مجلة العلوم الاجتماعية
المجلد 17 / العـدد 03 (خاص) / 2023 / ص ص 146 - 155
Journal home page: http://journals.lagh-univ.dz/index.php/ssj
ASJP: https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/305

التغطية الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي: دراسة تحليلية لبرنامج الصباح على قناة سكاي نيوز

Media coverage of the Pink October campaign: Analytical study of the morning program on Sky News

مونية دحدوح [1] ، خولة صيافة [2]
1 جامعة قالمة (الجزائر) ، mouna-doudou@hotmail.com
2 جامعة قالمة (الجزائر) ، khawla.koki94@gmail.com

تاريخ إنعقاد الملتقى: 2023/02/21 تاريخ النشر: 2023/11/15

ملخص:

تعد وسائل الاعلام والاتصال المختلفة ذات أهمية بالغة باعتبارها مصدرا اساسيا للمعلومات والاخبار والاحداث الانية للعديد من المواضيع المختلفة التي تهم الراي العام فهناك العديد من وسائل الاعلام تعمل على التغطية الإعلامية الحصرية لهذه المواضيع سواء سياسية اقتصادية اجتماعية وحتى صحية.

فمن خلال هذه الورقة البحثية تهدف دراستنا الى ابراز التغطية الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي لسنة 2022 في قناة سكاي نيوز العربية من خلال الاعتماد على منهج تحليل مضمون لمجموعة من لفيديوهات التي تهتم بالتغطية الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي على قناة سكاي نيوز.

وبقد توصلنا الى مجموعة من النتائج التالية حيث وجدنا ان الهدف الرئيسي من هذه التغطية هو توعوي ارشادي وهدف تعريفي بالمرض، اما فيما يخص اللغة المستخدمة فهي اللغة العربية الفصحى سواء من قبل الصحفيات او من قبل الضيوف، فيما كانت الاستمالات المستعملة عقلية كونها الأكثر اقناعا وتأثيرا في المجال الصحي.

كلمات مفتاحية: الاعلام الصحي، التغطية الإعلامية، أكتوبر الوردي، قناة سكاي نيوز. برنامج الصباح

ABSTRACT:

The various media and communication are extremely important as it is a basic source of information, news and instant events for many different topics that concern public opinion. There are many media outlets that are working on the exclusive media coverage of these issues, whether economic, social and even healthy.

relying on a guaranteed analysis curriculum for a group of videos that are concerned with the media coverage of the October campaign on the Sky News channel

We have reached a set of the following results, where we found that the main goal of this coverage is an educational awareness and an introductory goal of the disease, but as for the language used, it is the classical Arabic language, whether by journalists or by the guests, while the user possibilities were mental being the most convincing and influential in Healthy field

Keywords: Health media, media coverage, pink October, Sky News Channel. Morning program

1- إشكالية الدراسة:

لقد تعاظم دور وسائل الاعلام والاتصال في هذا العصر الذي تعد فيه المعلومة من اهم الموارد وحتى اهم من الموارد الأخرى، لما لها من أهمية بالغة، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية على نشر هذا المعلومات والتوجيهات والارشادات والتعليمات والاخبار من خلال وسائل مختلفة.

وإزاء هذا التطور التقني في امكانيات وسائل الاعلام فان الجمهور يتوقع منها دورا حيويا وملموسا في مجال التوعية والتثقيف في المجال الصحي والمجالات الأخرى، نظرا لقدرتها للوصول الى فئات متعددة ومختلفة من المجتمع، من خلال اعداد وتصميم برامج توعوية منتظمة

ولاحظنا ان هناك تسابق اعلامي كل عام في شهر أكتوبر سعيا لتغطية الحملة الوردية او حملة الوقاية من سرطان الثدي حيث يكتسي العالم في شهر أكتوبر لونا ورديا، ليطلق عليه أكتوبر الوردي، حيث تسعى وسائل الاعلام على توعية مختلف النساء بمخاطر هذا المرض وكيفية الوقاية منه والعمل على الكشف المبكر ضده

ومن هنا نطرح تساؤلنا الرئيسي: كيف كانت المعالجة الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي في برنامج الصباح على سكاي نيوز؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي اهداف برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟
- ماهي اللغة المستخدمة في برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟
- ماهي الاستمالات المستعملة في برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟

1-2- اهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة الى محاولة التعرف على:

- التعرف على اهداف برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي.
- التعرف على اللغة المستخدمة في برنامج الصباح لتغطية حملة أكتوبر الوردي.
- التعرف على الاستمارات المستعملة في برنامج الصباح لتغطية حملة أكتوبر الوردي.

1-3- مفاهيم الدراسة

الاعلام الصحي: هو ذلك النوع من الاعلام الذي المتخصص الذي يقوم بتقديم الاخبار والحقائق حول مختلف القضايا الصحية والطبية والاحداث والمستجدات الصحية الأساسية والثانوية والتطورات الطبية والتمريضية الطارئة التي يواجهها المجتمع والامراض المزمنة وكيفية التعامل معها وتقديم الارشادات بهدف توجيه وتوعية الراي العام بالقضايا الصحية من خلال التثقيف (مجاهد، 2021، صفحة 85)

التغطية الإعلامية: هي العملية الصحفية التي تتضمن مجموعة من الخطوات التي يقوم من خلالها الصحفي بالبحث عن المعلومات والبيانات، وكذا كل التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، حيث يجيب عن كل الاسئلة التي تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن الموضوع، ثم يحرر المعلومات بأسلوب صحفي مناسب في شكل صحفي مناسب (عبدالجواد، 2005، صفحة 137)

ويرى عبد العالي رزاقي أن هناك فرق بين التغطية الخبرية والتغطية الاعلامية، فالأولى هي كتابة خبر حول الحدث مع احتمال تدعيمه بتقرير خبري، أما الثانية فهي القيام بتغطية شاملة للحدث، بمعنى كتابة خبر وتقرير خبري، إلى جانب الانواع الاعلامية التعبيرية أو التقريرية التي يتطلبها ذلك الحدث (رزاقي، 2004، صفحة 65)

أكتوبر الوردي: هي مبادرة عالمية بدأ العمل بها على المستوى الدولي في أكتوبر 2006 حيث تقوم مواقع حول العالم باتخاذ اللون الزهري أو الوردي كشعار لها؛ من أجل التوعية من مخاطر سرطان الثدي .كما يتم عمل حملة خيرية دولية من أجل رفع التوعية والدعم وتقديم المعلومات والمساندة ضد هذا المرض (الحمزة، 2022)

1-4- منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يعرف على انه محاولة الوصول الى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لمشكلة او ظاهرة قائمة، للوصول الى فهم أفضل وأدق او وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها (مزاهرة، 2014)،

اما الأداة المستخدمة في التحليل هي استمارة تحليل المحتوى التي تعرف على انها: عبارة عن اشكال هندسية في معظم الحالات، ينجزها الباحث ليصب فيها نتائج الحسابات التي قام بها على مضمونه، ثم يجمعها ليتم تفريغ محتواها في جداول التحليل الكمي، وهذا ما يجعل لكل بحث استمارة خاصة به، اذ ليس هناك استمارة نمطية صالحة لكل البحوث التي تستعمل تحليل المحتوى (تمار، 2007، صفحة 44)

حيث ساعدتنا أداة تحليل المضمون في وصف مضمون برنامج الصباح عن طريق استخدام تحليل المضمون التي تم بناءها على النحو التالي:

- فئات التحليل: هي تقسيمات والتوزيعات والاركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتوصل اليها في المادة المدروسة، وهذا بناءا على ما تتحدث فيه من صفات او تختلف فيه من خصائص (مرسلي، 2003، صفحة 286)

- وتنقسم فئات التحليل في فئات الشكل وفئات المضمون:

- فئة الشكل (كيف قيل؟): هي تلك الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي لمضمون الدراسة، وعادة ما تحاول الإجابة عن تساؤل (كيف قيل؟) وهي أحد ركائز تحليل المحتوى في الشكل الذي يقدم به المضمون الى جمهور القراء او المشاهدين او المستمعين من خلال مختلف قنوات الاتصال (تمار، 2007، صفحة 98)

- وتضم الفئات التالية:

- فئة اللباس: كلاسيكي، عادي، لباس خاص.

- فئة طبيعة المادة الإعلامية: ربورتاج، حصة.

- فئة المضمون: ماذا قيل؟

تستخدم هذه الفئات للإجابة على السؤال ماذا قيل؟ والهدف من طرح هذا السؤال هو تحديد مادة المحتوى والأفكار والمعاني لتي يحتويها (مرتاض، 2016، صفحة 151)

- وتنقسم فئات المضمون الى:

- فئة الموضوع: وهي الموضوعات الفرعية التي تتناولها المادة الموجودة ضمن وحدات التحليل (الوفائي، 1989، صفحة 185)

- وتنقسم فئة الموضوع لهذه الدراسة الى: احصائيات، معلومات طبية، تغطية إعلامية،

- فئة اللغة المستخدمة: وتشير الى اللغة التي يستخدمها الفاعلون في برنامج الصباح على قناة سكاي نيوز وتنقسم الى فئات فرعية: عربية فصحى، اجنبية، مزيج لغوي

- فئة الأهداف: تتمثل في الأهداف التي يريد البرنامج ايصالها للجمهور المستهدف.

- التوعية ضد سرطان الثدي، تغطية إعلامية، الاخبار بمخاطر سرطان الثدي.

- فئة الجمهور المستهدف: نساء، رجال.

- فئة الاستمالات: عقلية، عاطفية.

- فئة الارشادات: إرشادات وقائية، إرشادات علاجية.

1-5- عينة الدراسة ومجتمع البحث:

- مجتمع البحث:

مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مادة سمعية بصرية تعرض على قناة اليوتيوب الخاصة بقناة سكاي نيوز العربية وهي عبارة عن برامج متنوعة تعرض على هذه القناة لتغطية جميع الاحداث العالمية سواء سياسية إخبارية رياضية علمية طبية وقد تم اختيار برنامج حديث الصباح باعتباره البرنامج الذي قام بالحديث عن شهر أكتوبر الوردي والتحدث عن مرض سرطان الثدي والتوعية من مخاطره والتغطية الإعلامية للنشاطات التي قامت بها المؤسسات والجمعيات في ذلك الشهر.

- عينة الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على عينة قصدية في مدة زمنية محددة الا وهي شهر أكتوبر 2022 فقد تم اخذ جميع الفيديوهات من برنامج حديث الصباح التي تتناول موضوع سرطان الثدي والتغطية الإعلامية لشهر أكتوبر الوردي وقد تم إحصاء 4 فيديوهات بمجموع نصف ساعة تم نشرها خلال شهر أكتوبر من عام 2022.

2- الإطار النظري:

2-1- 1- مفهوم التغطية الاعلامية:

هي محاولة الإحاطة الشاملة بموضوع ما والتعاطي معه من مختلف ابعاده وزواياه (خزعل، 2010).

2-1-2 -أنواع التغطية الإعلامية:

هناك عدة أنواع للتغطية الإعلامية من حيث التوقيت ومن حيث المضمون.

من حيث التوقيت:

تغطية تقريرية أو تسجيلية: وهي تلك التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات الخاصة بحدث معين تم بالفعل مثل: إعلان استقالة وزير أو وقوع زلزال أو سقوط طائرة أو وصول أجنبي لزيارة البلاد (هيب، 2006)

تغطية تمهيدية: وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع، أي حدث لم يتم بعد ولكن هناك مؤشرات تشير إلى احتمال وقوعه، إن أي تغطية صحفية ناجحة لحدث ما هي التي تبدأ بمحاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة التالية.

ماذا حدث؟ من هو الشخص او الشخصيات التي اشتركت في هذا الحدث؟ أين وقع الحدث؟ متى وقع الحدث؟ لماذا وقع الحدث؟ كيف وقع الحدث؟

تغطية المتابعة: فهي التي تتابع التطورات التي حدثت فعلا وفي هذه الحالة لابد من تذكرة القارئ بالتطورات السابقة لربطه بالخبر القديم (الحمداني، 2012)

من حيث اتجاه المضمون:

التغطية المحايدة: وفيها يقدم الصحفي الحقائق فقط أي قصصا إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع من دون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات او تدخل بالرأي او مزج الوقائع بوجهات النظر (الحتو، 2012)

التغطية التفسيرية: وفيها يجمع الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل، وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو

وصف الأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية عن البلد الذي وقع فيه الحدث وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة.

التغطية المتحيزة أو الملونة :في هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه التغطية هو تلوين أو تشويه الخبر (الحتو، 2012)

2-2- أكتوبر الوردي:

2-2-1- قصّة أكتوبر الوردي:

تعود لسنة 1985 بسبب شراكة بين جمعية السرطان الأمريكية وقسم الصيدلة في شركة للصناعات الكيميائية، لتقوم منظمة الصحة العالمية بتدعيم هذه الفكرة وشجعت تطبيقها في بلدان العالم حتى بدأ العمل بها على المستوى الدولي منذ عام 2006، وقد ظهرت أشرطة اللون الوردي لأول مرة في عام 199، عندما قامت مؤسسة «سوزان كومان»، أشهر مؤسسة في مجال مكافحة سرطان الثدي، منذ إنشائها عام 1982 بالولايات المتحدة بتوزيع أشرطة وردية على المشاركين في سباق بمدينة نيويورك للناجين من الإصابة بسرطان الثدي، لكن الاعتماد الرسمي للشريط الوردي لم يتم اعتماده إلا في العام الذي يليه، 1992، وتم اشتقاقه من لون الأحمر المخصص للإيدز، وفي هذا الشهر من كل عام يغزو اللّون الوردي أو الزهري العالم، حيث إنّ بعض الأشخاص في عدد من الدول يتعمّدون ارتداء هذا اللّون طيلة الشهر. (الفتاح، 2022)

2-2-2- اهداف شهر أكتوبر الوردي:

يجب اعتبار هذا الشهر شهراً صحياً توعوياً، فالهدف منه توعية المجتمع، خاصة النساء عن عوامل الخطورة التي تزيد احتمال الإصابة بسرطان الثدي، وطرق الوقاية منه، وأهمية الكشف المبكر، والفئة المستهدفة، ومكان توافر الخدمة، وتوفير خدمة متكاملة لمكافحة سرطان الثدي من الكشف إلى العلاج، وفي هذا الشهر الوردي أيضاً تنظم حملات خيرية دولية، وذلك من أجل رفع التّوعية والدّعم، إلى جانب تقديم المعلومات والمساندة ضد هذا المرض، خاصّة وأنّه من بين أنواع السرطان الذّي يُسجل ارتفاعاً في نسب الشفاء منه قد تصل إلى حوالي الـ90 بالمائة خاصّة في حالات الكشف المُبكّر عنه، وذلك حسب المعطيات التّي قدّمتها منظّمة الصّحة العالمية ولا تقتصر التوعية في هذا الشهر على توزيع بانرات للتوعية بالمرض فقط بل إقامة حملات على مستويات عالية لتقديم الدعم والتوعية (الفتاح، 2022)

2-2-3- التغطية الإعلامية لأكتوبر الوردي:

تتسابق القنوات الإعلامية للحصول على السبق الصحفي او الحديث عن المواضيع التي تهم الجمهور والراي العام فمع بداية شهر أكتوبر من كل عام تنطلق الحملات التوعية للكشف المبكر عن سرطان الثدي و يكتسي هذا الشهر اللون الوردي ليطلق عليه اكتوبر الوردي، فبذلك تتسابق القنوات الفضائية والبرامج الإعلامية الى تغطية هذا الموضوع، و هذا كله من اجل التوعية من مخاطر هذا المرض الخبير على النساء سواء جسديا او نفسيان والحث على الكشف المبكر عن سرطان الثدي ، و نشر اكبر قدر ممكن من المعلومات عن هذا الموضوع باستضافة خبراء و اخصائيين في المجال لإعطاء احصائيات و معلومات دقيقة عن هذا المرض، و طرق الكشف المبكر عنه و معرفة اعراضه و كيفية الوقاية منه

3- الإطار التطبيقي:

3-1- دراسة تحليلية لقناة سكاي نيوز على اليوتيوب

قناة سكاي نيوز: قناة إخبارية ناطقة باللغة العربية تبث على مدار 24 ساعة، وتهدف القناة إلى تقديم الأخبار بشكل حيوي وسريع وموضوعي إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من خلال 30 مكتبا في منطقة الشرق الأوسط وآسيا إضافة إلى مكاتبها في لندن والعاصمة الأمريكية واشنطن. وتستفيد قناة سكاي نيوز عربية من مصادر الأخبار والمكاتب الدولية التابعة لها حول العالم لتقديم التغطية الإعلامية للأحداث الدولية، من خلال قناتها التلفزيونية ومنصاتها الرقمية والمسموعة يتابعها حوالي 4 مليون شخص.

اما فيما يخص البرنامج الذي سنقوم بتحليل تغطيته لحملة أكتوبر الوردي هو برنامج الصباح حيث يقدّم فقرات إخبارية متنوعة ويتضمن أبرز المداخلات عن أهم الملفات، ويلخّص أبرز عناوين الصحف العالمية. كذلك يقدّم "الصباح" إحاطات إخبارية مميزة عن اهم المستجدات ويناقش القضايا الراهنة ويقدم فقرات متنوعة.

3-2- تحليل الجداول

أولا فئة الشكل كيف قيل؟ فئة اللباس:

جدول 1. يمثل فئة اللباس المعتمد

	التكرار	النسبة
كلاسيكي	5	% 8,33
عادي	40	% 66.66
لباس خاص (بلوزة طبية)	15	% 25
المجموع	60	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اللباس المعتمد من قبل مقدمة البرنامج او من قبل الشخصيات التي ظهرت في الفيديوهات المعتمدة في التغطية الإعلامية الخاصة بشهر أكتوبر الوردي جاءت نسبة(%66.66) للباس العادي والذي يعبر عن اللباس المريح الذي تم ارتداؤه من قبل النساء اللاتي ظهرت في الفيديوهات من مرضى ونساء شاركن في ماراتون حملة الوقاية من سرطان الثدي الذي يعد مريحا ومناسبا ل الذي يعتبر لباس تلها نسبة(%25)للباس المختص ونقصد هنا باللباس الطبي الخاص بالأطباء والممرضين الذين ظهروا في الفيديوهات عند قيامهم بمهمة معاينة المرضى و معالجتهم ثم أخيرا نسبة(%8.33)تعود الى اللباس الكلاسيكي التي ارتدته المذيعتين في حصة برنامج الصباح عند تناول موضوع الوقاية من سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي الذي يعد مناسبا لهيئتهم ومظهرهم.

فئة المادة الإعلامية

جدول 2. يوضح طبيعة المادة الإعلامية المستخدمة في تغطية برنامج الصباح للحملة الإعلامية أكتوبر الوردي

	التكرار	النسبة
حصة	2	%50
ربورتاج	2	%50
المجموع	4	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان توزيع المادة الإعلامية في برنامج الصباح على قناة سكاي نيوز التي تتناول موضوع سرطان الثدي متنوعة بين حصة ب 50 %و50 %لربورتاج وهذا راجع الى تنوع المادة الإعلامية في قناة سكاي نيوز العربية في

تناول المواضيع لجذب أكبر قدر ممكن من المشاهدين وهذا التنوع يجعلهم لا يملون من مشاهدة هذه القناة ومادتها الإعلامية، والبقاء على اطلاع دائم بما تنشره.

ثانيا فئة المضمون ماذا قيل؟

2-1- فئة الموضوع

جدول 3. يوضح طبيعة الموضوع المستخدم في تغطية حملة أكتوبر الوردي

	التكرار	النسبة
معلومات طبية	100	% 66,66
احصائيات	50	% 33,33
المجموع	150	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الموضوعات التي يركز عليها في برنامج الصباح عند تغطيته لحملة الوقاية من سرطان الثدي هي أولا المعلومات الطبية بنسبة 66.66 % وهذا باعتبار موضوع الدراسة هو التغطية الإعلامية لحملة الوقاية من سرطان الثدي وبذلك فان جميع المعلومات التي تم تناولها في برنامج الصباح الخاصة بهذا الموضوع هي معلومات طبية بصفة رئيسية ثم تليها نسبة 33.33 للإحصاءات التي من خلالها اعالتي تم إعطائها فيما يخص عدد المرضى نسبة نجاح العلاج لإعطاء جرعة امل للمصابين بهذا المرض في ظل تطور الطب و تطور التكنولوجيا المعتمدة فيه.

فئة اللغة المستخدمة:

جدول 4. يوضح اللغة المستخدمة في تغطية برنامج الصباح لحملة أكتوبر الوردي

	التكرار	النسبة
عربية فصحى	600	%92
عربية عامية	0	%0
مزيج لغوي	50	% 8
المجموع	650	%100

يعبر الجدول أعلاه عن اللغة المستخدمة في برنامج اخبار الصباح لتغطية اخبار أكتوبر الوردي وحملات الوقاية من سرطان الثدي، اين نرى ان اغلب اللغة المستخدمة هي لغة عربية فصحى بنسبة 90، ويمكن تفسير هذا باحترافية لصحفية سواء مقدمة الحصة او المتحدثة في الربورتاج اما فيما يخص المزيج اللغوي الذي كان بنسبة 10 مزيج بين العربية والإنجليزية والفرنسية وهو من قبل الضيوف المختصين عند التحدث بالمصطلحات الطبية والعلمية.

فئة الأهداف: تتمثل في الأهداف التي يريد البرنامج ايصالها للجمهور المستهدف

جدول 5. يوضح الأهداف التي يريد برنامج الصباح في تغطيته لحملة أكتوبر الوردي

	التكرار	النسبة
إعلامية	10	25
التوعية والإرشاد	20	50
الاخطار بمخاطر المرض	10	25
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اهداف برنامج الصباح من خلال تغطيته لحملة الوقاية من سرطان الثدي هي توعية وارشاد النساء بنسبة 50 وذلك من اجل الاهتمام بالصحة ومحاولة الكشف المبكر عن سرطان الثدي تليها هدف اعلامي بنسبة

25 الذي هم أساس الحصة والبرنامج الاعلام ونفس النسبة ل الاخطار بمخاطر المرض ب 25 من اجل تركيز على الصحة ومحاولة عدم تقليل من أهميتها والعمل على الكشف عن هذا المرض في اوله لخطورته إذا كان في المراحل المتقدمة وبذلك صعوبة العلاج.

فئة الجمهور المستهدف

جدول 6. يمثل فئة الجمهور المستهدف

	التكرار	النسبة
نساء	70	% 100
رجال	0	% 0
المجموع	71	100%

يمثل الجدول رقم الجمهور المستهدف من خلال التغطية الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي حيث كانت النسبة 100 للنساء باعتبار الموضوع الخاص هنا هو الوقاية من سرطان الثدي وبذلك فان الجمهور الذي نتوجه له هنا هم النساء لتوعيتهم بضرورة الذهاب للفحص من اجل التأكد من سلامة المرأة او حتى الكشف المبكر عن سرطان الثدي الذي يعد اليوم السرطان رقم 1 في العالم لتزايد الإصابة به عند فئة السيدات

فئة الاستمالات:

جدول 7. يمثل فئة الاستمالات المستعملة

	التكرار	النسبة
عقلية	100	66.66%
عاطفية	50	33.33%
المجموع	150	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الاستمالات المستعملة في تغطية البرنامج لحملة أكتوبر الوردي هنا هي استمالات متنوعة بين لعقلية والعاطفية حيث كانت نسبة الاستمالات العقلية 66.66 باعتبار ان الجمهور يهتم أكثر بكلام الأطباء والمختصين وأيضا بلغة الأرقام والاحصائيات تليها نسبة 33.33 للاستمالات العاطفية التي تعود الى استعمال اللين وجذب الجمهور بالتعاطف

فئة الارشادات:

جدول 8. يمثل فئة الارشادات

	التكرار	النسبة
إرشادات وقائية	70	%58.33
إرشادات علاجية	50	%41.6
المجموع	120	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان الارشادات التي تريد القناة ايصالها لجمهورها فكانت نسبة 58.33% للإرشادات الوقائية التي تكون من خلال التوعية بمحاولة الكشف المبكر عن المرض وأيضا عن أسلوب الحياة التي يقيكم من التعرض لهذا المرض مثل القيام بالرياضة الاكل الصحي وغيرها، تليها نسبة 41.6% للإرشادات العلاجية التي كانت من خلال إعطاء أساليب العلاج من هذا المرض سواء من خلال الجراحة او العلاج الكيميائي

نتائج عامة: من خلال ما تقدم يمكننا الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

فيما يخص التساؤل الفرعي الأول الذي مفاده ماهي اهداف برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟

لاحظنا بان الهدف الأساسي هو توعوي وارشادي بالدرجة الأولى بنسبة (50%) ومن أهدافه أيضا إعلامية وتعريفية كلاهما بنسبة (25%)

فيما يخص التساؤل الفرعي الثاني الذي مفاده ماهي اللغة المستخدمة في برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟

فكانت حصة الأسد للغة العربية الفصحى بنسبة (92%) سواء من قبل الصحفيات او من قبل ضيوف البرنامج وهذا دليل على احترافية الصحفيات وأيضا دليل على الاهتمام باللغة كثيرا باعتبار القناة تبث على منصة اليوتيوب وعلى اعتبار الجمهور المستهدف من القناة هم العرب التي تعتبر العربية اللغة الام والجميع متقنون لها الفصحى تليها نسبة (8 %) للمزيج اللغوي الذي هو راجع الى استعمال المصطلحات الطبية والعلمية في وصف المرض والأجهزة.

فيما يخص التساؤل الفرعي الثالث الذي مفاده ماهي الاستمالات المستعملة في برنامج الصباح عند تغطيته لحملة أكتوبر الوردي؟

فكانت اعلى نسبة للاستمالات العقلية ب (66.66%)ثم نسبة (33.33%) للاستمالات العاطفية كون الاحصائيات والأرقام ذات تأثير أكبر فيما يخص الصحة والعلاج بذلك فان الجمهور يأخذ الأرقام بأهمية أكبر من الاستمالات العاطفية في هذا الامر.

5- خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة التطرق الى موضوع مهم جدا الا وهو التغطية الإعلامية التي تخص الكشف المبكر والوقاية من مرض سرطان الثدي والذي رافقته حملات متنوعة خلال شهر اكتوبر من كل سنة حيث لاحظنا مساهمة كل المؤسسات اجتماعية واقتصادية والمستشفيات بعمليات الكشف المجاني عن هذا المرض للنساء.

ومن خلال تحليلنا لمضمون برنامج الصباح على قناة سكاي نيوز العربية فيما يخص تغطيته الإعلامية لحملة أكتوبر الوردي فان البرنامج كان اهتمامه إعطاء احصائيات و ارقام عن تفشي هذا المرض في العالم و أهمية الكشف المبكر عنه باعتبار فرص نجاح العلاج تكبر اذا ما كان المرض في بدايته وبذلك عدم الوصول الى المراحل المتقدمة من المرض ومنه الى إجراءات غير محببة عند النساء من بينها استئصال الثدي او حتى العلاج الكيميائي وما يترتب عليه من مضار على جسم المرأة لتتأزم نفسيتها بعد ذلك و ما يترتب عليه من فشل العلاج في بعض الأحيان فالصحة النفسية من اهم عوامل نجاح العلاج خاصة ضد هذا المرض الخبيث

وفي الأخير ما يسعنا الا ان ننصح كل النساء بعدم اهمال هذا الجانب الصحي لخطورة هذا المرض من جهة وصعوبة العلاج من جهة أخرى فكلما كان الكشف مبكرا عنه كان أفضل ويجب عليهن عدم الاستيحاء سواء من الذهاب للطبيب عند الشعور باي شيء خاطئ في اجسامكن، الوقاية خير من العلاج.

- قائمة المراجع:

احمد بم مرسلي. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات للنشر.

بشرى حسين الحمداني. (2012). التغطية الصحفية الاستقصائية (تحقيقات عابرة للحدود). الادرن: دار اسامة.

حنان مجاهد. (2021). دور الاعلام الصحي في ادارة الازمات -جائحة كورونا نموذجا-. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، 83-96.

سعيد، عبدالجواد. (2005). فن الخبر الصحفي دراسة نظرية تطبيقية. القاهرة: دار الفكر للنشر.

سمر عبد الفتاح. (9 اكتوبر, 2022). مجلة سيدتي. تم الاسترداد من سيدتي: https://www.sayidaty.net

عبد العالي ، رزاقي. (2004). الخبر في الصحافة، الاذاعة، التلفزيون والانترنت. الجزائر: دار هومة.
عبد النبي خزعل. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونيةوالقنوات الإذاعي. بيروت: دار النهضة العربية.
محمد الحمزة. (17 ديسمبر, 2022). العربية.نت. تم الاسترداد من العربية: https://www.alarabiya.net/saudi-today
محمد الوفائي. (1989). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والاعلامية. القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.
محمد جمال الفار. (2006). المعجم الاعلامي . الاردن: دار اسامة.
محمد سلمان الحتو. (2012). مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها . الاردن: دار اسامة.
محمود منصور هيب. (2006). الخبر الصحفي وتطبيقاته. الاسكندرية: د.د.ن.
منال هلال مزاهرة. (2014). مناهج البحث الاعلامي. الادرن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
نفوسي لمياء مرتاض. (2016). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية اسس وتطبيقات. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. الجزائر: طاكسيج كوم للنشر والتوزيع.