالث: تحليل البيانات و مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

النسبة %	العدد	البيان
100	105	استبانات تم اعادتها بعد تعبئتها كاملة
0	0	استبانات لم تم اعادتها
0	0	استبانات غير صالحة لتحليل
100	105	اجمالي الاستبانات الموزعة

المصدر : اعداد الباحثون باستخدام برنامج spss2021 م

اولاً : البيانات الشخصية :

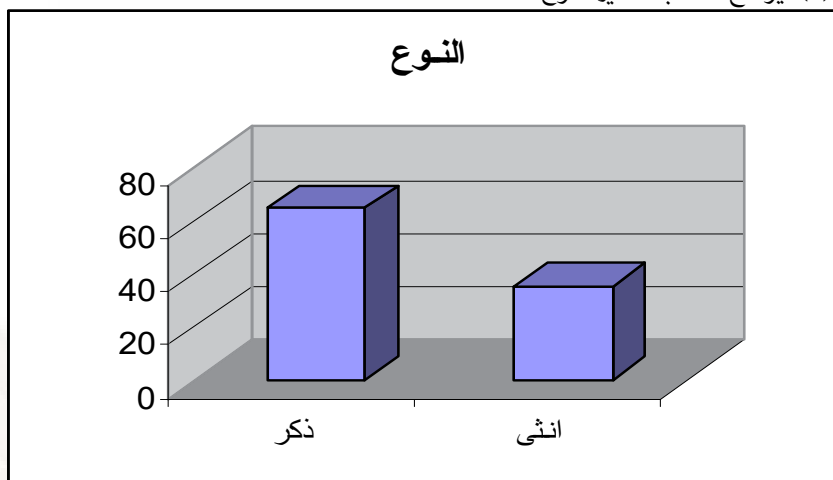
النوع : الجدول رقم (1) يوضح التكرارات و النسب لمتغير النوع

النسبة المئوية %	العدد	النوع
64.8	68	ذكر
35.2	37	انثى
100	105	المجموع

المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2021 م

من الجدول أعلاه نجد أن 64.8% من عينة الدراسة ذكور و 35.2% إناث .

شكل رقم (1) يوضح النسب لمتغير النوع :



المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج excel 2021 م

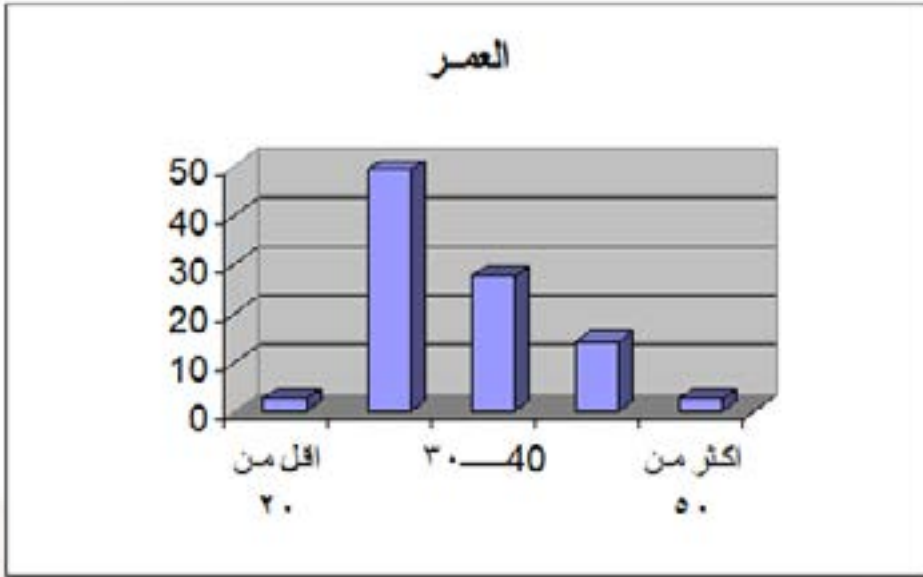
يتضح من الشكل اعلاه ان نسبة الذكور اعلى من نسبة الاناث حيث بلغت نسبتهم 64.76% من افراد عينة الدراسة
2. العمر:

الجدول رقم (2) يوضح التكرارات و النسب لمتغير العمر :

العمر	العدد	النسبة المئوية %
اقل من 20	3	2.9
20__ 30	52	49.5
30__40	29	27.6
40__ 50	15	14.3
اكثر من 50	3	2.9
المجموع	105	100.0

المصدر : اعداد الباحثون باستخدام برنامج spss2021 م

من الجول اعلاه نجد ان 49.5 % من عينة الدراسة كانت الفئة من 20 و اقل من 40 و هي اعلى فئة و 2.9 % كانت الفئتان اقل من 20 و الفئة اكثر من 50 من اجمالي العينة المبحوثة.
شكل رقم (2) يوضح النسب لمتغير العمر :



المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج excel 2021 م

من الشكل اعلاه يتضح ان معظم افراد العينة تتراوح اعمارهم في الفئة «20 و اقل من 30» حيث بلغت نسبتهم 49.52 % من افراد العينة .

3. المهنة :

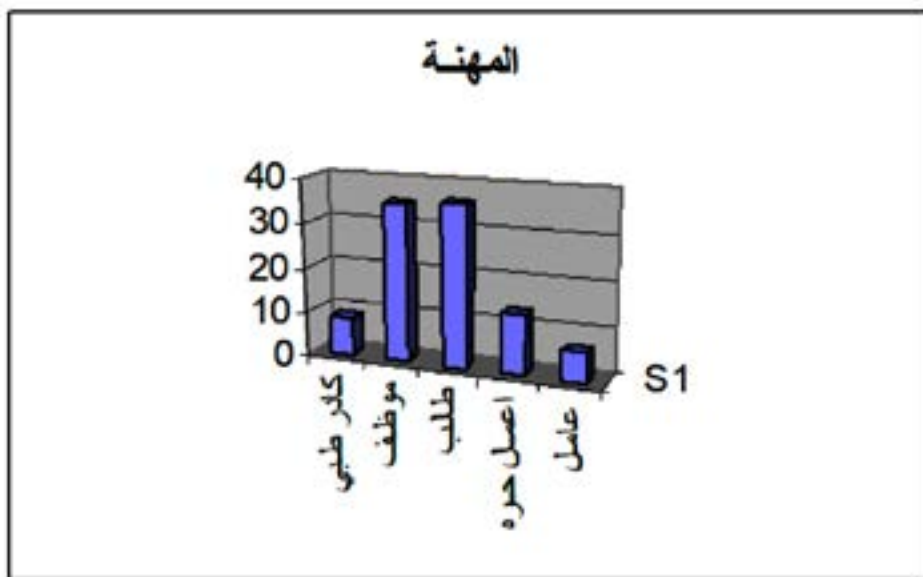
الجدول رقم (3) يوضح التكرارات و النسب لمتغير المهنة :

المهنة	العدد	النسبة المئوية %
كادر طبي	9	8.6
موظف	37	35.2
طالب	38	36.2
اعمال حره	14	13.3
عامل	9	6.7
المجموع	105	100.0

المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2021 م

من الجول اعلاه نجد ان 36.2% من عينة الدراسة كانوا طلاب و 35.2% موظفين و 6.7 عاملين و هي اقل نسبة .

شكل رقم 3 يوضح النسب لمتغير المهنة :



المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج excel 2021 م

من الشكل اعلاه يتضح انه معظم افراد العينة طلاب حيث بلغت نسبتهم 36.19% من افراد العينة و اقل نسبة كانوا عاملين حيث بلغت نسبتهم 6,67% .

4. المستوى التعليمي:

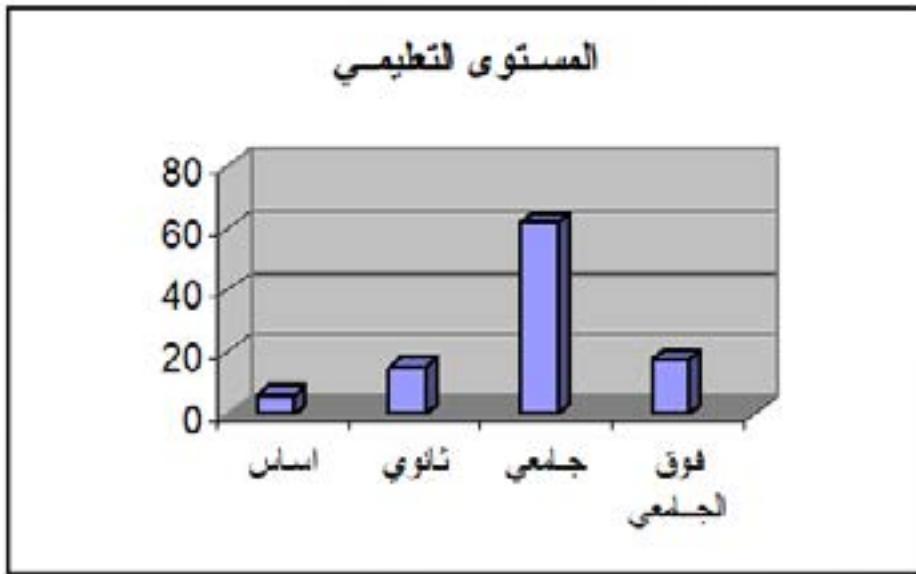
الجدول رقم (04) يوضح التكرارات و النسب لمتغير المستوى التعليمي :

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية %
أساس	6	5.7
ثانوي	16	15.2
جامعي	65	61.9
فوق الجامعي	18	17.1
المجموع	105	100.0

المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2021 م

من الجول اعلاه نجد ان 61.9% من عينة الدراسة كانوا جامعيين و 5.7% كانوا اساس و هي اقل نسبة.

شكل رقم (4) يوضح النسب لمتغير المستوى التعليمي :



المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج excel 2021 م

من الشكل اعلاه يتضح انة معظم افراد العينة كانوا جامعيين حيث بلغت نسبتهم 61.90 % من افراد العينة و اقل نسبة هم من كانوا اساس حيث بلغت نسبة كل منهما 5,71 % .

ثانيا : متغيرات الدراسة الاساسية :

الفرضية الاولى : حملات التوعية الصحية :

فيما يلي جدول رقم (5) يوضح النسب و التكرارات لعبارات الفرضية الاولى

لا		احيانا			نعم	العبارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
59.0	62	18.1	29	22.9	24	هل استخدمت وزارة الصحة بولاية الوسائل الاعلامية المناسبة للتوعية بخطورة الامراض المختلفة
33.3	35	42.9	45	23.8	25	استفادت وزارة الصحة بولاية الخرطوم من التجمعات و اللقاءات الجماهيرية للتوعية الصحية للامراض المختلفة

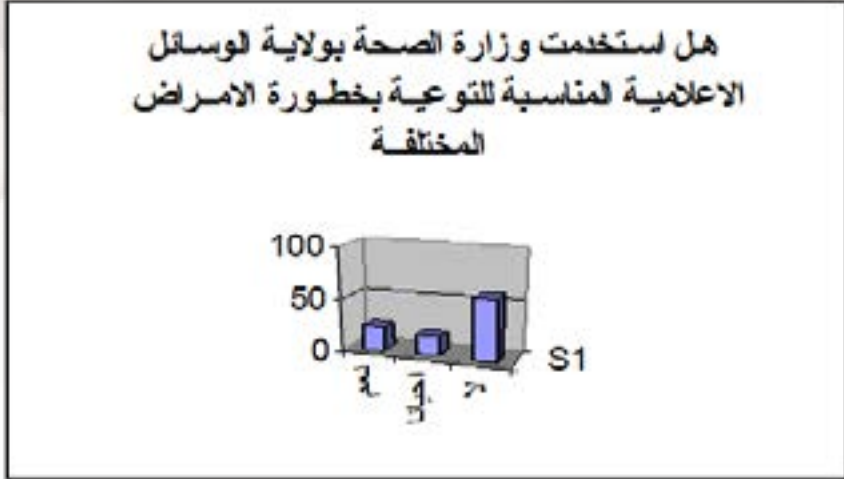
المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2020 م

نلاحظ من الجدول اعلاه :

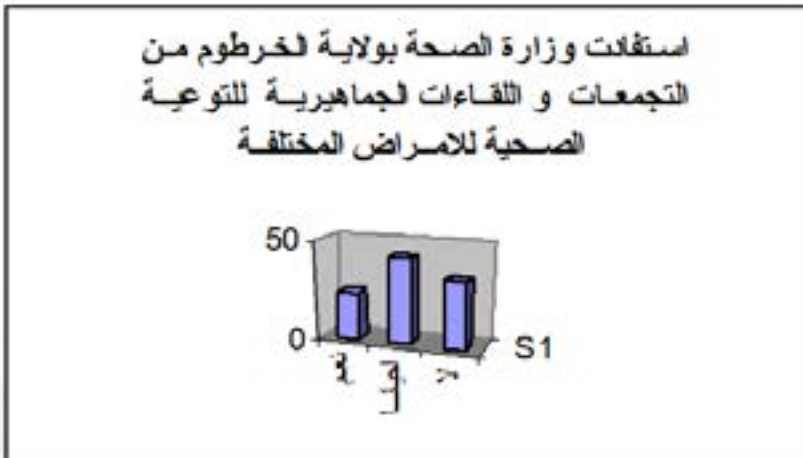
العبارة الاولى « هل استخدمت وزارة الصحة بولاية الوسائل الاعلامية المناسبة للتوعية بخطورة الامراض المختلفة » وان نسبة 22.9 % اجابوا بنعم ونسبة 18.1 % اجابوا باحيانا و نسبة 59.0 % اجابوا بلا .

العبارة الثانية « استفادت وزارة الصحة بولاية الخرطوم من التجمعات و اللقاءات الجماهيرية للتوعية الصحية للامراض المختلفة» وان نسبة 23.8 % اجابوا بنعم ونسبة 42.9 %

اجابوا باحيانا و نسبة 33.3% اجابوا بلا
شكل رقم 5 يوضح النسب لعبارة هل استخدمت وزارة الصحة بولاية الوسائل
الاعلامية المناسبة للتوعية بخطورة الامراض المختلفة



من الشكل اعلاه نلاحظ وان نسبة 22.9% اجابوا بنعم ونسبة 18.1% اجابوا باحيانا و
نسبة 59.0% اجابوا بلا .
شكل رقم 6 يوضح النسب لعبارة استفادت وزارة الصحة بولاية الخرطوم من التجمعات و
اللقاءات الجماهيرية للتوعية الصحية للامراض المختلفة



من الشكل اعلاه نلاحظ وان نسبة 23.8% اجابوا بنعم ونسبة 42.9% اجابوا باحيانا و نسبة
33.3% اجابوا بلا

الفرضية الثانية:

المقياس الوصفي و اختبارات الفروق لعبارات الفرضية الاولى
فيما يلي جدول رقم 8 يوضح المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري و قيمة t و مستوى المعنوية و الدلالة

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	sig مستوى الدلالة	ترتيب الاهمية	مستوي الاهمية
هل استخدمت وزارة الصحة بولاية الوسائل الاعلامية المناسبة للتوعية بخطورة الامراض المختلفة	1.6381	.83348	20.139	.000	2	أحيانا
استفادت وزارة الصحة بولاية الخرطوم من التجمعات و اللقاءات الجماهيرية للتوعية الصحية للامراض المختلفة	1.9048	.75350	25.903	.000	1	أحيانا
المجموع	1.7714	.59658	30.426	.000		أحيانا

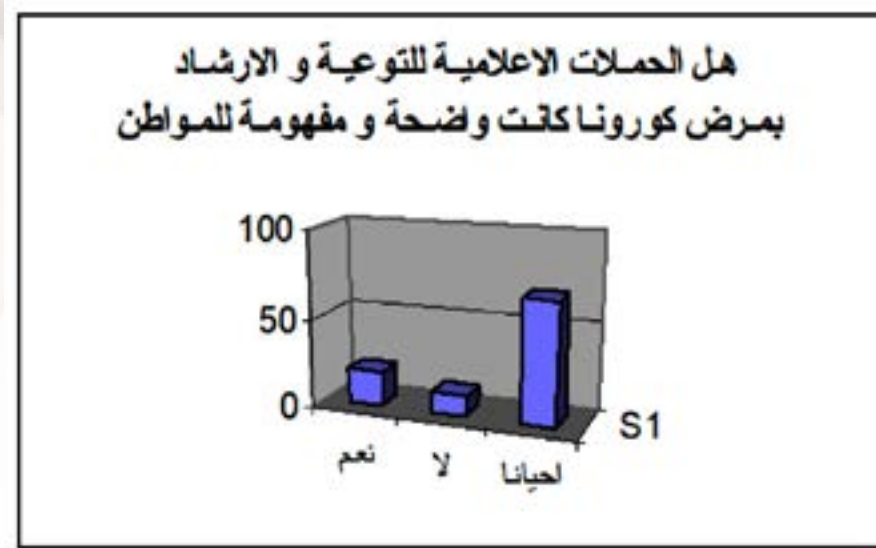
المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2020 م

يتضح من الجدول اعلاه ان معظم الاجابات كانت في اتجاه احيانا لجميع عبارات المحور و هذا يعني ان غالبية افراد عينة الدراسة موافقين علي ما جاء بعبارات المحور الاول بمتوسط حسابي 1.7714

و انحراف معياري اقل من الواحد .

ونجد ان قيمة t 30.426 بمستوى معنوية 0.000. و هي اقل من 0.05. و هذا يعني قبول الفرضية التي تنص علي «ان حملات التوعية الصحية لها دور في التوعية بمرض كورونا »

شكل رقم 7 يوضح النسب لعبارة هل الحملات الاعلامية للتوعية و الارشاد بمرض كورونا كانت واضحة و مفهومة للمواطن



نلاحظ من الشكل اعلاه ان نسبة 20.0% اجابوا بنعم ونسبة 11.4% اجابوا باحيانا و نسبة 68.6% اجابوا بلا .

لفرضية الثانية تاثير الحملات الاعلامية للتوعية بمرض كورونا

فيما يلي جدول رقم 7 يوضح النسب و التكرارات لعبارات الفرضية الثانية

العبارات	نعم		أحيانا		لا	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
هل الحملات الاعلامية للتوعية و الارشاد بمرض كورونا كانت واضحة و مفهومة للمواطن	21	20.0	12	11.4	70	68.6
هل الحملات الإعلامية و الارشادية حملات التوعية اثرات على المواطن في ارتداء الكمامة	34	32.4	29	27.6	42	40.0

لا		أحيانا		نعم		العبارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
21.9	23	40.0	42	38.1	40	اتباع المواطنين للارشادات و التوجيهات ادت الى التزام التباعد الاجتماعي و التقليل من انتشار المرض بولاية الخرطوم
33.3	35	32.4	34	34.1	36	الارشادات التي يقوم بتقديمها قادة الراي المحلي ائمة المساجد ، مدرا المدارس للجان المجتمعيةالخ ادت الى انجاح حملات التوعية الاعلامية بمخاطر مرض كورونا
56.2	59	15.2	16	28.6	30	ساهم الاعلام الرقمي في التوعية الصحية بمخاطر مرض كورونا
24.8	26	38.1	40	37.1	39	هل حققت حملات التوعية الاعلامية و الارشاد بمخاطر مرض كورونا اهدافها المنشودة

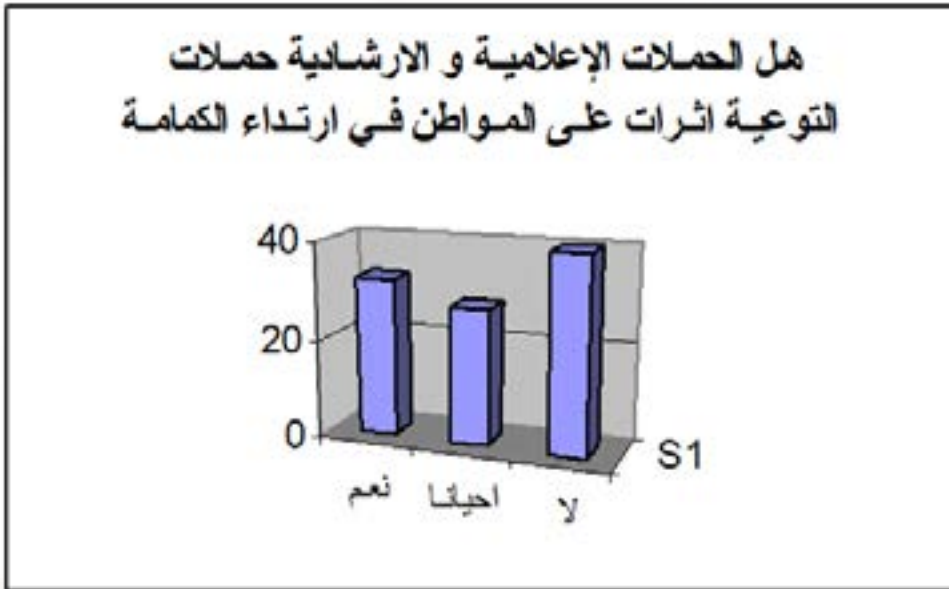
المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2021 م

نلاحظ من الجدول اعلاه :

1. العبارة الاولى « هل الحملات الاعلامية للتوعية و الارشاد بمرض كورونا كانت واضحة و مفهومة للمواطن » وان نسبة 20.0 % اجابوا بنعم ونسبة 11.4 % اجابوا باحيانا و نسبة 68.6 % اجابوا بلا.
2. العبارة الثانية « هل الحملات الإعلامية و الارشادية حملات التوعية اثرات على المواطن في ارتداء الكمامة » وان نسبة 32.4 % اجابوا بنعم ونسبة 27.6 % اجابوا باحيانا و نسبة 40.0 % اجابوا بلا.

3. العبارة الثالثة « اتباع المواطنين للارشادات و التوجيهات ادت الى التزام التباعد الاجتماعي و التقليل من انتشار المرض بولاية الخرطوم » وان نسبة 38.1 % اجابوا بنعم ونسبة 40.0 % اجابوا باحيانا و نسبة 21.9 % اجابوا بلا.
4. العبارة الرابعة « يقوم بتقديمها قادة الراي المحلي ائمة المساجد ، مدرا المدارس اللجان المجتمعية ...الخ ادت الى انجاح حملات التوعية الاعلامية بمخاطر مرض كورونا» وان نسبة 34.1 % اجابوا بنعم ونسبة 32.4 % اجابوا باحيانا و نسبة 33.3 % اجابوا بلا.
5. العبارة الخامسة « ساهم الاعلام الرقمي في التوعية الصحية بمخاطر مرض كورونا » وان نسبة 28.6 % اجابوا بنعم ونسبة 15.4 % اجابوا باحيانا و نسبة 56.2 % اجابوا بلا.
6. العبارة السادسة « هل حققت حملات التوعية الاعلامية و الارشاد بمخاطر مرض كورونا اهدافها المنشودة » وان نسبة 37.1 % اجابوا بنعم ونسبة 38.1 % اجابوا باحيانا و نسبة 24.8 % اجابوا بلا.

شكل رقم 7 يوضح النسب لعبارة هل الحملات الإعلامية و الارشادية حملات التوعية اثرات على المواطن في ارتداء الكمامة

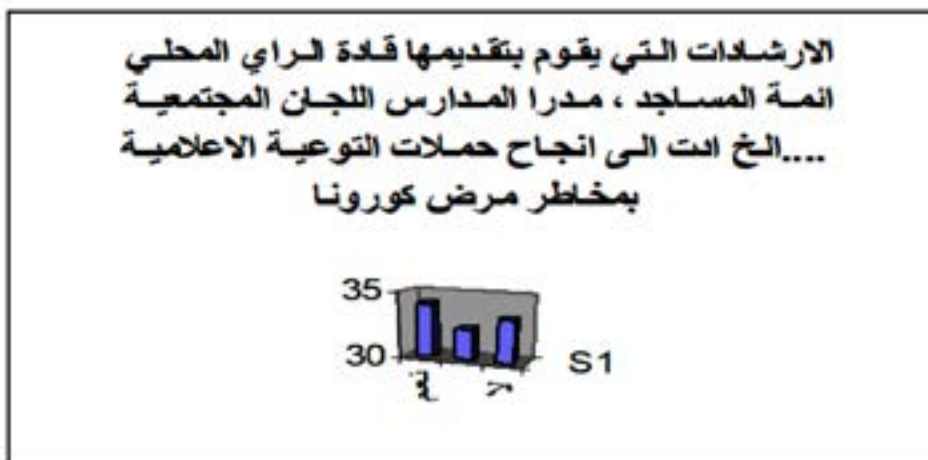


نلاحظ من الشكل اعلاه ان نسبة 32.4 % اجابوا بنعم ونسبة 27.6 % اجابوا باحيانا و نسبة 40.0 % اجابوا بلا.

شكل رقم 7 يوضح النسب لعبارة اتباع المواطنين للارشادات و التوجيهات ادت الى التزام التباعد الاجتماعي و التقليل من انتشار المرض بولاية الخرطوم

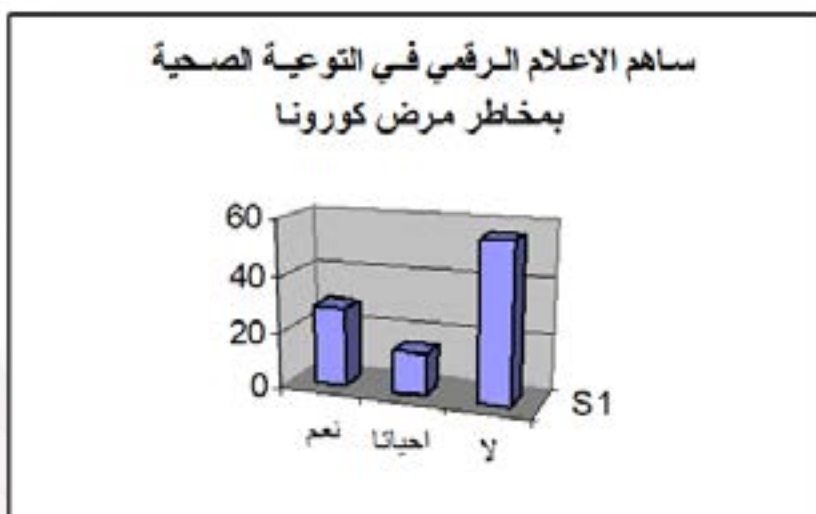
من الشكل اعلاه نلاحظ ان نسبة 38.1 % اجابوا بنعم ونسبة 40.0% اجابوا باحيانا و نسبة 21.9 % اجابوا بلا.

شكل رقم 8 يوضح النسب لعبارة الارشادات التي يقوم بتقديمها قادة الراي المحلي ائمة المساجد ، مدرا المدارس اللجان المجتمعيةالخ ادت الى انجاح حملات التوعية الاعلامية بمخاطر مرض كورونا

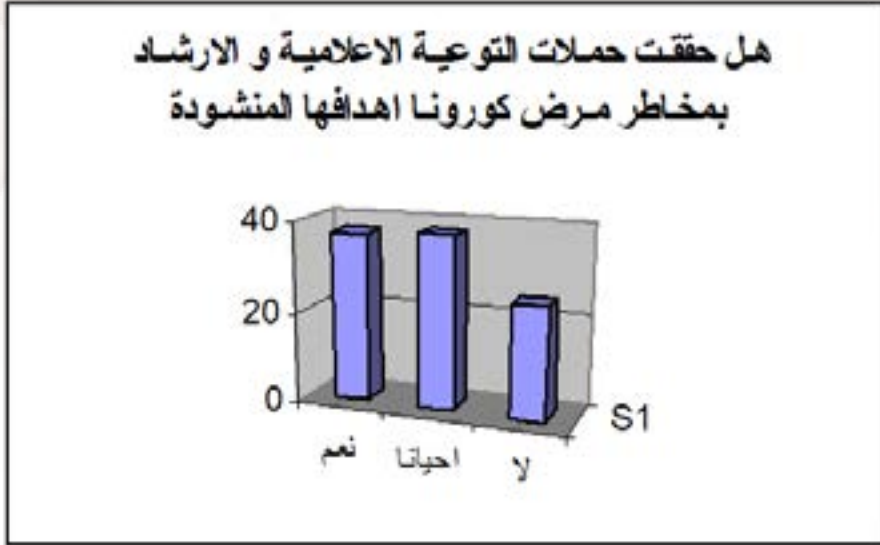


من الشكل اعلاه نلاحظ ان نسبة 34.1 % اجابوا بنعم ونسبة 32.4% اجابوا باحيانا ونسبة 21.9 % اجابوا بلا.

شكل رقم 9 يوضح النسب لعبارة ساهم الاعلام الرقمي في التوعية الصحية بمخاطر مرض كورونا



من الشكل اعلاه نلاحظ وان نسبة 28.6% اجابوا بنعم ونسبة 15.4% اجابوا باحيانا و نسبة 56.2% اجابوا بلا.
شكل رقم 10 يوضح النسب عبارة هل حققت حملات التوعية الاعلامية و الارشاد بمخاطر مرض كورونا اهدافها المنشودة



من الشكل اعلاه نلاحظ وان نسبة 37.1% اجابوا بنعم ونسبة 38.1% اجابوا باحيانا و نسبة 24.8% اجابوا بلا.
المقياس الوصفي و اختبارات الفروق لعبارات الفرضية الثانية
فيما يلي جدول رقم 8 يوضح المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري و قيمة t و مستوى المعنوية و الدلالة

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	مستوى sig الدلالة	ترتيب الاهمية	مستوى الاهمية
هل الحملات الاعلامية و للتوعية و الارشاد بمرض كورونا كانت واضحة و مفهومة للمواطن	1.5143	.80997	19.157	.000	6	احيانا

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	sig مستوى الدلالة	ترتيب الأهمية	مستوي الأهمية
هل الحملات الإعلامية و الإرشادية حملات التوعية اثرات على المواطن في ارتداء الكمامة	2.0190	1.37268	15.072	.000	4	نعم
اتباع المواطنين للارشادات و التوجيهات ادت الى التزام التباعد الاجتماعي و التقليل من انتشار المرض بولاية الخرطوم	2.1619	.76112	29.106	.000	1	نعم
الارشادات التي يقوم بتقديمها قادة الراي المحلي ائمة المساجد ، مدرا المدارس اللجان المجتمعية الخ ادت الى انجاح حملات التوعية الاعلامية بمخاطر مرض كورونا	2.0191	.84331	24.533	.000	3	نعم

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	sig مستوى الدلالة	ترتيب الأهمية	مستوى الأهمية
ساهم الاعلام الرقمي في التوعية الصحية بمخاطر مرض كورونا	1.7238	.88247	20.016	.000	5	حيانا
هل حققت حملات التوعية الاعلامية و الارشاد بمخاطر مرض كورونا اهدافها المنشودة	2.1238	.78072	27.875	.000	2	نعم
المجموع	2.0270	.52498	37.613	.000		نعم

المصدر : اعداد الباحثان باستخدام برنامج spss2021 م

يتضح من الجدول اعلاه ان اتجاه الموافقة كانت في اتجاه الموافقة لجميع عبارات المحور وهذا يعني ان غالبية افراد عينة الدراسة موافقين علي ما جاء بعبارات المحور الرابع بمتوسط حسابي 2.0270 وانحراف معياري اقل من الواحد . ونجد ان قيمة t 37.613 بمستوى معنوية 0.000. وهي اقل من 0.05. وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص علي «تأثير الحملات الاعلامية للتوعية بمرض كورونا»

جهود وزارة الصحة ولاية الخرطوم في مكافحة كورونا :

نفذت إدارة الإعلام بوزارة الصحة ولاية الخرطوم المرحلة الاولى من الحملة الاعلامية الكبيرة تزامنت مع ظهور الجائحة عالميا وتم عقد اول مؤتمر صحفي في شهر مارس 2020م خاصة ولقد ركزت المرحلة الاولى من الحملة الاعلامية علي نشر الارشادات الصحية التي توجه بالعمل على نشر اعراض المرض وطرق الوقاية منهو تجنب المرض من خلال التباعد وعدم الازدحام ولبس الكمامات والتبليغ الفوري عند الشعور بالاعراض والعمل على التبليغ عن ظهور اي حالة في المنطقة. حيث قدم في المؤتمر تنوير حول الوضع الصحي فيالعالم ومخاطر الجائحة و بعد ظهور اول حالة في السودان يوم الخميس 12 مارس 2020م تم عمل منتدي اعلامي لتنوير وسائل الاعلام والرأي العام بمخاطر المرض وطرق العدوى والانتقال وتم الاستعانة بخيرات من اختصاصي علم النفس واعدد من الاعلاميين للعمل على كيفية توصيل الرسالة الاعلامية للمجتمع بخصوص كيفية التعامل مع الجائحة. وتلى ذلك تشكيل غرفة طوارئ قدمت فيها كل الادارات بوزارة الصحة ايلها

من خطط بخصوص مكافحة الجائحة وطرق التعامل معها.⁽¹⁰⁾ وكذلك قدمت ادارة الاعلام خطتها الاعلامية بغرض توجيه وسائل الاعلام من صحف وتلفزيون واذاعة ومواقع الكترونية لنشر الرسائل الاعلامية التي تنتجها الوزارة فيما يخص نشر الوعي بمخاطر المرض ونشر الرسائل التي ارشادات في كيفية تجنب مخاطره واتباع التباعد والارشادات الصحية لمكافحة الجائحة وتم اعداد رسائل اعلامية مختلفة الاشكل لكل انواع الوسائل الاعلامية التي تم الاستفادة منها في نشر الارشادات . وتم انتاج رسائل فيديو وصوتية ونصية لمخاطبة كافة شرائح المجتمع وتم تقديم هذه الرسائل من خلال برامج حوارية وواعلانات وبرامج توعوية ورسائل نصية ومواد صحفية وصفحات مسجلة وشارك في تقديم هذه الرسائل خبراء من الاطباء وعلماء النفس ونجوم المجتمع . وفي المرحلة الثانية للحملة الاعلامية حصل تعديل على شكل الرسالة الاعلامية التي كانت تتحدث عن تجنب مخاطر المرض والابتعاد عن التجمعات والعزل المنزلي الي مرحلة التعايش مع المرض بعد انخفاض نسبة الحالات عالميا ولذلك التركز في المرحلة الثانية على التعايش مع المرض مع الحذر من الازدحام واماكن التجمعات . وتم تنفيذ هذه الحملة بمشاركة كل وسائل الاعلام ووجدت الحملة استجابة في الشارع من خلال بعض المؤشرات التي ظهرت في المجتمع منها توقف التجمعات في المناسبات وازدياد عدد لابسي الكمامات . عن استمرارية الحملات الاعلامية لمكافحة الجائحة والعمل تكثيفها خاصة بعد انتشار المرض مرة اخرى اضافة الاستعدادات التي تجري لفتح المدارس في ديداية العام الجديد واكدن الاهتمام الكبير بالمرحلة القادمة والعمل على تعزيز الشراكات مع منظمات المجتمع المدني من اجل المشاركة في تنفيذ الحملات الاعلامية لمكافحة جائحة كورونا . وقالت ان هناك تحديات تواجه تنفيذ الحملات الاعلامية منها ضعف عملية التمويل مما ادى الي الاجاه الي الشراكات مع المنظمات لتنفيذ الحملات الاعلامية⁽¹¹⁾ . ورغم تطور استخدام التقنيات الرقمية في مجال الاعلام وسيادتها على المشهد الاخباري وتفوقها على وسائل الاعلام التقليدية الا ان تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة ، السنوي الذي صدر في ابريل 2020م حول الأخبار الرقمية ، استعرض أبرز التطورات في عالم الصحافة الرقمية وتأثيراتها على الصحافة التقليدية بها. وجاء التقرير هذا العام وسط «جائحة غير مسبوقة في العصر الحديث»، وحسب التقرير، فاقتها خطورة حجم انفتاح الجمهور على «نظريات المؤامرة والتضليل» مما يؤكد الحاجة إلى صحافة دقيقة وذات موثوقية. أبرز ما أظهره التقرير، هو تغير سلوكيات الجمهور في الحصول على الأخبار بشكل كبير وفي كافة المجالات، سواءً في المصادر التي يعتمدها الجمهور للحصول على الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا، أو الجهات التي يثقون بمعلوماتها، وكذلك المنصات الرقمية التي يعتمدونها لمتابعة الأخبار . عودة الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية، القنوات التلفزيونية على وجه التحديد، كان المعطى الأهم في هذا التقرير، بعد أن بقيت المنصات الرقمية تخصص من نسبة مشاهداتها واعتمادها كمصدر للأخبار لدى الجمهور. إذ يشير التقرير إلى أن القنوات التلفزيونية شهدت، خلال جائحة كورونا، قفزة، يمكن اعتبارها كبيرة، في نسب اعتمادها كمصدر للأخبار، مقارنة بشهور قليلة قبلها. وحسب أرقام التقرير، فإن الاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار، ارتفع بما نسبته 5%

في الدول جرت فيها الدراسة ، خلال شهر أبريل، مقارنة بالأرقام في شهر يناير مطلع العام الجاري، أي أن جائحة فيروس كورونا قد أعادت جزءاً من اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار، وبنسبة قربتها جدا من مصادر الأخبار الرقمية التي بقيت المصدر الأكثر اعتماداً.

الخاتمة :

أصبحت الحملات الإعلامية التي تُعني بالتوعية الصحية لها أهمية كبيرة ، وتلعب دوراً هاماً في التوعية بمخاطر الأوبئة و الأمراض ، وخصوصاً عند حدوث وباء أو جائحة ، كما هو الحال في جائحة كورونا التي اجتاحت العالم .

في ظل غياب الخطط والبرامج التي تساعد علي فاعلية حملات التوعية الصحية بجائحة كورونا ، برزت مشكلة الدراسة التي تمثلت في القصور الذي صاحب تنفيذ تلك الحملات ، وعدم إتباع الأسس العلمية في تنفيذها مما قلل من فاعلية تلك الحملات خصوصاً في ولاية الخرطوم. فجاءت تسأولات الدراسة التي دارت حول : مدي إستفادات وإسهامات وزارة الصحة وولاية الخرطوم في التوعية والحد من إنتشار جائحة كورونا ، ومدي إستجابة مواطني ولاية الخرطوم لتلك الإرشادات. أما المنهج العلمي الذي إتبعته الدراسة فكان المنهج الوصفي التحليلي. ومن خلال المنهج المتبع تم إنتقاء الأدوات المناسبة للدراسة والتي تمثلت في : الإستبيان ، المقابلة ، الملاحظة. وكانت الحدود الزمانية للدراسة خلال الفتره من مارس 2020م إلي مارس 2021م ، والإطار المكاني ولاية الخرطوم ، والذي يمثل أيضاً مجتمع الدراسة . وكذلك تم إستعراض بعض الدراسات السابقة. والمصطلحات التي تعين علي فهم الدراسة.

جاء الإطار النظري للدراسة فكان يحتوي المحور الأول : تعريف الحملات الإعلامية و أهمية الوظائف التي تأديها تلك الحملات ، أما المحور الثاني فكان يتحدث عن دور الإعلام في التوعية الصحية ، ومفهوم التوعية الصحية وأهمية الوعي الصحي ، وأهداف النشر للوعي الصحي ، والوسائل المتبعة في التوعية الصحية . والتوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا ، أعراض الأصابة وطرق الإنتشار والوقاية منها.

أما المحور الثالث من الدراسة فقد تمثل في الدراسة الميدانية ، والتي تم إستخدام الإستبانة كأداة من أدوات الدراسة والتي تم توزيعها علي عينه من مواطني ولاية الخرطوم وبلغت (105) شخصاً ، وجمعها وتحليلها بواسطة برنامج الحزم الإحصائية SPCC ، كما تم إجراء مقابلات مع أشخاص إرتبطت حياتهم المهنية بموضوع الدراسة ، كذلك ملاحظات الباحثان أثناء زيارتهم لمقر وزارة الصحة ولاية الخرطوم ، وإطلاعهم علي نماذج من حملات التوعية الصحية و الإرشادات التي تم إتباعها في الحملات.

كما إحتوي الجزء الأخير من الدراسة علي الخاتمه والتي تتمثل في ملخص لما تم التوصل إليه نظرياً وتطبيقياً ، مستصحباً مشكلة الدراسة و أسئلتها ، و الأدوات التي تم إستخدامها في التوصل إلي الدراسة وأهم النتائج والتوصيات.

وأخيراً توصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها: أن حملات التوعية الصحية التي قامت بها وزارة

الصحة ولاية الخرطوم ساهمت إلى حد كبير في التوعية بمخاطر جائحة كورونا ، والإستفاده من الإعلام الرقمي في التوعية ، وكذلك إرتداء الكمامات . كما أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالحملات الإعلامية للتوعية بمخاطر جائحة كورونا.

النتائج :

1. إن حملات التوعية الصحية لعبت دوراً كبيراً في التوعية بمرض كورونا .
2. إستفادت وزارة الصحة بولاية الخرطوم من التجمعات و اللقاءات الجماهيرية للتوعية الصحية للأمراض المختلفة.
3. إتباع المواطنين للارشادات و التوجيهات ادت الى التزام التباعد الاجتماعي و التقليل من انتشار جائحة كورونا بولاية الخرطوم.
4. كان إسهام الإعلام الرقمي في التوعية بمخاطر جائحة كورونا ضعيفاً في ولاية الخرطوم.
5. كان تأثير الحملات الإعلامية في ولاية الخرطوم علي المواطن في إرتداء الكمامه ضعيفاً.

التوصيات :

1. ضرورة إتباع حملات التوعية الصحية لدورها الفعال في التوعية بجائحة كورونا.
2. تدريب الكوادر الإعلامية لتنفيذ الحملات الإعلامية بالصورة المطلوبه.

المصادر والمراجع:

أولاً : الكتب:

- (1) عبدالحكيم خليل مصطفى ، الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2013م ، القاهرة .
- (2) عبداللطيف بن تبيان العوفي ، حملات التوعية الإعلامية - الاسس النظرية والإجراءات التطبيقية ، النشر العلمي والمطابع ، الرياض ، 2012م .
- (3) عبدالملكعبدالعزيز الشلهوب ، دور الاعلام في تحقيقالوعياالصحي ، متاح على الـ: <http://skinandallergy.org>

ثانياً : المنشورات :

- (1) مطبق ، برتكول التعامل مع حالات الكرونا المستجد ، الإدارة العامه للطورائي ومكافحة الأوبئة ووزارة الصحة الإتحادية ، بالتعاون مع إدارة الوبائيات ولاية الخرطوم.

ثالثاً : الدراسات السابقة:

- (1) حافظ عثمان حاج البشير منصور ، دور الحملات الإعلامية في التوعية بداء السكري عند الأطفال - دراسة وصفية تحليليه بالتطبيق علي إذاعة ولاية الجزيرة (2006 - 2013) ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة الجزيرة ، كلية علوم الإتصال ، 2014م.
- (2) دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي ، أثيله أجمد الأمين ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الإتصال ، 2012م.
- (3) دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي ، أم سلمى محمد الطيب ، دراسة تطبيقية علي برنامج صحة وعافية (1998 - 2000م) ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة الجزيرة - كلية علوم الإتصال ، 2002م .
- (4) محمد الزكري، جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية : دراسة تحليليه علالصفحات الإقتصادية،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدعوةوالاعلام،قسمالاعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1427 هـ .

رابعاً : المقابلات :

- (1) نجوى محمد عبدالرحمن مدير ادره الاعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم بتاريخ 27 /12/2020م الاحد الساعة 2:30 ظهرا .
- (2) هبة محمد حسن ، مديرة ادارة تعزيز الصحة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم ، مقابلة الاحد 2020/12/27 الساعة 3:30

المصادر والمراجع:

- (1) حافظ عثمان حاج البشير منصور ، دور الحملات الإعلامية في التوعية ببدء السكري عند الأطفال - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي إذاعة ولاية الجزيرة (2006 - 2013) ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة الجزيرة ، كلية علوم الإتصال ، 2014م.
- (2) .دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي ، أثيله أحمد الأمين ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الإتصال ، 2012م.
- (3) دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي - دراسة تطبيقية علي برنامج صحة وعافية (1998 - 2000م) ، رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة الجزيرة - كلية علوم الإتصال ، 2002م .
- (4) عبدالحكيم خليل مصطفى ، الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2013م ، القاهرة ، ص 229
- (5) .عبداللطيف بن تبيان العوفي ، حملات التوعية الإعلامية - الاسس النظرية والإجراءات التطبيقية ، النشر العلمي والمطابع ، الرياض ، 2012م ، ص 3
- (6) عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب ، دور الاعلام فتحقيق الوعي الصحي ، متاح على الرابط [htt: ll skinandallergy.org](http://ll.skinandallergy.org)
- (7) محمد الزكري، جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية : دراسة تحليلية على الصفحات الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الدعوة والاعلام، قسما لاعلام ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، 1427 ص 54
- (8) مطبق ، برتكول التعامل مع حالات الكورونا المستجد ، الإدارة العامه للطورائي ومكافحة الأوبئة وزارة الصحة الإتحادية ، بالتعاون مع إدارة البوابات ولاية الخرطوم.
- (9) المرجع السابق.⁰
- (10) مقابلة مع نجوى محمد عبدالرحمن مدير ادرة الاعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم بتاريخ 27 /12/2020م الاحد الساعة 2:30 ظهرا .
- (11) هبة محمد حسن مديرة ادارة تعزيز الصحة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم : مقابلة يوم الحد 27 / 12 / 2020م الساعة 3:30