

البرامج الصحية التلفزيونية ودورها في التحسيس والتوعية من الأمراض
والأوبئة "برنامج Allo طبيب بقناة النهار TV نموذجاً" دراسة وصفية تحليلية
على عينة من النساء الماكثات بالبيت بولاية تيارت.

*Television health programs and their role in sensitization and awareness
of diseases and epidemics "Allo Tbib program at Ennahar TV as a
model" An analytical descriptive study on a sample of housewife in the
state of Tiaret.*

بلبليدية فتيحة نور الهدى

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام (الجزائر)، benblidia-hd@hotmail.com

تاريخ النشر: 2021 / 10 / 24

تاريخ القبول: 2021 / 09 / 24

تاريخ الإستلام: 2021 / 05 / 11

ملخص:

تلعب وسائل الإعلام عامة والمرئية منها خاصة دوراً هاماً في تنوير أفكار واتجاهات جمهورها في شتى مناحي الحياة من الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وحتى الصحية منها. وأضحت اليوم من أهم المصادر التي يعتمد عليها في استقاء المعلومات الصحية نظراً للكم الهائل الذي تقدمه برامجها، وانطلاقاً من أهمية هذه الوسيلة جاءت ورقتنا البحثية هذه للخوض في موضوع التوعية الصحية ودور البرامج التلفزيونية في تنميتها، ووقع اختيارنا على برنامج ألو طبيب بقناة النهار TV، وهي دراسة وصفية تحليلية على عينة من النساء الماكثات بالبيت بولاية تيارت. واعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستمارة الإستبائية لجمع المادة من العينة المبحوثة وذلك للإجابة على التساؤل الرئيسي الذي فحواه: ما هو أثر متابعة البرامج الصحية التلفزيونية على تشكيل الوعي الصحي لدى النساء الماكثات بالبيت؟

الكلمات المفتاحية: الأمراض والأوبئة؛ البرامج الصحية؛ التحسيس؛ التلفزيون؛ التوعية؛ المرأة.

Abstract:

The media in general, and the visual ones in particular, play an important role in enlightening the ideas and trends of their audiences on all aspects of life, from social, cultural, economic and even health to them. Today, it has become one of the most reliable sources for obtaining health information due to the tremendous amount that provides all of its programs, and out of the importance of this method, our research paper came to delve into the issue of health awareness and the role of television programs in its development, and our choice fell on the Allo Tbib program at Ennahar TV. Descriptive and analytical study on a sample of housewife in Tiaret state. In this study, we relied on the questionnaire tool for collecting material from the researched sample in order to answer the main question that it contained: What is the impact of the follow-up of television health programs about the formation of health awareness among housewife?

Keywords: Awareness; Diseases and epidemics; Health programs; Sensitization; Television; Women.

1. مقدمة

تلعب وسائل الإعلام اليوم على اختلافها دورا بارزا في المجتمع لما لها من صدى وتأثير على أفرادها في كل مناحي الحياة خاصة التلفزيون. حيث شكل البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية نقلة نوعية في تاريخ التطور التكنولوجي، إذ يعتبر من أهم وسائل الإعلام وله مكانة خاصة لدى أفراد المجتمع حيث استطاع تغيير سلوكياتهم وممارساتهم، وتكوين اتجاهاتهم حول قضايا عديدة. وهذا لسعيه الدائم لتوجيههم نحو الأفضل، فهو يساهم في تنوير الفكر وتنمية المعارف خاصة في مسألة نشر الوعي والثقيف سواء الاجتماعي أو السياسي أوحى الصحي هذا الأخير الذي بات ضرورة ملحة فرضتها أنماط الحياة الجديدة وما تحمله من أمراض تلك التي سمية بأمراض العصر (كالكسري وضغط الدم والسرطان...الخ)، من منطلق العمل على تشكيل قاعدة من المعارف الصحية لدى الأفراد، وبذلك يمكنهم مجابهة الأمراض والأوبئة إما بالكشف المبكر لها أو الوقاية منها. فوفرة المضامين الصحية تساهم في وضوح الرؤية، ووسائل الإعلام يمكنها تحقيق ذلك من خلال برامجها التي تحتوي على معلومات صحية من شأنها ثقيف أفراد المجتمع مما يزيد من وعيمهم. ولهذا جاءت ورقتنا البحثية هذه لدراسة موضوع البرامج الصحية التلفزيونية ودورها في التحسيس والتوعية من الأمراض والأوبئة ممثلة في برنامج Allo طبيب بقناة النهار TV.

الإشكالية

يعد التلفزيون من الوسائل الاتصالية الأكثر تواجدا في الحياة اليومية للأفراد، وهذا لما له من مزايا إذ يجمع ما بين السينما، الراديو والمسرح وهذا فهو يخاطب أكثر من حاسة من حواس الإنسان مما يجعله أكثر جذبا وتشويقا وأكثر إقناعا في ظروف معينة. (محمد، 2007، 187) حيث يلعب دورا كبير في التنشئة الاجتماعية، التعليم، الثقيف، الترفيه والتسلية، نظرا لقدرته على الوصول إلى فئات مختلفة من المجتمع. وفي دراستنا هذه ركزنا على البرامج التلفزيونية ذات الطابع الصحي التي تهتم في معالجتها بالمواضيع الصحية المتعددة سواء كانت الجسمية، النفسية وغيرها... وهو ما يساهم بشكل أو بآخر في زرع سلوكيات صحية سليمة للمشاهدين خاصة فئة النساء هذه الأخيرة التي تعد عصب الأسرة بحيث يقع على عاتقها مسؤولية الرعاية الصحية لها، وبذلك عليها أن تثقف نفسها على مختلف الجوانب الصحية خاصة ما تعلق بسبل الوقاية والعلاج، قواعد التغذية الصحية السليمة، أساسيات الإسعافات الأولية...الخ. ومن هنا تبرز مكانة التلفزيون الذي يعتبر وسيلة للتواصل ونشر وتبادل الأفكار والمعلومات، بالإضافة إلى مهمة التوعية والإرشاد لأفراد المجتمع على اختلافهم من حيث الجنس، السن والمستوى التعليمي. ودراستنا هذه تسعى لتوضيح دور البرامج الصحية التلفزيونية في التحسيس والتوعية الصحية. وانطلاقا من هذا نطرح التساؤل التالي: ما هو أثر متابعة البرامج الصحية التلفزيونية على تشكيل الوعي الصحي لدى النساء الماكثات بالبيت؟

وتمخض عن هذا تساؤلات فرعية جاءت كالآتي:

- ما هي أنماط تعرض النساء الماكثات بالبيت للبرامج الصحية التلفزيونية؟
- هل ساهمت البرامج الصحية التلفزيونية في الثقيف الصحي للنساء الماكثات بالبيت؟
- ما مدى تفاعل النساء الماكثات بالبيت مع مضامين برنامج Allo طبيب؟ وكيف انعكس ذلك على سلوكياتهم؟
- ما هي المواضيع التي نالت إعجاب العينة المبحوثة؟

أهمية الدراسة

تكمّن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع نفسه الذي يتطرق إلى التحسيس والتوعية الصحية، التي بات أفراد المجتمع في حاجة ماسة لها في ظل انتشار وتفشي الأوبئة والأمراض خاصة المزمنة منها وهذا من أجل التعريف بها من جهة وأخذ الحيطة والحذر لتفادي المضاعفات من جهة أخرى، وكذا جعل الممارسات الصحية عادات تمارس بلا شعور أو تفكير.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الحقيقي للبرامج الصحية التلفزيونية، وتبيان نجاعتها في تشكيل الثقافة الصحية للمرأة الماكثة بالبيت. ومدى تحقيقها للمهام المنوطة بها، وكذا تقييم قدرة مضامين البرامج الصحية التلفزيونية على معالجة المشكلات الصحية عامة والمستعصية منها خاصة.

أولاً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة

لا يمكن للباحث الاستغناء عن هذه الخطوة المهمة في البحث لأن التطرق للمفاهيم والمصطلحات ذات الصلة بموضوع البحث يساعد على تحديد متغيرات دراسته بدقة، تفاديا للبس في المعنى المقصود منها. وانطلاقاً من هذا الطرح تطرقنا للمفاهيم التي تتداخل مع أهم متغيرات هذه الدراسة وجاءت كالآتي:

التلفزيون: كلمة مركبة من مقطعين **Télé** ومعناه عن بعد و **Vision** معناه الرؤية، وبذلك معنى كلمة تلفزيون هو الرؤية عن بعد. واستعملت الكلمة لأول مرة عام 1900. (شعبي، 2012:214) وعرفه فرنسيس بال بأنه وسيلة الاتصال والإعلام، لأنه يخاطب عددا كبيرا من الأفراد في نفس اللحظة، وهو وسيلة سمعية بصرية تعتمد أساساً على الصورة والصوت. (Francis, 1999, p452)

البرنامج: هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج وتأخذ قالباً واضحاً، ويشار للبرنامج في التلفزيون إلى شكل في يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً ليعرض المواد الفنية أو الثقافية أو العلمية... (سيف، 2017:140)

البرنامج التلفزيوني: هو القالب الفني الذي تقدم من خلاله المواد الإعلامية، وذلك لتحقيق الأهداف التي يسعى لتحقيقها سواء تثقيفية أو تعليمية أو ترويحية. (هاني، 2011: 193)

البرنامج الصحي التلفزيوني إجرائياً: نقصد به في دراستنا هذه البرنامج الذي يعنى بمعالجة المواضيع الصحية المتعلقة (بصحة الأم، الطفل...) سواء من الناحية النفسية، الجسمية وغيرها، ممثل في برنامج **Allo** طبيب الذي يبث على قناة النهار تيفي.

برامج المرأة: هي برامج موجهة إلى جمهور النساء وتعالج قضايا ومشكلات خاصة بهم، ولا يشترط أن تقدمها امرأة، فمن الممكن أن يقدمها رجال. (منتهى، 2012: 151)

النهار تيفي: هي قناة جزائرية مستقلة، تابعة لصحيفة "النهار الجديد"، مديرتها أنيس رحمانى، انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش. اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الجزائرية الجزائر ليبدأ البث من هناك على قمر نايلسات. (قناة النهار-الجزائر، 2019-11-25، على الساعة 22:30، <https://ar.wikipedia.org/wiki>) تحوز القناة على متابعة واسعة لدى المشاهد الجزائري واعتبرت في 2019 من القنوات الأكثر متابعة في الجزائر منذ إنشائها ب 10 مليون مشاهد.

المرأة: مشتقة في اللغة العربية من فعل (مرا) وتعني كمال الرجولة، أو الإنسانية ومن هنا كان المرء هو الإنسان والمرأة هي مؤنث الإنسان. (هالة، 2018، 10)

المرأة الماكثة بالبيت: يعرف **Andrée Michel** ربة البيت أنها المرأة التي تختص بنوعية عمل معينة داخل المنزل، بدءاً بالترتيب والتنظيف والطبخ وصولاً إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج. (جنات، 2012، 127) ويقول الباحثان العوني نور الهدى وفرنان مجيد بأنها تعني البناء الاجتماعي المتميز لمجتمعنا، وما يتفرع عنه من نظم الموارد والشغل وتربية النشء، والحفاظ على الدين والقيم والعادات والتقاليد الصحيحة. (نور الهدى، مجيد، 2017، 12)

الصحة: عرفتها منظمة الصحة العالمية على أنها "حالة من اكتمال السلامة بدنيا وعقليا واجتماعيا. لا مجرد انعدام المرض أو العجز" (فاطمة، 2018، 159) وحسب هذا المفهوم فإن الصحة لا تعني فقط عدم وجود المرض وإنما تشمل عدة أبعاد رئيسية وهي:

- ✓ البعد الجسدي أو البدني: تمتع الفرد بجسم سليم أي سلامة صحية جسمية.
- ✓ البعد الاجتماعي: التوافق الاجتماعي مع البيئة الاجتماعية المحيطة بالفرد.
- ✓ البعد النفسي والعقلي: تمتع الشخص باستقرار نفسي وصحة عقلية سليمة.

التوعية الصحية: يقصد بها نشر المعلومات الصحية المتعلقة بكافة أنشطة الرعاية الصحية الأساسية واستمرارية هذه الأنشطة من أجل تغيير السلوك الخاطئ بسلوك صحي سليم يساعد المجتمع ويحميه من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان وصولاً للقيم المثلى. (تقوى، معاوية، 2019، 127)

التثقيف الصحي: هو عملية ترجمة الحقائق الصحية المعرفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية غير السوية، وكذلك مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسة العادات الصحية الصحيحة. (دليلة، صالح، 2016، 46)

التعرض: هو البدء في عمليات التفاعل والتأثير بين الجمهور كأفراد والوسائل الإعلامية إذ أن استقبال الجمهور للرسائل الاتصال من خلال الوسيلة الجماهيرية مرتبط بفعل التعرض، وحسب الباحثة (يان أنج) مفهوم الجمهور **audience** مرتبط بمفهوم التعرض **exposure** الذي فرض نفسه اليوم. (Ang, 2006, 134)

ثانياً: الجانب النظري للدراسة

نشأة وتطور التلفزيون: إن ظهور تكنولوجيا الإلكترونات في العشرينيات من القرن الماضي هو الذي مكن من حل المشاكل التي كانت تفترض تطبيق أعمال الباحثين في المجال التلفزيوني، وتعتبر سنة 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخبر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن، وقبل ذلك بسنة استطاع العالم البريطاني جون بيرد **Jhon Baird** وضع أول تصميم عملي للتلفزيون. (هشام، 2016-2017، 45) هذا وتوالت فترات إدخال الخدمة التلفزيونية في الدول العربية أيضاً والبداية كانت من المملكة المغربية سنة 1954، الجزائر 1956، لبنان 1959 سوريا 1960، الكويت 1961، تونس 1966، المملكة الأردنية الهاشمية 1968، دولة الإمارات العربية 1969، أبو ظبي 1974، قطر 1980 البحرين 1983

واليمن 1985. (سعيد، 2017، 121) والتلفزيون لم يأتي طفرت واحدة بل عبر مراحل عديدة ولكل مرحلة مميزاتا الخاصة وهي أربع مراحل:

مرحلة الاكتشافات: ما ميزها توالي الأبحاث في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وبداية الاستخدام التلفزيون بشكل واسع كانت عام 1930 بتأسيس محطات خاصة في إنجلترا وأمريكا وإيطاليا. أما تجارب ألمانيا مع التلفزيون كانت في مارس 1935 بافتتاح مركز للعرض العام، وفي أغسطس من نفس السنة تم تغطية احتفالات افتتاح دورة الألعاب الأولمبية في برلين، ولكنه توقف الإرسال مع نشوب الحرب العالمية الثانية. (سلامي، 2016، 82)

مرحلة الانتشار السريع: كانت بين الأربعينات ونهاية الخمسينات أي بعد الحرب العالمية وكانت فرنسا هي أول دولة في أوروبا تستأنف البث التلفزيوني بصورة منتظمة نهاية 1945، وبداية عام 1946 سجلت ست محطات تلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية. (نوال، 1993، 13)

مرحلة العصر الذهبي: بين الستينات والسبعينات ما ميز هذه الفترة هو استكشاف الفضاء حيث نقل التلفزيون رحلة رائد فضاء سوفيتي عبر نظام انترفيزيون **Intervision**، (المرجع نفسه، 17) وبحلول عام 1970 شمل الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم.

مرحلة الرقمنة: تسمية المرحلة تعكس ما توصل إليه التلفزيون من تطور وهذا بظهور التلفزيون القياسي (الرقمي) **Télévision numérique** بعدما كان **Télévision analogique** والاختلاف بين الاثنين ليس متعلق بالتسمية فقط وإنما التسمية والصورة والجودة... الخ

خصائص ومميزات التلفزيون: يمتلك التلفزيون من الخصائص والمميزات ما يجعله من أهم الوسائل وأكثرها قدرة على التأثير في عادات الناس وآرائها واتجاهاتها مما يؤدي إلى تغير بعض أنماط السلوك غير الملائم وإحلال عادات وقيم جديدة تتواءم مع كل مرحلة من مراحل التغيير الاجتماعي في المجتمع. (ناجي، 2015، 70) كما له جاذبية خاصة تميزه عن باقي وسائل الإعلام لذلك نجده يستهوي الجمهور لمتابعة مضامين برامجه، وأشار موريس يوجين بأن التلفزيون يستمد قوته الفريدة من الإخلاص في نقل سطح الحياة الواقعية كما يعيشها الناس. (غالبا، 2016، 103) ومن بين خصائصه نذكر:

1. إمكانياته الهائلة في السيطرة وتشكيل الرأي العام بقدراته على الإقناع بالكلمة والصورة. (أشرف، تحسين، 2017، 173)
2. جمهور التلفزيون متعدد الثقافات، التعليم الأديان الأجناس وحتى اللغات. (جمال، 2010، 116)
3. يجمع التلفزيون العديد من مزايا الوسائل الأخرى (السينما، الراديو، المسرح) لكنه يحتاج إلى التفرغ والتركيز الكلي لمتابعته أي إلزامية الحضور لأنه يخاطب حاستي البصر والسمع.
4. إمكانية تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية مع استخدام الأقمار الصناعية وتكنولوجيا البث الرقمي بجودة عالية. (سعيد، مرجع سابق، 122)
5. التلفزيون الوسيلة التي لا يحتاج جمهورها امتلاك مستويات تعليمية محددة فهو يحطم الحواجز الطبقية لأنه يخاطب مختلف الفئات العمرية وكافة المستويات التعليمية.

6. لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وأنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد. (أشرف، تحسين، مرجع سابق، 192)

7. يمتلك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى وعي الإنسان. (مرجع نفسه، 193) والقدرة التأثيرية التي يتميز بها ناتجة من خصائصه الفنية كوسيلة، ومن المضمون الذي ينتجه، فضلا عن طبيعة جمهوره، وتتجلى صدقية الصورة في مقدمة الخصائص الفنية التي تعزز من قدرته في عملية الإقناع والتأثير على الجمهور. (غالبا، مرجع سابق، 94)

أنواع البرامج التلفزيونية:

البرامج الإخبارية: هي البرامج التي يقصد بها إعلام المتلقي بحقيقة ما يجري في جميع أنحاء العالم من أحداث وقضايا وأخبار دولية والتعليق على هذه الأنباء فضلا عن التحليل والتفسير. (عاطف، نهي، 2008، 113)

البرامج الحوارية: هي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوهره. ومنذ الأيام الأولى لانطلاق التلفزيون ظهر البرنامج الحوارية مع **Joe Franklin** منذ عام 1951، والمدة الأطول في حياة البرامج الحوارية هو برنامج **The Tonight Show** في الولايات المتحدة الأمريكية الذي بدأ في 8 أيلول 1986 وانتهى عرضه في العام 2011 وهو شكل حالة خاصة تميز بها.

وعن بدايات البرامج الحوارية في الدول العربية يذكر أن حمدي قنديل في برنامجه الأشهر "رئيس التحرير"، كان رائدا في هذا المجال، قبل منعه. وهو ما يجعله الأب الشرعي لبرامج الـ "توك شو"، التي تمتلئ بها الفضائيات العربية. (جوسلين، مخايل، 2015، 07) والحوار أنواع بحيث يفرض كل نوع قالباً فنياً وفكرياً خاصاً وهي حوار الرأي والشخصية وحوار المعلومة والحوار المتخصص. (فايزة، 2013، 30)

البرامج التثقيفية: هي البرامج التي تسعى إلى نشر التوعية والتثقيف لدى جمهورها.

البرامج التعليمية: موجهة إلى فئات محددة من الجمهور بهدف إكسابها المعلومة أو المهارة.

البرامج الدينية: هي البرامج التي تفسر وتشرح العلاقة بين الخالق والمخلوق والفضائل التي يدعو الدين إلى نشرها في المجتمع. (عبد النبي، 2010، 35)

مكونات البرنامج التلفزيوني: يجب أن يبني البرنامج التلفزيوني على اختلاف نوعه وتصنيفه تبعاً لخطوة محكمة التصميم خاصة من ناحية تحديد الموضوع والجمهور المستهدف. بالإضافة إلى اختيار وقت البث المناسب، هذا ويذكر فاروق ناجي محمود في كتابه المعنون بالبرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه أن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل إلا بتوفر المكونات الأربعة التالية: طبيعة المستقبل، المحتوى، الأهداف، الطريقة. لأن البرنامج التلفزيوني هو عبارة عن محتوى ينتقل من المرسل إلى المستقبل يتضمن أهدافاً وعملية نقلها تحتاج إلى الطريقة المناسبة لتحقيقها، ويجب أن تكون ملائمة لميول ورغبات المستقبل وتتماشى وقدراته العقلية. (فاروق، 2007، 22)

عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني: إن أهم عوامل نجاح البرنامج هي تلك المتعلقة بالموضوع الذي يعالجه من خلال الاختيار الصائب للمعلومات المتناولة فيه، مع الحرص على الاهتمام بالطريقة الصحيحة والناجعة في

تقديم البرنامج من أجل ضمان جذب اهتمام وانتباه المتلقي. وقد حددت عوامل نجاح البرنامج بمايلي: (مرجع نفسه، 25)

1. أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل.
 2. أن تكون غاياته من الغايات التي ينشدها المستقبل.
 3. اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع.
 4. اختيار الطريقة الأمثل.
- ومن خلال ما تم ذكره من مكونات البرنامج التلفزيوني وعوامل نجاحه نستنتج بأنها تتقاطع فيما بينها في نقطتين بارزتين تمثلت في أهمية الموضوع المعالج ومدى ملائمة للجمهور المستقبل بالإضافة إلى طريقة عرضه وتقديمه.

الأبعاد الرئيسية للبرنامج التلفزيوني: البرنامج التلفزيوني يحتاج في تكوينه إلى أبعاد رئيسية نذكرها كالآتي:

1. المضمون: محتوى البرنامج وما يحمله من قيم وأفكار ومعلومات.
2. الشكل: الذي يتراوح بين الدراما والمنوعات والبرنامج الوثائقي أو التسجيلي والحدث والفلم والتعليق إلى آخر هذه الأشكال.
3. الهدف: من البرنامج الذي يتراوح بين الإعلام والتثقيف والتعليم وما إلى ذلك.

4. الجمهور: لكل فئة من الجمهور اهتمام خاص وتوعية خاصة من البرامج وينطبق الحال على جنس الجمهور وطبيعتهم المهنية والثقافية والعمرية، فالطلبة لهم برامج خاصة بهم وللأطفال برامج تهتم بهم وللمرأة برامج تثير اهتمامها. (محسن، أحمد، 2018، 30) كما أن تحديد الجمهور المستهدف يعد من الشروط الأساسية في نجاح أي برنامج بالإضافة إلى تحديد الوقت الملائم وهذا لبلوغ الرسالة الأهداف المسطرة.

هذا وتبقى فعالية البرامج التلفزيونية وقدرتها على إحداث أثر وتغيير في طبيعة الجمهور المشاهد، راجع إلى مجموعة من العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية:

متغيرات الجمهور: حيث يختلف الجمهور الذي يخاطبه البرنامج من حيث اختلاف الخبرات والثقافات والتنشئة الاجتماعية، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحيانا يستجيب شخص عن آخر حينما يتعرض لنفس المحتوى وفقا لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

متغيرات المحتوى: يتحكم محتوى البرنامج في قدرته على الاستمالة والإقناع والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دورا مهما في فعالية تأثير تلك البرامج. (محمد، 2015، 28)

البرامج الصحية التلفزيونية ودورها في تنمية الثقافة الصحية للمرأة الماكثة بالبيت يعد الإعلام المرئي وسيلة هادفة لما له من قدرة على التأثير، فالتلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة، مسجلة أو مباشرة، عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة... (مالك، مرجع سابق، 216) بالرغم من تصنيفه حسب ماكلوهان ضمن وسائل الاتصال الباردة، فهو يعلم أفراد المجتمع أساليب مختلفة من السلوك الفردي والمجتمعي في مختلف الظروف، ويوفر لهم من المعلومات ما لا يتوفر في حياتهم العادية. ويعتبر مصدرا أساسيا للتثقيف واكتساب

المعارف، وبهذا فالبرامج الصحية التلفزيونية طرف فاعل وأساسي في عمليتي التوعية والتثقيف لأنها تسعى جاهدة من خلال مواضيعها مناقشة مختلف الأمور الصحية سواء ما تعلق بالصحة النفسية، الجسمانية، الغذائية... الخ. وذلك إما من أجل التعريف بأعراض المرض وكيفية معالجته أو تفاديا للإصابة به. ومن هنا يبقى تعرض الفرد بصيغته الاختياري القائم على الفعل الإرادي في طلب المعلومات للتدعيم والاستطلاع، أو الغير اختياري الذي يكون بصورة إجبارية نتيجة لمؤثرات تتعلق بالبيئة الاتصالية التي يعيشها، له من الإيجابيات ما يخدمه في مجال تثقيف الذات والإطلاع على كل ما هو جديد. وهي استجابة لمتطلبات الحياة اليومية التي تعرف تعقيدا صحيا يوما بعد يوم بظهور عدة أمراض وأوبئة تستدعي المعالجة والتناول من خلال البرامج بهدف الكشف المبكر لها والتعرف على طرق علاجها.

ومن باب تجسيد الفكرة الأساسية لنظرية الاستخدامات والاشباع نجد أن التعرض من أهم عناصر العملية الاتصالية، فلا وجود لرسالة من دون متلقي، أي إذا لم يتعرض هذا الأخير لا تبلغ الرسالة الهدف المنشود من تصميمها. والجمهور هنا يعتبر الهدف الأساسي في العملية الاتصالية تبدأ منه وتنتهي إليه. لهذا يجب أخذ ذلك بعين الاعتبار في بناء محتوى الرسائل خاصة الصحية الموجهة للمرأة عامة والمائة بالبيت موضوع دراستنا خاصة.

ثالثا: الجانب التطبيقي للدراسة

1. الخلفية النظرية للدراسة

اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والاشباع ويعد إياهو كاتز من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباع، عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959. ويعتبر المدخل تحولاً للرؤية **Shift of Focus** في مجال الدراسات الإعلامية. (عدلي، نهي، 2011، 297) والمدخل على حد تعبير ليلتل جون يعد متنفساً للهواء النقي في بحوث الاتصال فهو مدخل لا يكفي بقياس حجم التعرض لوسائل الاتصال، ولكن يهتم أيضا بما يحصل عليه الأفراد من استخدام وسائل الاتصال، أي دراسة تأثير وسائل الاتصال ومضمونها من وجهة نظر الجمهور. (عبد الرزاق، 2016، 250)

الفروض الرئيسية للنظرية: (المرجع نفسه، 255-256)

1. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
2. ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة.
3. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
4. الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاتهم، واختيارهم لوسائل الإعلام ورسائلها.
5. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم اللذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

وتتمحور الفكرة الأساسية للنظرية في أن الجمهور نشط وله القدرة على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاتهم وهو ما يفسر علاقة الارتباط بين الجمهور ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام. وفحوى النظرية برز

أكثر في أن منبع الاشباع التي يحصل عليها الأفراد المتلقين قد يتعلق بمحتوى الرسالة، أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته.

II. الطرق والأدوات

هي مجموعة من الطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة والخاصة بمشكلة بحثه، لأنه هناك علاقة متبادلة بين مشكلة البحث وطريقة البحث. إذ أن المشكلة تفرض طرقاً محددة لجمع البيانات الخاصة بها. (محمد وآخرون، 2014، 172) ونظر لطبيعة الموضوع المعالج والأهداف التي يرمي إلى تحقيقها اعتمدنا على الاستمارة الاستبائية، وجمع البيانات من خلالها وتفريغها في جداول إحصائية يساعد على التفسير والتحليل أكثر، وتتضمن بذلك جزءاً ولو يسيراً من الفعل المنهجي والقطيعة الأبيستمولوجية بين الأنا والموضوع. (ليند وآخرون، 2019، 67)

الخصائص السيكمترية لأداة الدراسة: تم التحقق من صدق الأداة في هذه الدراسة من خلال الصدق الظاهري أي بعرضها على خبراء تم اختيارهم من بين ذوي الكفاءة والخبرة في تخصص علوم الإعلام والاتصال، سعياً منا لتقصي مواضع الخلل، حيث قدمت لنا بعض الملاحظات بخصوص الأسئلة المكونة لعبارات الاستبيان، عملنا على تصويبها مع الإبقاء على باقي الأسئلة التي حضت بنسبة اتفاق عالية من قبل المحكمين. أما ثبات الاستبيان تم من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ والنتيجة كانت 0.70 وهي دالة، وبالتالي الاستبيان يمتاز بالثبات.

منهج الدراسة

يعتبر اختيار المنهج المناسب لأي دراسة من الخطوات المنهجية الضرورية التي يجب على الباحث الاهتمام بها، ومن هنا وتماشياً وموضوع الورقة البحثية اعتمدنا على المنهج المسحي الذي من خلاله يتم الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة. (عامر، 2017، 51) ويهدف منهج المسح في الدراسات الإعلامية إلى وصف أنماط السلوك الاتصالي للجمهور نحو وسائل الإعلام.

مجتمع البحث والعينة

مجتمع البحث هو كل العناصر التي يعمل الباحث لتعميم النتائج عليها. ونظراً لضخامة حجم مجتمع الدراسة واستحالة القيام بالمسح الشامل لما يتطلبه من إمكانيات كبيرة ووقت طويل، اعتمدنا على أسلوب المسح بالعينة. وكانت قصدية تم اختيارها بما يتلاءم وأهداف البحث. وفي هذه الدراسة هم النساء الماكثات بالبيت بولاية تيارت. وحدد حجمها بـ 120 مفردة تم توزيع الاستمارات عليها لكننا استرجعنا 115 فقط. وبعد المراجعة والتقييم تم إلغاء 5 منها لأنها لا تتماشى وشروط البحث العلمي ولا تخدم الدراسة. وبذلك فالعدد النهائي للاستمارات المعتمدة فعلياً بلغ 110.

مجالات الدراسة

مجالات الدراسة: التحديد الصائب والدقيق لمجالات الدراسة يساعد الباحث على التحكم في موضوع بحثه خاصة من الناحية الميدانية، وعليه فقد حددنا مجالات دراستنا هذه كالآتي:

المجال المكاني: ويقصد به مكان إجراء الدراسة أي تطبيق أداة جمع البيانات من المبحوثين، وقد تمت الدراسة في ولاية تيارت.

المجال البشري: يتمثل في الأشخاص المبحوثين اللذين يجيبون على أسئلة الاستمارة وتتوفر فيهم مجموعة من الخصائص بما يخدم موضوع البحث، وهنا تمثل تحديدا في النساء الماكثات بالبيت بولاية تيارت.

المجال الزمني: ويقصد به الفترة الزمنية التي أنجزت فيها الدراسة، وهي سنة 2019.

III. نتائج الدراسة

لا تخلو أي دراسة أو بحث من دراسة تحليلية إحصائية تتعرض لأصل الظاهرة المدروسة لهذا وبعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميزها لمعالجتها وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتم اللجوء إلى معاملات واختبارات تتماشى وطبيعة الدراسة وأهدافها. وانطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية التي أجريناها توصلنا إلى جملة من النتائج نذكرها كمايلي:

- اختلفت الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها العينة المبحوثة في استقاء المعلومات الصحية بين التقليدية والجديدة. لكن سجلت نسبة مرتفعة بلغت 60% للعينة التي تتخذ من التلفزيون مصدرا أساسيا وتلتها الصحافة المكتوبة والإذاعة، بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت في الآونة الأخيرة مصدر العديد من الأفراد للحصول على المعلومات لكنها سجلت نسبة ضئيلة مقارنة بالوسائل الأخرى بلغت 12.5% فقط. وانطلاقا من عينة دراستنا نفهم هذه النتيجة لأنها فئة تتجه أكثر نحو التقليدي ويمكن إرجاع ذلك لقلة تحكمها في التكنولوجيات الحديثة بمختلف تطبيقاتها.
- يتجه الأفراد في أغلب الأحيان إلى التعرض للوسيلة التي يرون بأنها تلي احتياجاتهم سواء في الجانب الصحي أو غيره كالأخبار والأحداث المتفرقة أو حتى الترفيه، وهذا ما أكدته العينة المبحوثة من اختيارها للبرامج الصحية التلفزيونية دون غيرها. وهو ما يترجمه أحد أهم فروض نظرية الاستخدامات والاشباع التي ترى الإيجابية والنشاط في الجمهور لأنه عادة يختار أو يستخدم الوسيلة التي تتماشى وحاجاته فدافع تعرضه نابع من هدف تحقيقها.
- أفادت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يتابعون برنامج Allo طبيب بصفة دائمة وسجل ذلك نسبة جد مرتفعة بلغت 84.2%، وهذا إن دل إنما يدل على اهتمامهم بالمواضيع الصحية المطروحة للمعالجة.
- تتابع العينة المبحوثة برنامج Allo طبيب بصفة فردية أكثر وبلغت نسبة ذلك 72.0% وهذا راجع على الأغلب لأوقات البث، لكنها بالمقابل تهتم بمشاركة المعلومات والنصائح التي تلتقها مع الغير من عائلة وأصدقاء لتعميم الفائدة وتوسيع دائرة النقاش.
- أجابت العينة المبحوثة بنسبة لا بأس بها بلغت 52.3% بأن المواضيع المتناولة في برنامج ألو طبيب على قناة النهار تفي بمختارة بعناية وذات أهمية لأنها تلامس الواقع، كما لاحظوا أيضا بأنها من اقتراحاتهم في جل الأحيان. وعن المواضيع التي لاقت استحسانهم تلك التي تعلق في مجملها بنمط الحياة الصحي، طرق العلاج والوقاية من سرطان عنق الرحم، التنظيم العائلي والصحة الإنجابية، وكذلك ما تعلق بالسمنة وأسبابها ونصائح تجنبها. وهي موضوعات تعكس اهتمامات الفئة المبحوثة حقا.
- تعددت دوافع تعرض العينة المبحوثة للبرامج الصحية واختلفت لكنها اجتمعت في دافع نفعي مهم وهو الحصول على معلومات جديدة لتثقيف الذات وهذا نظرا لأهمية الصحة بالنسبة لها بحيث جاء ذلك على رأس قائمة دوافع التعرض بنسبة 68.3%. والتعرض أساسا يكون تبعا لجملة من العوامل في مقدمتها ذكرت العينة المبحوثة معاناتها من أمراض مزمنة وكذا انتشار أمراض أخرى دخيلة غير معروفة لدى عامة الناس. ومتابعتها تترجم درجة ثققتها في محتوى البرنامج الذي يقدم معلومات تساعد على تفادي

الإصابة بالمرض أو طرق معالجته. ومن هنا يتضح لنا بأن الجمهور يستخدم وسيلة اتصالية دون أخرى تبعاً لتوقعاته في أنها تلبي حاجاته وهو ما ذكرته أبرز افتراضات نظرية الاستخدامات والاشباعات.

- أكدت نسبة 93.5% من أفراد العينة بأن النصائح الصحية المقدمة من خلال برنامج ألو طبيب هي التي دفعهم لتبني سلوكيات صحية سليمة، وفي مقدمة ذلك نجد الاستشارات الطبية عند الضرورة بعيداً عن التصرف اللاواعي أثناء حدوث أزمات صحية فمثلاً ارتفاع الحمى عند الرضع أو الأطفال لا يجب العمل بعادة أو معتقد وضع الطفل مباشرة وسط حمام مائي جد بارد لأن هذا اعتقاد خاطئ بل وخطير فهي بمثابة صدمة لحرارة الجسم ويمكن أن يسبب هذا إما جلطة دماغية أو سكة قلبية تؤدي بحياة الطفل، ولكن يجب التنقل مباشرة إلى الاستعجالات أو طبيب معالج مختص، وهذه المعلومات وأخرى يتم الحصول عليها من خلال متابعة مضامين البرامج الصحية بغض النظر عن نوع الوسيلة لأنها معلومات تزيد في تنمية الثقافة الصحية للفرد. وهذه نتيجة تتفق ونتيجة وردت في دراسة قام بها الخزاعي عام 2005 بعنوان "دور التلفزيون الأردني في تنمية الوعي الصحي دراسة سوسيولوجية لمحافظة مادبا" وجد أن أفراد العينة يستفيدون بقدر كبير في الحصول على المعلومات الطبية من خلال البرامج الصحية المتخصصة. (حنان حسن صالح الكسواني، 2009، 36) وهذا لأنها تناقش تلك المواضيع مع أطباء مختصين وتعرض كذلك حالات ونماذج واقعية سعياً منها إلى تدعيم محتواها بشكل يجذب الانتباه ويزيد من قيمة الموضوع المعالج.

- اتضح ومن خلال ذات النتائج بأن الإرشادات المقدمة ساهمت أيضاً في زرع ثقافة صحية كسلوك ظهر من خلال الحرص على الكشف المبكر والاهتمام بالفحوصات الدورية خاصة لدى فئة الأمراض المزمنة التي هي مجبرة على القيام بالتحاليل الطبية بشكل دوري وكذا التلقيحات التي تعد ضرورية حفاظاً على سلامتهم كالتلقيح السنوي ضد الأنفلونزا الموسمية.

- أبرزت معطيات الدراسة الميدانية عن تفاعل العينة مع البرنامج واتضح ذلك جلياً من خلال حجم التدخلات أثناء عرض البرنامج التي تنوعت بين طرح استفسارات وطلب حلول لمشاكل صحية معينة وأحياناً اقتراحات لمواضيع تهمهم من أجل مناقشتها في أعداد أخرى. بالإضافة إلى الانشغالات التي تطرح عبر صفحة البرنامج على الفايسبوك.

- أجمعت جل مفردات العينة المبحوثة ما بلغت نسبته 82.3% بأن الاحتياجات الصحية لهم تم تلبيتها من خلال تعرضهم لهذا البرنامج الصحي الذي يرون فيه الجدية في تناول والتجديد في المواضيع بالإضافة إلى الثقة في مصادر المعلومات، وذلك من خلال استضافة أهل الاختصاص لإثراء المواضيع المعالجة في كل حصة.

- توصلنا أيضاً من خلال الدراسة الميدانية إلى نتيجة مفادها أن أكثر من نصف عدد العينة المبحوثة وبنسبة كبيرة بلغت 77.2% تعمل بالإرشادات الوقائية وتلتزم بتطبيقها تفادياً للإصابة، مقابل إهمالها النسبي للإرشادات العلاجية التي ترى بأنها أقل أهمية مقارنة مع سابقتها.

استقراء نتائج الورقة البحثية في ضوء المدخل النظري المعتمد:

أدرجت نظرية الاستخدامات والاشباع كإطار نظري في هذه الدراسة التي تهدف إلى كشف دوافع تعرض الجمهور (النشط) لوسائل الإعلام التي يرى بأنها تتماشى ورغباته، فهو يختار بوعي من المضامين ما يلبي احتياجاته، وهذا ما يترجم أحد أهم الفروض التي يقوم عليها المدخل.

ومن خلال نتائج الدراسة اتضح لنا بأن الجمهور له حاجات مختلفة أبرزها الحاجات المعرفية لأن الفرد بطبعه يحب الاستطلاع وله فضول للحصول على المعلومات. لهذا عملت البرامج الصحية من خلال المواضيع التي تناولتها تلبية احتياجات الجمهور خاصة الصحية منها تجسيدا لمبدأ الاستخدام لتحقيق حاجات. فأغلبية المواضيع المتناولة سعت إلى تقديم معلومات وتوضيحات مفصلة عن جملة من الأمراض وأعراضها، وكذا طرق الوقاية منها وكيفية علاجها لتفادي مضارها والتعقيدات الممكنة نتيجة قلة الوعي والتثقيف الصحي.

كما تنوعت دوافع التعرض لهذا البرنامج بين دوافع نفعية متعلقة بالإطلاع على الجديد، اكتساب الخبرات، الحصول على المعلومة وتثقيف الذات. ودوافع طقوسية تلك المتعلقة بالترفيه، الألفة، التسلية وتمضية أوقات الفراغ بالإضافة إلى الهروب من الواقع المعاش. هذا ولمسنا الجدية في تعرض بعض الباحثين من خلال إجاباتهم التي توحى باهتمامهم بصحتهم عكس بعضهم الآخر الذي يتعرض لهذا البرنامج لأنه تعود على متابعته فقط وليس من باب سعيه للاستفادة من مضمونه.

IV. خاتمة:

تعمل وسائل الإعلام من خلال برامجها على تغيير اتجاهات الجمهور والتأثير عليه والعمل على إكسابه معارف وسلوكيات سليمة، باعتبارها مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي يناط بها القيام بوظيفتي التوعية والتثقيف على مختلف الأصعدة، خاصة تلك المتعلقة بالجانب الصحي للمساهمة في الحفاظ على صحتهم، وفي هذا المقام وانطلاقا من موضوع ورقتنا البحثية لمسنا استفادة الباحثين من مضامين البرامج الصحية خاصة في التوجيه، التوعية والتثقيف. لدرجة جعلت منهم أفراد واعيين صحيا ومدركين لأهمية الحفاظ على الصحة وانعكاسات إهمالها. هذا ولاحظنا أيضا من خلال معطيات الدراسة الميدانية تغيير في سلوكيات العينة المبحوثة واتضح ذلك جليا في تبنيهم نمط حياة مختلف يتماشى ومتطلبات الوعي الصحي.

قائمة المراجع:

كتب باللغة العربية:

1. الجفيري محمد، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (قطر: دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، 2015).
2. جوسلين نادر، طوني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، (بيروت-لبنان: مؤسسة مهارت، 2015).
3. خزعل عبد النبي، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، (بيروت: دار النهضة العربية، 2010)، الطبعة الأولى.
4. الدعي جواد غالب كاظم، التلفزيون وصناعة الرأي العام، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016) الطبعة الأولى.
5. الدليهي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان-الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016).
6. الزغي أشرف فالح، شراذقة تحسين، مدخل في الإذاعة والتلفزيون، (عمان-الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع، 2017) الطبعة الأولى.
7. الشهاوي ناجي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، (دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق: 2015)، الطبعة الأولى.
8. طه عبد الحميد فايزة، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، (مصر: المكتب العربي للمعارف، 2013)، الطبعة الأولى.
9. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017)، الطبعة الثالثة.
10. العبد عاطف عدلي، العبد عاطف نهى، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011).
11. العبد عاطف عدلي، العبد نهى عاطف، المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، (القاهرة: دار الإيمان للطباعة، 2008).
12. عمر محمد نوال، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993).
13. العيفة جمال، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
14. الكناني محسن جلوب، الدجيلي أحمد مهدي، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2018)، الطبعة الأولى.

15. لطاد ليند، حمزة حورية وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، (برلين-ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2019)، الطبعة الأولى.
16. ناجي محمود فاروق، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، (عمان: دار النفائس للطباعة والنشر، 2007).
17. النعيمي محمد عبد العال، خليفة غازي جمال، البياتي عبد الجبار توفيق، طرق ومناهج البحث العلمي، (عمان-الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2014)، الطبعة الثانية.
18. هالة محمد عبد العال، المرأة والثقافة "بحث تحليلي في العوامل المؤثرة في تكوين شخصية المرأة العربية"، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، 2018)، الطبعة الأولى.
19. هاني إبراهيم البطل، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: عالم الكتب، 2011)، الطبعة الأولى.

المقالات:

1. اسعيداني سلامي، تأثير التلفزيون كمؤسسة إعلامية في تعزيز وتوجيه سلوكيات الطفل رؤية نقدية من منظور سوسيولوجي إعلامي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد10، جوان 2016، جامعة محمد بوضياف المسلية.
2. تقوى آدم حسن آدم، معاوية مصطفى بابكر، توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية "دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز ولاية القضارف في الفترة من 2018-2019، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد20، العدد03، ديسمبر 2019، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
3. التميمي هادي منتهى، مشكلات إعداد برامج المرأة في القنوات الفضائية العراقية (قناة الحرية الفضائية-دراسة حالة)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد16، ديسمبر 2012، جامعة بغداد كلية الإعلام.
4. رجم جنات، المرأة الماكثة في البيت والإشهار التلفزيوني "دراسة استطلاعية بمدينة سطيف"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 09، العدد16، ديسمبر 2012.
5. شعباني مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 07، جانفي 2012، جامعة محمد خيضر بسكرة.
6. عبان سيف الدين، الشباب والبرامج الدينية على القنوات التلفزيونية دراسة في الاستخدامات والإشباع على عينة من ولاية خنشلة، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد الحادي عشر/ الثاني عشر، ديسمبر 2017.
7. عطية دليلة، صالح بن الشريف، مستوى الثقافة الصحية لدى عينة من مرضى السكري النمط الثاني "دراسة ميدانية بمدينة باتنة"، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد02، ديسمبر 2016.
8. العوني نور الهدى، فرنان مجيد، تأثير خروج المرأة الماكثة بالبيت للعمل على أدوارها الوظيفية، مجلة مجتمع تربية عمل، المجلد02، العدد01، جوان 2017، جامعة مولود معمري-تيزي وزو.

9. مراح سعيد، التلفزيون والتحصيل الدراسي لدى الأطفال-قراءة في نتائج دراسات عن التلفزيون والتحصيل الدراسي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد01، أكتوبر2017.

10. مساني فاطمة، العلاج بالطب الشعبي وانعكاساته على الوعي الصحي للمريض المصاب بمرض مزمن في الجزائر-دراسة حالة داء السكري، الضغط الدموي والقلب- ، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد07، العدد 29، مارس 2018، جامعة الأغواط،

محاضرات:

1. بوبكر هشام، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال " للسنة الأولى ماستر علاقات عامة"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، 2016-2017.

كتب باللغة الأجنبية:

1. Ang Ien, Desperately Seeking the Audience. Florence, United States: Routledge, 2006.
2. Balle Francis, Médias et société. Paris. Montchrestien, 1999.