

الاتصال العمومي في البيئة الرقمية ودوره في نشر التوعية الصحية:
دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية لصحة
الجوارية ببوزريعة لشهري أفريل وماي 2024

*Public communication in the digital environment and its role in
spreading health awareness :
A descriptive analytical study of the Facebook page of the
Public Institution of Neighborhood Health in Bouzareah for
the months of April and May 2024*

سامية خبيزي

كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة إبراهيم سلطان شيبوط

الجزائر 03 / الجزائر

Khebizi.samia@univ-alger3.dz

تاريخ الارسال: 2024/08/19 تاريخ القبول: 2025/06/30 تاريخ النشر: 2025/06/30

الملخص:

توجهت المؤسسات الصحية العمومية نحو استخدام الوسائط الرقمية في ممارستها للاتصال العمومي حيث أنشأت صفحات رسمية على موقع الفايسبوك بهدف توفير المعلومات والإرشادات والحملات التحسيسية للمواطنين بهدف نشر التوعية الصحية، وهذا ما ستركز عليه من خلال هذه الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه ممارسة الاتصال العمومي في البيئة الرقمية في نشر التوعية الصحية من خلال تحليل صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة بالاستناد إلى فئات الشكل والمضمون.

* المؤلف المرسل.

من أهم ما توصلنا إليه أن المؤسسة محل الدراسة تؤدي أدواراً مهمة في مجال التوعية والتثقيف الصحي، من خلال ما تنشره عبر صفحاتها على الفايسبوك من مواضيع وأنشطة وحملات حول الصحة العامة والصحة النفسية وسبل الحفاظ عليها.

الكلمات المفتاحية: الاتصال العمومي، التوعية الصحية، البيئة الرقمية، الفايسبوك.

Abstract:

Public health institutions have moved towards the use of digital media in their public communication practice, as they have established official Facebook pages to provide information, guidance and sensitization campaigns to citizens in order to spread health awareness, and this is what we will focus on through this study to reveal the role played by public communication practice in the digital environment in spreading health awareness by analyzing the Facebook page of the Public Institution for Neighborhood Health in Bouzareah based on the categories of form and content.

One of our main findings is that the institution plays important roles in the field of health awareness and education, through the topics, activities, and campaigns on public health, mental health, and ways to preserve it through its Facebook page..

Key words: Public communication, Health awareness, Digital environment.

مقدمة:

يوصف الاتصال العمومي على أنه اتصال ذو اهتمام عام يصدر عن الإدارات والمؤسسات العمومية التي تعمل على تقديم المعلومات والخدمات للمواطنين، وكذا تسعى لتغيير أو تعديل اتجاهات ومواقف وسلوكيات الأفراد عن طريق استراتيجيات التأثير والإقناع التي تعتمد عليها في مضامينها الاتصالية التي ترتبط بمجالات متعددة صحية بيئية اجتماعية... وغيرها لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع.

يعد القطاع الصحي من القطاعات التي تحرص على توعية الأفراد ونشر الثقافة الوقائية، عن طريق رسائلها الاتصالية الإقناعية المتضمنة في حملات توعية تحسيسية تحمل نصائح وإرشادات صحية، من شأنها تعزيز مبدأ الوقاية خير من العلاج وكذا تصحح بعض السلوكيات السلبية الخاطئة، من أجل حياة صحية سليمة يكتسب فيها الفرد المهارات والمعلومات وأنماط السلوك الإيجابية التي تزيد من وعيه لمواجهة المخاطر الصحية المتزايدة.

مع ظهور الانترنت وتطورها وبروز مواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات اتصالية جديدة تسمح للفرد المستخدم من تلقي المعلومات ومشاركتها والتفاعل معها، توجهت المؤسسات الصحية العمومية نحو الاستثمار في هذه الشبكات لبلوغ أهدافها في مجال التربية والتثقيف الصحي لنشر التوعية الصحية، بإنشاء صفحات عبر موقع الفايسبوك الذي يعد كفضاء افتراضي يفتح المجال لنشر الحملات التوعوية ومختلف الأنشطة التي تقوم بها هذه المؤسسات لتحقيق مستويات أعلى من التفاعل ونشر التوعية للوصول إلى تجسيد الأهداف الوقائية باعتبار أن الصحة أصبحت مسعى ومطلب إنساني.

في هذا السياق قامت المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة بفتح صفحة لها عبر الفايسبوك هذا الأخير الذي امتد استخدامه لتحقيق أهداف أخرى غير التواصل كالتثقيف والتوعية في المجال الصحي، فقد أصبحت هذه المؤسسة تنشط عبر الفايسبوك لعرض حملاتها والأنشطة التي تشارك فيها للوصول إلى نشر التوعية الصحية، وهذا ما سنركز عليه في تحليلنا لصفحة الفايسبوك للمؤسسة للكشف عن الشكل أو التصميم الفني لصفحة وكذا المحتويات المعروضة عبرها.

أ. الإشكالية

انطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم الاتصال العمومي للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة عبر صفحتها على الفايسبوك في نشر التوعية الصحية في الفترة الممتدة من أفريل إلى ماي 2024؟

تتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

- كيف يساهم شكل الاتصال العمومي للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة عبر صفحتها على الفايسبوك في نشر التوعية الصحية؟
- كيف تساهم محتويات الاتصال العمومي للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة المنشورة عبر صفحتها على الفايسبوك في نشر التوعية الصحية؟
- كيف تساهم الوسائط الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة عبر صفحتها على الفايسبوك في نشر التوعية الصحية؟

ب. أهداف الدراسة

- نسى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتجلى في:
- تحليل صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة بالاعتماد على فئات الشكل والمضمون للكشف عن مساهمة شكل الاتصال العمومي للمؤسسة في نشر التوعية الصحية.
 - التعرف على محتويات الاتصال العمومي للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة المنشورة عبر صفحاتها على الفايسبوك ودورها في نشر التوعية الصحية.
 - إبراز الوسائط الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة عبر صفحاتها على الفايسبوك لنشر التوعية الصحية.

ج. أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة في محاولتها لمعالجة موضوع يرتبط بالممارسات الجديدة للاتصال العمومي في الفضاء الرقمي، ودورها في تحقيق أهداف ترتبط بمجالات عديدة من أهمها المجال الصحي، الذي يسعى إلى إقناع الأفراد من خلال حملاته بضرورة الأخذ بالتدابير والإرشادات الصحية اللازمة التي تؤكد على الوقاية قبل العلاج لتفادي السلوكيات الخاطئة والسلبية وترسيخ التربية الوقائية.

تزداد أهمية هذه الدراسة في سعيها لتحليل صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة باعتبارها تمثل آلية من آليات الاتصال العمومي في البيئة الرقمية تسعى إلى خدمة المجتمع ورعايته عن طريق نشر الوعي الصحي في أوساطه.

د. منهج وأدوات الدراسة

من المعروف أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الذي يجب على الباحث إتباعه، ومن هذا المنطلق نرى بأن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو منهج دراسة حالة الذي سنعمل من خلاله على فهم وتحليل جميع الجوانب المتعلقة بصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة، باعتبارها وحدة تعمل على وصفها وتحليلها بصورة تفصيلية وشاملة لتعرف على الدور الذي يلعبه الاتصال العمومي عبر صفحة الفايسبوك للمؤسسة محل الدراسة في نشر التوعية الصحية.

اعتمدنا على أداة تحليل المحتوى باعتبارها من الأدوات التي تهتم بوصف شكل ومحتوى المعلومات المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، وعليه سنعتمد على هذه الأداة لتحليل شكل ومحتوى صفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة من خلال مجموعة من الفئات ترتبط بالشكل وأخرى بالمضمون.

ه. مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في كل المواضيع المنشورة عبر صفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة. أما عينة الدراسة فتشتمل على منشورات صفحة المؤسسة لشهري أبريل وماي 2024 التي وقع عليها اختيارنا بصفة قصدية لتمثل نمط عن المحتويات المعروضة في هذه الصفحة، ويعود سبب اختيارنا لشهر أبريل لتزامنه مع الأسبوع الوطني للصحة المنظم من 15 إلى 21 أبريل 2024 تحت شعار "نمط حياة صحي للجميع" بمنتزه رياض الفتح، حيث قامت المؤسسة بتنظيم معرض بالمنتزه لنشر التوعية الصحية والنفسية من خلال الملصقات والمنشورات المعروضة وكذا تواجد مختلف الأطباء والمختصين في المجال.

1. مدخل مفاهيمي للاتصال العمومي في البيئة الرقمية والتوعية الصحية

1.1. الاتصال العمومي والفضاء الرقمي

يعتبر الاتصال العمومي أحد أبرز أشكال الاتصال المؤسسي الذي تعتمد عليه الهيئات والمؤسسات العمومية في سعيها لخدمة المصلحة العامة. وقد حظي هذا الموضوع باهتمام العديد من الباحثين في حقل الاتصال لتوصيفه وإبراز أهدافه ووظائفه.

حسب بييارزيمور **Pierre Zémor** فإن الاتصال العمومي هو: "الاتصال الرسمي الذي يهدف إلى تبادل المعلومات المتعلقة بالمصلحة العامة وتعزيز الروابط الاجتماعية، وهي مسؤولية تقع على عاتق المؤسسات العمومية"⁽¹⁾. وعليه فالالاتصال العمومي يقود إلى الحديث عن ذلك الاتصال الذي يستهدف المصلحة العامة انطلاقاً من مسؤولية كل فرد في المجتمع حيث يسعى لتوعية المستقبلين وتعليمهم لاتخاذ المواقف الصحيحة⁽²⁾.

بمعنى أكثر شمولاً عرف برنارد دلفري **Bernard Deljarrie** الاتصال العمومي على أنه: "هو ذلك النوع من الاتصال الذي يتم على مستوى المؤسسات العامة مثل البرلمان

والحكومة والهيئات الوطنية المختصة، وكذلك على مستوى السلطات المحلية كالمقاطعات والجماعات والبلديات. كما يشمل أيضًا الهيئات التي تقدم خدمات عامة مثل المؤسسات العامة والشركات المحلية والجمعيات. يتم هذا الاتصال من خلال مؤسسة تمثيلية تخضع عادةً للقانون العام، ويديرها منتخبون يمثلون المواطنين، الذين يتعين عليهم تقديم تقارير عن أنشطتهم. يتميز الاتصال العمومي بطابع خاص، حيث يهدف إلى دعم السياسات العامة، وتقديم تقارير عن أعمال المؤسسة، وتعزيز مشاركة المواطنين في الحياة العامة. لتحقيق هذه الأهداف، يعتمد الاتصال العمومي على مجموعة متنوعة من أدوات الاتصال، بما في ذلك تسويق الخدمات للمستخدمين، تنظيم الفعاليات لتنشيط الحياة المحلية، تنفيذ حملات ذات منفعة عامة، بالإضافة إلى الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة، والاتصالات المتعلقة بالمشاريع والأعمال، وأيضًا الاتصال الداخلي.⁽³⁾

كما وضع **Bernard Miége** في كتابه **la société conquise par la**

communication أن وظيفة الاتصال العمومي تتعدى مجرد البحث عن خدمة القضايا ذات المصلحة العامة، وإنما الاتصال العمومي يهدف إلى إحداث تغييرات مرغوبة في التمثلات الاجتماعية وانخراط المواطنين في سياسات معينة وحتى استبعادهم⁽⁴⁾.

الاتصال العمومي الذي يسعى إلى تحقيق المصلحة العامة يتضمن العديد من الجوانب، منها ما يتعلق بالاتصال الصحي والبيئي، ومكافحة الأفات الاجتماعية، أي كل ما يمكن أن يؤثر على مصلحة المجتمع⁽⁵⁾.

نقصد بالاتصال العمومي من خلال دراستنا أنه النشاط الاتصالي للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة الذي تعمل من خلاله على نشر المعلومات والنصائح الصحية للمواطنين، وكذا الحملات التوعوية بالإضافة إلى النشاطات والفعاليات التي تشارك فيها عبر صفحاتها على الفاييسوك لنشر الوعي والتشجيع على تبني سلوكيات جديدة ترتقي بالمستوى الصحي.

يتميز الاتصال العمومي عن غيره من أشكال الاتصال المؤسسي بمجموعة من الخصائص من أهمها أن الاتصال العمومي يخدم مجالات عديدة كالسياسة، الإشهار، الصحة، التعليم، الثقافة مستخدما فن البلاغة، الإقناع، للتأثير في سلوك الفرد⁽⁶⁾.

يهدف الاتصال العمومي إلى تحقيق المصلحة العامة وتعزيز احترام المواطنة. وهو يصدر عن قطاع غير ربحي موجه نحو خدمة الجمهور وممول بشكل رئيسي من المال العام.

تتنوع جماهيره المستهدفة، حيث يوجه الاتصال العمومي في آن واحد وبشكل متبادل إلى المواطن، والمستخدم، والمساهم، والناخب، بالإضافة إلى مجموعة متنوعة من الشركاء مثل الجمعيات، والمسؤولين الاقتصاديين، والمؤسسات، والفاعلين الثقافيين، وغيرهم⁽⁷⁾. إن قيام المؤسسات أو الهيئات العمومية بالاتصال العمومي يسهم في أداء مهام متعددة لصالح المواطنين. يبدأ ذلك بتوفير المعلومات والأخبار الدقيقة التي تتيح لهم الاطلاع على ما يجري في محيطهم الاجتماعي والسياسي، كما يتضمن الشرح والتفسير لمختلف التدابير والإجراءات والقوانين التي تصدر عن الهيئات الرسمية مما يسهم في تعزيز الفهم وإزالة الغموض لدى المواطنين. بالإضافة إلى ذلك، تلعب هذه المؤسسات دورًا في تعزيز السلوكيات الإيجابية وضمان الحوار، حيث يتعين عليهما دعم القيم والسلوكيات البناءة في المجتمع من خلال تنظيم حملات إعلامية توعوية تهدف إلى بناء مجتمع صحي وإيجابي⁽⁸⁾.

أتاحت شبكة الإنترنت للفرد المستخدم مساحات واسعة للتفاعل المستمر الذي نشأ عنه تبادل الأدوار والمعلومات والمشاركة في المواقف والاهتمامات والمناقشة في مختلف المواضيع التي يتم إثارتها، وتعرف هذه المساحات الجديدة بالفضاءات الرقمية أو الافتراضية التي تشير إلى المجال الطبيعي والمادي الذي تنشر من خلاله المعلومات الالكترونية عن طريق شبكات الكمبيوتر، وهي وليدة التزاوج الحاصل بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات تتسم بكونها غير محصورة جغرافيا تضم مشاركين وفاعلين من مختلف دول العالم، كما أنها توفر معلومات للمستخدمين في شتى المجالات⁽⁹⁾. وقد توجهت المؤسسات العمومية نحو الاستثمار في الفضاء الرقمي الذي أوجد نمطا جديدا من ممارسة الاتصال العمومي، الذي تنوعت فيه المضامين وتعددت فيه الوسائط وبرز ذلك من خلال فتح صفحات رسمية عبر الفايبروك وكذا مواقع الكترونية ومدونات وغيرها من المنصات الرقمية، بهدف خدمة المصلحة العامة والتقرب من أكبر عدد من المواطنين لتزويدهم بالمعلومات المفيدة وتوعيتهم وتحسينهم.

2.1. التوعية الصحية

تعتبر التوعية الصحية عنصراً أساسياً في تعزيز مستوى الوعي والمعرفة الصحية، مما يسهم في تحسين الصحة العامة لأفراد المجتمع ويساعد في التصدي للمشاكل الصحية

والأمراض. كما تلعب وسائل الاتصال دورًا حيويًا في نشر هذه التوعية من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات الصحية اللازمة وإكسابهم العادات والسلوكيات الصحية.

إن التوعية الصحية هي "مجموعة الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لأنفسهم وأطفالهم من الأمراض وتحذيرهم من المخاطر وبالتالي تربية أفراد المجتمع على القيم الصحية والوقائية، فالغاية من التوعية الصحية تحسين الصحة على مستوى الفرد والمجتمع، ومحاولة التخفيض من حدوث الأمراض والإعاقات والوفيات وتحسين نوعية الحياة للفرد والمجتمع"⁽¹⁰⁾.

بمعنى أكثر شمولاً عرفت على أنها "مجموعة من النشاطات الاتصالية التوعوية الصادرة من جهات رسمية أو أخرى غير رسمية أو مجتمعية عبر وسائل مختلفة، تتضمن مجموعة المعارف والمهارات اللازمة لمرفقة أفراد المجتمع وسلوكياتهم الصحية بهدف تعديلها أو تغييرها لمحو الأمية الصحية لديهم وفق قالب علمي مدروس تنطلق خلاله من خصوصية الجمهور المستهدف وكذا السياقات المتعددة في المجتمع، ويشترط لنجاحها تضافر جهود مؤسسات التنشئة الاجتماعية والجهات الرسمية لضمان فعاليتها"⁽¹¹⁾.

تهدف التوعية الصحية إلى الوصول لخلق وعي صحي، وتحذير أفراد المجتمع من خطر الأوبئة والأمراض، وتربيتهم على القيم الصحية المستوحاة من ثقافة المجتمع، وكذا اطلاعهم على واقع الصحة وتحسين وتعديل سلوكياتهم غير الصحية⁽¹²⁾.

نقصد بالتوعية الصحية في دراستنا أنها الأنشطة الاتصالية والمعلومات الصحية والحملات التوعوية التحسيسية التي تنشرها المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة عبر صفحاتها على الفيسبوك بهدف إكساب الأفراد المعرفة الصحية والمهارات الضرورية لحماية أنفسهم من الأمراض، وتبني السلوكيات الصحية السليمة.

تهدف المحتويات المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام (مقالات، أفلام، مسلسلات، برامج...) إلى التوعية والتحسيس بالأمراض الصحية، كما تعتبر الحملات الإعلامية من أفضل الوسائل التوعوية نظراً لارتكازها على العناصر الحجاجية المتضمنة برسائلها الاتصالية، فقد أصبحت منذ السبعينات من القرن الماضي من بين الوسائل الأساسية في التوعية من الأمراض الاجتماعية، وتغيير السلوكيات الضارة، بعد أن أثبتت هذه الحملات قدرتها على إحداث تأثيرات على الأفراد المتلقين، وتغييرات على المستويات السلوكية والانفعالية والمعرفية لديهم⁽¹³⁾.

تسعى المؤسسات القائمة على التوعية الصحية سواء كانت حكومية أو خاصة إلى الاستفادة من شبكة الانترنت وما تقدمه من خدمات وتطبيقات، إذ توجد العديد من الصفحات والمجموعات عبر موقع الفايسبوك تركز على نشر المعلومات الصحية لرفع الوعي الصحي لأفراد المجتمع، كما توجد العديد من التطبيقات التي أطلقها أفراد عاديون ومنظمات حكومية تهتم بنفس الهدف، ومع ذلك يلاحظ أن هذا النوع من الإعلام الجديد قد لا يحقق نتائج ايجابية كبيرة، نظرا لخصوصيات هذه المنصات التي تتطلب من الأفراد الاشتراك في الصفحات للحصول على المعلومات، وبالتالي فان تحقيق الأثر (الحصول على المعلومة أو التوعية وتغيير السلوك) يرتبط بالرغبة الأولية للفرد بتغيير سلوكه⁽¹⁴⁾.

2. دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة لشهري أفريل وماي 2024

تعد المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة من المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، تعمل على تقديم علاج جوارى لتقريب المؤسسة الصحية من المواطن على مستوى الأحياء، كما تسهر على الاتصال الدائم بالمواطنين لتقديم معلومات حول الخدمات التي توفرها، وكذلك تعمل على تقديم نصائح وإرشادات صحية عن طريق الحملات التحسيسية التي تنظمها في فضائها وعبر صفحاتها على الفايسبوك والتي تجسد من خلالها الاتصال العمومي عبر الفضاء الرقمي لتحقيق مجموعة من الأهداف، وهذا ما نسعى إلى الكشف عنه من خلال تحليل صفحة الفايسبوك الخاصة بالمؤسسة بالاعتماد على فئات الشكل (التصميم الفني، التصميم التقني) وكذا فئات المضمون المتمثلة في (طبيعة الرسائل والأهداف الاتصالية، الجهات الفاعلة، الجمهور المستهدف، الوسائل الاتصالية).

1.1.2. فئات الشكل (كيف قيل)

الجدول رقم 01: يمثل التصميم الفني لصفحة لتعريف بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية

التصميم الفني	متوفرة	غير متوفرة
رمز المؤسسة	×	
شعار المؤسسة	×	
ألوان رمز المؤسسة	×	
عنوان المؤسسة	×	

	×	البريد الإلكتروني للمؤسسة
	×	رقم الهاتف
	×	روابط لمواقع المؤسسات التابعة لها
×		خريطة الوصول إلى مقر المؤسسة
	×	اللغة المستخدمة بالصفحة

يظهر لنا الجدول أعلاه أن المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة تسعى من خلال صفحاتها إلى إبراز هويتها البصرية بإدراجها لرمز المؤسسة في صورة البروفایل وكذا في الخلفية والمرفقة بشعارها "حب-رعايتكم" المعبر عن الهدف من وجودها والذي جاء بصيغة مختصرة سهلة الحفظ والتذكر، وقد رافق هذا الشعار معلومات ترتبط بعنوان مقرها، وبريدها الإلكتروني، وكذا رقم هاتفها حتى يتمكن مستخدمي الصفحة من التواصل بسهولة معها ومن ثم ربط المؤسسة بجمهورها، كما أن المؤسسة تدرج روابط تتعلق بالمؤسسات التابعة لها والتي تضعها دائما في منشوراتها والمتعلقة بموقع وزارة الصحة، وكذا الموقع الرسمي لمديرية الصحة والسكان لولاية الجزائر وهي مواقع مهمة توفر المعلومات والأخبار والمستجدات الخاصة بقطاع الصحة وتنشر مختلف الفعاليات والحملات التي تقوم بها المؤسسات التابعة لها والمساهمة في نشر الوعي الصحي.

لقد ركزت المؤسسة في استخدامها للألوان سواء في واجهة الصفحة أو في المنشورات المعروضة عبرها على استخدام اللونين الأحمر والأزرق وهي الألوان المدرجة في رمز المؤسسة وهذا بغية ترسيخ هويتها البصرية في أذهان جماهيرها المستهدفة، يعد اللون الأحمر لون حيوي يرمز للتضحية والخطر فالمؤسسة تسعى دائما للتحذير والتوعية من الأخطار الصحية التي تواجه المجتمع وهي ككيان موجودة لتضحية وخدمة المواطنين، أما اللون الأزرق فهو يمنح الشعور بالراحة والاسترخاء وهذا ما تسعى المؤسسة لتحقيقه..

فيما يرتبط باللغة المستخدمة والموضحة من خلال منشورات الصفحة فقد تنوعت بين اللغة العربية والفرنسية، إلا أن اللغة العربية كانت الأكثر استخداما لتمكين الجماهير المستهدفة من فهم الرسائل بسهولة بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية.

الجدول رقم 02: يمثل التصميم التقني لصفحة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة

التصميم التقني	متوفرة	غير متوفرة
التصميم الجيد	×	
النشر المنتظم	×	
استخدام الوسائط المتعددة	×	
التفاعلية	×	

يظهر تصميم صفحة المؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة بشكل فني متناسق ومنسجم يبرز هوية وصورة المؤسسة، كما أن الملاحظ من خلال متابعتنا لهذه الصفحة أنها تعمل بشكل دوري منتظم على نشر حملاتها التي تسهر على تنظيمها وكذا نشاطاتها ومشاركاتها في مختلف المناسبات والأحداث والتي تبرزها من خلال صفحاتها بإدراجها لمنشورات وكذا صور وفيديوهات فتظهر لمتابعيها بشكل يومي حتى لا ينقطعوا عن متابعة الصفحة.

من جانب استخدام الوسائط المتعددة فالملاحظ من خلال منشورات هذه الصفحة أنها تركز على استخدام الوسائط المتعددة أي أنها تجمع بين الصوت والصورة الثابتة والنص المكتوب في نقلها لمقتطفات من الأيام الإعلامية التحسيسية وكذا الفعاليات والحملات التي تنظمها.

أما فيما يرتبط بالتفاعلية تتيح المؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة المعلومات الخاصة بها للتواصل معها عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني، لتعزيز التواصل بينها وبين جمهورها، كما أنها تسمح بمشاركة المنشورات والتعليق عليها لتعرف على آراء متابعي الصفحة وانطباعاتهم حول الحملات التي تنظمها والنشاطات التي تشارك فيها وكذا تفتح المجال للحوار مع القائمين على صفحة المؤسسة، وهذا ما ظهر من خلال ردها على التعليقات.

2.2. فئات المضمون (ماذا قيل)

الجدول رقم 03 : يمثل المواضيع المنشورة في صفحة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية

نوع المواضيع	التكرار	النسبة
حملات ترتبط بالصحة العامة	10	40%
حملات ترتبط بالصحة النفسية والاجتماعية	05	20%
حملات ترتبط بالسلامة المرورية	01	4%

دورات تدريبية	8	32%
التكفل الصحي	01	4%
المجموع	25	100%

من خلال تحليلنا لمنشورات الصفحة للكشف عن طبيعة المواضيع التي تركز عليها المؤسسة لتحقيق مجموعة من الأهداف المرتبطة بنشر التوعية الصحية، اتضح لنا أن المواضيع المتعلقة بالحملة التي ترتبط بالصحة العامة جاءت بأعلى نسبة والتي شملت التحسيس والتوعية والتثقيف بأهمية الصحة والعناية الذاتية وكذا الغذاء الصحي، وأهمية ممارسة النشاطات الرياضية، الصيام الصحي والتغذية السليمة، أهمية الحفاظ على صحة الأسنان، معالجة السمنة، أهمية الحفاظ على نظافة اليدين، فوائد الرضاعة الطبيعية للأم والطفل، التشجيع على اتخاذ الإجراءات الوقائية مثل التطعيمات الدورية، والكشوفات الصحية المنتظمة، والحفاظ على النظافة لتحفيز أفراد المجتمع على إتباع نمط حياة صحي. بالإضافة إلى تنظيمهم لحملة أخرى لإحياء الأيام العالمية والوطنية (اليوم العالمي لتمريض، اليوم الوطني لحماية الأمومة والطفولة، اليوم العالمي لنظافة اليدين وغيرها) تحت إطار ما يسمى بالتثقيف الصحي الوقائي، لتحفيز أفراد المجتمع على تبني سلوكيات جديدة ترتقي بالمستوى الصحي.

أغلب هذه الحملات تم تنظيمها في الأسبوع الوطني للوقاية الذي امتد من 15 إلى 21 أبريل 2024 تحت شعار "من أجل نمط حياة صحي معيشي للجميع" الذي يهدف إلى تعزيز الصحة والعافية في حياة الأفراد والمجتمع.

تعد الحملات التوعوية التحسيسية كنشاط اتصالي من الدعائم القوية والهامة لتوعية الأفراد وتثقيفهم حول المواضيع التي تهم الصالح العام، وهذه الحملات التحسيسية عبر منصات التواصل الاجتماعي تساعد الجماهير المستهدفة على اكتساب ثقافة صحية تمكنهم من مواجهة المشكلات الصحية وكذا توخي الحيطة والحذر.

كما برز اهتمام المؤسسة في المرتبة الثانية بالقيام بدورات تدريبية لفائدة الأطباء والعاملين الطبيين وشبه الطبيين وغيرهم من مستخدمي الصحة بالمؤسسة في إطار تنفيذ الخطة المحلية للتكوين المستمر، والتي شملت جلسات تدريبية مستمرة حول البرنامج الموسع للتطعيم، كما تم تنظيم دورتين تكوينيتين حول موضوع التكفل بالتهابات الجهاز التنفسي

الحاد لدى الأطفال، عقد دورة تدريبية مستمرة حول الملف الإلكتروني للمريض والفرز الطبي، بالإضافة إلى جلسة تكوينية حول الكشف المبكر لاضطرابات طيف التوحد، الكشف المبكر عن سرطان عنق الرحم وغيرها من الدورات التي توضح اهتمام المؤسسة بتنمية معارف مستخدميها لمواكبة كل المستجدات التي تمكثهم من تأدية مهامهم على الوجه المطلوب والمساهمة في التحسيس والتوعية والتثقيف الصحي.

حظيت الحملات المرتبطة بالصحة النفسية والاجتماعية كذلك باهتمام المؤسسة وقد جاءت في المرتبة الثالثة وشملت تقديم إرشادات لصحة عقلية سليمة، التوعية بكيفية التغلب على الضغط النفسي، الإدمان على الشاشات، قلق الامتحانات وأساليب إدارة التوتر والضغوط الحياتية، هذه الحملات سعت لتنمية الوعي الصحي النفسي وتعزيز الصحة النفسية الجيدة باعتبارها تعد من المكونات الأساسية لصحة الفرد، وتساهم في الحد من مخاطر الإصابة بالأمراض النفسية وتحقيق السعادة والنجاح في حياة أفراد المجتمع.

تعد الرسائل الاتصالية في مجال الاتصال العمومي من الدعائم الأساسية التي لا بد أن تتمتع بالشمول والتنوع وتحمل الحجج والبراهين التي تقنع الجمهور وتثير اهتمامه، أي أن الرسائل الاتصالية لا بد أن تجمع بين الاستمالات العاطفية والعقلية لإحداث الأثر واستمالة الجمهور لمتابعة المضامين وفتح نقاش حولها، وهذا ما برز من خلال المواضيع المنشورة في الصفحة التي مزجت بين الاستمالات العاطفية المتجلية في الألوان والموسيقى والصور لتأثير على وجدان وعواطف المتلقي ومخاطبة حواسه ومشاعره، بالإضافة إلى الاستمالات العقلية التي تستند على الحجج والبراهين والمعلومات المقدمة التي يركز عليها القائمون على هذا الاتصال لإيصال رسائلهم لتغذية الجانب المعرفي للجماهير المستهدفة والتي اشتملت على معلومات ونصائح حول الغذاء الصحي، وأهمية ممارسة التمارين الرياضية، والتغذية السليمة للأمهات والأطفال، وأهمية التطعيمات الوقائية، والرعاية النفسية والاجتماعية للأطفال، كما عملت على تقديم معلومات مهمة حول الآثار الصحية والاجتماعية للاستخدام المفرط للشاشات والأجهزة الرقمية وكيفية الحد من هذا الاستخدام المفرط، مع التأكيد على دور الأسرة والمؤسسات التربوية و الأمنية في توعية الأفراد وتعزيز ثقافة الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا وغيرها من المعلومات المرتبطة بنشر التوعية الصحية النفسية والاجتماعية.

الجدول رقم 04 : يمثل أهداف منشورات صفحة المؤسسة العمومية للصحة
الجوارية ببوزريعة

النسبة	التكرار	الأهداف
40%	10	تعزيز الوعي بأهمية الصحة والتشجيع على تبني أسلوب حياة صحي ونشط
20%	05	تعزيز الوعي بأهمية الصحة النفسية والاجتماعية
32%	08	تنمية مهارات ومعارف مستخدمي الصحة بالمؤسسة
4%	01	التوعية بأهمية الالتزام بقوانين المرور والقيادة بحذر
4%	01	ضمان تغطية صحية كاملة لتلاميذ خلال امتحانات شهادة التعليم المتوسط
100%	25	المجموع

ركزت المؤسسة من خلال منشوراتها على تحقيق الأهداف المرتبطة بتعزيز الوعي بأهمية الصحة والتشجيع على تبني أسلوب حياة صحي ونشط والتي أخذت أعلى نسبة، أي أن المؤسسة تهدف من حملاتها إلى تزويد الجمهور المستهدف بالمعلومات التي تزيد من وعيهم حول موضوع الحملة، للوصول إلى إحداث التغيير المعرفي أي تغيير في معلومات ومعارف الأفراد ومن ثم دفعهم إلى تغيير أو تبني سلوكيات جديدة، وهذا ما ظهر من خلال الحملات التي قامت بها المؤسسة حول التغذية الصحية السليمة، أهمية الصيام الصحي، أهمية ممارسة النشاطات الرياضية، أهمية الحفاظ على نظافة اليدين..... وغيرها، كما ظهر اهتمام المؤسسة أيضا بالحملات التي تهدف إلى تغيير الفعل من خلال سعيها لإقناع الجمهور المستهدف للقيام بعمل معين خلال وقت محدد، كالحملات التي قامت بها المرتبطة بالتطعيمات الدورية، والكشوفات الصحية المنتظمة... وغيرها

كما هدفت المؤسسة أيضا إلى تعزيز الوعي بأهمية الصحة النفسية والاجتماعية، من خلال سعيها إلى نشر التوعية حول كيفية التغلب على قلق الامتحانات، كيفية ترشيد استخدام التكنولوجيا لتصدي لمخاطر الإدمان وأساليب إدارة التوتر والضغوط الحياتية. للوصول إلى تحقيق الهدف الرامي إلى تنمية مهارات ومعارف مستخدمي الصحة بالمؤسسة، فقد حرصت على إقامة دورات تدريبية مستمرة لتقديم معلومات حول كيفية إعداد الملف الإلكتروني للمريض والفرز الطبي، الكشف المبكر لاضطرابات طيف التوحد، الكشف المبكر عن سرطان عنق الرحم..... وغيرها.

الجدول رقم 05 : يمثل القائم بالاتصال بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية ببوزريعة

النسبة	التكرار	القائم بالاتصال (الجهات الفاعلة)
18.52 %	05	مكتب الاتصال
25.93 %	07	طبيبة عامة ومنسقة
14.82 %	04	أخصائية نفسانية عيادية
11.11 %	03	طبيبة أسنان
11.11 %	03	طبيبة مختصة في طب أطفال
3.70 %	01	الطاقم الطبي للصحة المدرسية
3.70 %	01	منسقة مراكز حماية الأمومة والطفولة
3.70 %	01	أستاذ مساعد في طب نفس الطفل
3.70 %	01	أخصائي علم الأوبئة
3.70 %	01	مسؤولة خلية المعلوماتية
100 %	27	المجموع

يلعب القائم بالاتصال في مجال الاتصال العمومي دورا أساسيا في إقناع الجمهور المستهدف برسائله التي لا بد أن تتلاءم وطبيعة هذا الجمهور وكذا الأهداف المسطرة، وعليه يتضح من خلال منشورات الصفحة اعتماد المؤسسة بشكل أكبر على الأطباء العاميين والأخصائيين النفسيين وكذا أطباء الأسنان، والأطباء المختصين في طب الأطفال الذين يتمتعون بحضور مهني واجتماعي ومصداقية وسمعة تساعدهم على تعزيز أواصر الثقة مع الجمهور المستهدف ومن ثم التأثير عليهم، مع الاعتماد كذلك على مكتب الاتصال المتواجد على مستوى المؤسسة في إعداد فيديوهات مصورة تنقل مختلف الفعاليات المشارك فيها والحملات التي يتم من خلالها تقديم النصائح والإرشادات.

كما يوضح الجدول أعلاه التنوع في القائمين بالاتصال وتمتعهم بالمؤهلات العلمية ومهارات الاتصال التي تمكنهم من إيصال المعلومات بالطريقة الصحيحة لتعزيز الوعي الصحي، من بينهم أخصائي علم الأوبئة، منسقة مراكز حماية الأمومة والطفولة، مسؤولة خلية المعلوماتية... وغيرهم، وهذا بما يتوافق مع طبيعة الموضوع وكذا الجمهور المستهدف.

الجدول رقم 06 : يمثل الجمهور المستهدف من الحملات والفعاليات المنظمة بالمؤسسة

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
36 %	09	تلاميذ المدارس
36%	09	أفراد المجتمع (المواطنين)
28%	07	مستخدمي الصحة
100%	25	المجموع

يستهدف الاتصال العمومي وحملاته جماهير متنوعة ويعمل القائمون على هذا المجال على تحديد نوع وطبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه (الديمغرافية، النفسية، الاجتماعية، الجغرافية) لإعداد رسائل اتصالية جيدة ومؤثرة تناسب معه.

استهدفت المؤسسة جماهير متنوعة من خلال الفعاليات والأحداث التي شاركت فيها، وقد أظهر الجدول أعلاه أن تلاميذ المدارس وأفراد المجتمع هما الفئتان الأكثر استهدافا من خلال الحملات التحسيسية التي كانت تنظمها، باعتبارها تحرص على خدمة الصالح العام من خلال نشر التوعية الصحية في أوساط التلاميذ لتحفيزهم على تبني مواقف واتجاهات وسلوكيات جديدة تساعدهم على تبني نمط حياة صحي، وكذا تعزيز الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع مما يجعلهم يتحلون بالسلوكيات الواعية والمسؤولة للحفاظ على صحتهم النفسية والجسدية.

كما ظهر اهتمام المؤسسة بجماهيرها الداخلية من خلال استهدافها للأطباء، الأخصائيين النفسانيين، العاملين الطبيين وشبه الطبيين، العاملين في مراكز حماية الأمومة والطفولة.... وغيرهم لتنمية معارفهم وتطوير قدراتهم، بما يمكنهم من خدمة المجتمع ورعايته وتوعيته وتحسيسه وتثقيفه في القضايا الصحية النفسية والجسدية التي تهمه.

الجدول رقم 07: يمثل الوسائل الاتصالية المعتمدة في عرض الحملات والفعاليات المنظمة

النسبة	التكرار	الوسائل الاتصالية
32.5 %	13	الصور
22.5 %	09	الملصقات
20 %	08	الفيديوهات
25 %	10	محتوى نصي
100 %	40	المجموع

تسعى المؤسسة إلى استخدام وسائل اتصالية متنوعة للوصول إلى شريحة كبيرة من الجمهور المستهدف، والملاحظ من خلال هذه الصفحة إدراج الصور في أغلب المنشورات وهي صور ملتقطة عن الفعاليات المنظمة والمشارك فيها والتي تعتبر كعناصر غير لغوية تخاطب الحس العاطفي للمتلقي، بالإضافة إلى الاعتماد على المحتوى النصي المكتوب لتعبير عن الفعاليات والأحداث المشارك فيها وتقديم معلومات وإرشادات صحية لنشر التوعية الصحية، ناهيك عن استخدام الملصق الإعلامي الذي يعد من أهم وسائل الاتصال المقروءة وهو عبارة عن وثيقة مصممة بطريقة فنية جذابة، تهدف إلى التأثير والإقناع وتدعيم السلوكيات الايجابية السليمة في المجتمع، وقد برز التركيز على الملصق التحسيسى الصحي الهادف إلى توعية الأفراد حول الأمراض النفسية والجسدية كالسمنة، تسوس الأسنان، التطعيم، الرضاعة، الإدمان على الشاشات... وغيرها.

كما ظهر حرص المؤسسة على إدراج فيديو هات مصورة في كل مرة ترتبط بأحد المواضيع التي تهتم المجتمع وتحتاج إلى تسليط الضوء عليها، من أهمها فيديو حول كيفية الحفاظ على صحة الأطفال الذي قدمته طبيبة عامة وطبيبة أسنان وأخصائية نفسية، قدموا من خلاله نصائح بطريقة سهلة وواضحة موجهة مباشرة للأطفال أشاروا من خلاله لأهمية النوم المبكر، والتطعيم، وكذا الأكل الصحي والمطالعة، فيديو آخر تم من خلال التركيز على كيفية التغلب على قلق الامتحان الذي قدمته أخصائية نفسية... وغيرها من الفيديوهات التي حاولت من خلالها المؤسسة نشر التوعية بأهمية الحفاظ على الصحة النفسية والجسدية لأفراد المجتمع.

نتائج الدراسة:

في الختام يمكن القول أن المؤسسة العمومية لصحة الجوارية ببوزريعة أصبحت تلعب أدوارا مهمة في مجال التوعية والثقيف الصحي، وذلك من خلال ما تقدمه من مواضيع وحملات حول الصحة العامة والصحة النفسية وكيفية المحافظة عليها، وهذه الأدوار التي تلعبها أصبحت أكثر فعالية بتوجيهها نحو الاستثمار في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص الفايسبوك، وعليه من أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

- تسعى المؤسسة من خلال صفحاتها إلى إبراز هويتها البصرية بإدراجها لرمز المؤسسة في صورة البروفايل واستخدامها للونين الأحمر والأزرق سواء في واجهة الصفحة أو في المنشورات المعروضة عبرها، كما ظهر تصميم الصفحة بشكل فني متناسق ومنسجم.
- تنوعت لغة النشر بالصفحة بين اللغة العربية والفرنسية إلا أن اللغة العربية كانت الأكثر استخداما، كما عملت المؤسسة من خلال صفحاتها على النشر بشكل دوري منتظم مع استخدامها للوسائط المتعددة.
- وضحت النتائج أن المواضيع المتعلقة بالحملات التي ترتبط بالصحة العامة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 40٪، تلتها المواضيع المرتبطة بتنظيم دورات تدريبية لفائدة مستخدمي المؤسسة بنسبة 32 ٪، وجاءت في المرتبة الثالثة المواضيع المرتبطة بحملات الصحة النفسية والاجتماعية بنسبة 20٪.
- ركزت المؤسسة من خلال منشوراتها على تحقيق الأهداف المرتبطة بنشر التوعية بأهمية الصحة والتشجيع على تبني أسلوب حياة صحي ونشط والتي أخذت نسبة 40٪، تلتها تنمية مهارات ومعارف مستخدمي الصحة بالمؤسسة بنسبة 32 ٪، وجاء في المرتبة الثالثة هدف تعزيز الوعي بأهمية الصحة النفسية والاجتماعية بنسبة 20 ٪.
- اتضح من خلال منشورات الصفحة اعتماد المؤسسة بشكل أكبر على الأطباء العاملين والأخصائيين النفسانيين وكذا أطباء الأسنان، والأطباء المختصين في طب الأطفال الذين بإمكانهم إقناع والتأثير على الجمهور المستهدف لتعزيز وعيمهم الصحي.
- تقوم المؤسسة بتكليف أنشطتها حسب الموضوع وطبيعة الجمهور المستهدف (تلاميذ، مواطنين، أطباء..) وهذا بغية نشر التوعية الصحية، وأقد أظهرت النتائج أن تلاميذ المدارس وأفراد المجتمع هما الفئتان الأكثر استهدافا بنسبة 36 ٪ بالنسبة لكل فئة.

قائمة المصادر والمراجع:

أ. الكتب باللغة العربية

- [1] بوخيزة نبيلة، الاتصال العمومي: أسس وتقنيات، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2014.
- [2] عميرات أمال، الاتصال الاجتماعي العمومي وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية، دار أسامة، الأردن، الطبعة الأولى، 2014.

ب. المقالات باللغة العربية

- [1] بريك الزهرة، "وسائل الإعلام ودورها في نشر الوعي والتثقيف الصحي"، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 01، العدد 01، جامعة الجزائر 03، ديسمبر 2019.
- [2] بومشقة نوال، "التوعية الصحية من خلال برامج الإذاعة الجزائرية القناة الأولى: دراسة تحليلية لبرنامج صحي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 17، العدد 01، تبسة، جوان 2024.
- [3] بومشعل يوسف، "الاتصال العمومي ورهان التصدي للأخبار الزائفة عبر البيئة الرقمية: مساهمة نظرية"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 03، جامعة تبسة، 2023.
- [4] خنفي سامي، زروق جمال، "الاتصال العمومي في الجزائر: قراءة في المفهوم والممارسات"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 6، العدد 03، جامعة تبسة، 2021.
- [5] رايس صدام، "التواصل، التوعية الصحية وإشكاليات السياق"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 09، العدد 02، جامعة الجزائر 03، 2021.
- [6] عميرات أمال، "اتصال اجتماعي عمومي أو الإعلام والاتصال القبلي"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 03، رقم 06، جامعة الأغواط، 2014.
- [7] قطش خديجة، "دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية على الفايسبوك لخلية الاعلام والاتصال"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 07 العدد 03، عين تيموشنت، ديسمبر 2023.

ج. الكتب باللغة الأجنبية

- [1] libaert thierry, westphalen marie-hélène, communicator: toute la communication d'entreprise, Dunod, Paris, 6eme édition, 2012.
- [2] libaert thierry, Le plan de communication :Définir et organiser votre stratégie de communication, Dunod, Paris, 3eme édition, 2008.

د. المقالات باللغة الأجنبية

- [1] Bessières Dominique, "La définition de la communication publique: des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels", Revue Communication et organisation, N° 35, Presses Universitaires de France, 2009

- ¹ - Dominique Bessières, "La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels", Revue Communication et organisation, N° 35, Presses Universitaires de France, 2009, p 14
- ² - أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي العمومي وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية، دار أسامة، الأردن ، ط1، 2014، ص 07.
- ³ - Thierry libaert, marie-hélène westphalen, communicator: toute la communication d'entreprise, Dunod, Paris, 6eme édition, 2012, p 30.
- ⁴ - سامي خنفي، جمال زروق، "الاتصال العمومي في الجزائر: قراءة في المفهوم والممارسات"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد6، العدد03، جامعة تبسة، 2021، ص 268.
- ⁵ - أمال عميرات، "اتصال اجتماعي عمومي أو الإعلام والاتصال القبلي"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد03، رقم 06، جامعة الأغواط، 2014، ص 373.
- ⁶ - نبيلة بوخيزة، الاتصال العمومي: أسس وتقنيات، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2014، ص 15.
- ⁷ - Thierry libaert, Le plan de communication :Définir et organiser votre stratégie de communication, Dunod, Paris, 3 eme édition, 2008, P251.
- ⁸ - يوسف بومشعل، "الاتصال العمومي ورهان التصدي للأخبار الزائفة عبر البيئة الرقمية: مساهمة نظرية"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد03، جامعة تبسة، 2023، ص 267.
- ⁹ - المرجع نفسه، ص ص 262-263.
- ¹⁰ - خديجة قطش، "دور الاتصال الجوّاري الإلكتروني في التوعية الصحية بالجزائر"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 07 العدد 03، عين تيموشنت، 2023، ص 782.
- ¹¹ - صدام رايس، "التواصل، التوعية الصحية وإشكاليات السياق"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 09، العدد 02، جامعة الجزائر، 2021، ص 164.
- ¹² - نوال بومشطة، "التوعية الصحية من خلال برامج الإذاعة الجزائرية القناة الأولى: دراسة تحليلية لبرنامج صحي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 17، العدد 01، جامعة تبسة، جوان 2024، ص 164.
- ¹³ - الزهرة بريك، "وسائل الإعلام ودورها في نشر الوعي والتثقيف الصحي"، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 01، العدد 01، جامعة الجزائر، ديسمبر 2019، ص 58.
- ¹⁴ - المرجع نفسه، ص 61.