

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علم الاجتماع

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال.

بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت
-دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت بمدينة القالة-

إعداد الطالب(ة) :


نصرالدين عائشة

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الشاذلي بن جديد الطارف	أستاذة محاضرة أ-	د. بن وهيبة نورة
مشرفا ومقررا	جامعة الشاذلي بن جديد الطارف	أستاذة محاضرة ب-	د. معاوي سامية
عضوا ممتحنا	جامعة الشاذلي بن جديد الطارف	أستاذة مساعدة أ-	د. مناعي وسيلة

السنة الجامعية: 2020/ 2019م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ

الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ:

{ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَ

مَنِيَّاتِي وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ

الْعَالَمِينَ (5) لَا شَرِيكَ لَهُ وَ

بِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ

الْمُسْلِمِينَ (6) }

صدق الله العظيم

* كلمة شكر و تقدير *

نحمد الله عز و جل بداية على منّه و كرمه و نشكره على توفيقه لإتمام هذا العمل و انجازه على هذا الوجه أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة الفاضلة معاوي سامية و التي شجعتني منذ البداية على الخوض في هذا البحث رغم صعوباته و كذا على صبرها و توجيهاتها القيمة و النصائح طيلة فترة إعداد هذا العمل المتواضع و كل أساتذتنا الكرام و أعضاء لجنة المناقشة و إخوتي الطلبة الذين أمدوا لي بيد العون حتى لو بالسؤال عن الحال، و كل الشكر إلى عائلتي التي تحلت بالصبر، و شكر موصول إلى كل الذين قدموا المشورة و النصيحة و العون لثرى هذه الدراسة أقدم لهم مني جميعا كل الشكر و التقدير.

* عائشة *

الإهداء

نحمدك ربي حمدا يليق بجلال وجهك و عظيم سلطانك انه لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نهدي ثمرة جهدنا الى من قال فيهما الله عز و جل "... و بالوالدين إحسانا ...". بحر الحنان، ريحانة الدنيا و نور عيناى أمي حفظها الله لي، الذي لم يبخل علي يوما، الشمعة التي تضيء دربي قرّة عيني أبي العزيز. الإزهار الفتية و المبتهجة إخوتي و زوجة أخي الغالية الذين أناروا حياتي بوجودهم و دعمهم لي: فارس، ادم، محمد، حواء، رشيدة.

أحب الناس إلي الذين قيل فيهن رب أخت لك لم تلدها أمك: شهرة، عليمه، نادية، عواطف، بسمة، شيماء، أميرة، لندة، دينة، و إلى كل الأصدقاء، و كل أعضاء كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية. إلى خطيبي و عائلته الكريمة الذين ساندوني بكلماتهم الطيبة و الدعاء لي بالنجاح و التوفيق و تقديم النصائح القيمة، الذين أحاطوني بحبهم أهلي و أقاربي أعمامي و عماتي و أخوالي و جدي و جدتي أدام الله في عمرهم و جعلهم تاجا فوق رؤوسنا.

كل أساتذتي في كل المراحل.

كل من نسينا ذكره.

كل من يقضي شبابه في نهل العلم.

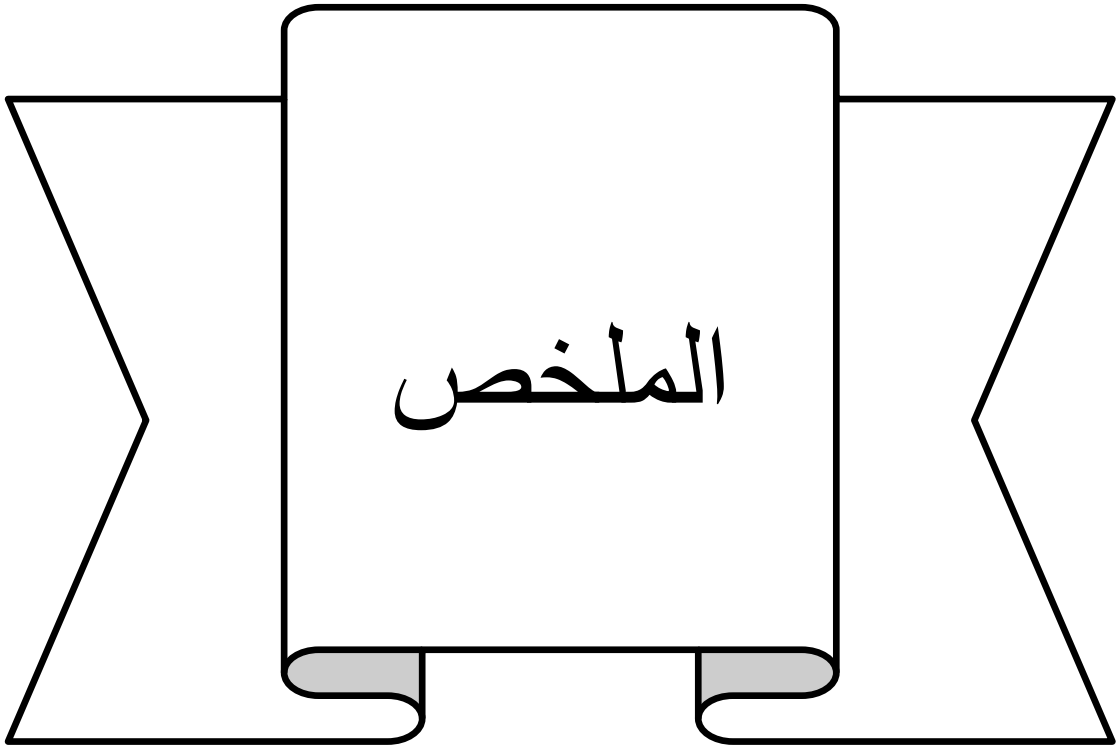
مطلع المعجزات الجزائر الحبيبة.

كل من قرا هذه الأسطر.

عائشة

دعاء

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور
إذا نجحنا، ولا باليأس إذا
أخفنا و ذكرنا أن الإخفاق هو
التجربة التي تسبق النجاح.
اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلا
تأخذ تواضعنا، و إذا أعطيتنا
تواضعا فلا تأخذ اعتزازنا
بكرامتنا و تقبل الدعاء.
اللهم أمين.



ملخص الدراسة

تناولت الدراسة الراهنة الموسومة ب: " دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت " الإذاعة المحلية التي تعتبر أهم وسائل الإعلام التقليدي و التي تعمل على تقديم مجموعة من المعلومات الهامة للمجتمع.

و لقد عمدت الإذاعة إلى تعزيز أدوارها الاجتماعية من خلال تقديم برامج تفاعلية هادفة، القصد منها المساهمة في ترسيخ المعلومة من المصدر الموثوق، و خاصة إذا تعلق الأمر بفئة النساء الماكثات بالبيت على اختلاف مستوياتهن التعليمية و أعمارهن و مدى مساهمة هذا الأخيرة في نشر الوعي الاجتماعي لهذه الفئة الهامة، و هو الأمر الذي تمحورت حوله إشكالية دراستنا.

و في هذا السياق طرحت الدراسة تساؤلا رئيسيا كما يلي:

ما هو دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت؟

و مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1/ كيف تساهم البرامج الإذاعية في توعية المرأة الماكثة بالبيت ؟

2/ هل تؤثر متابعة المرأة الماكثة بالبيت للبرامج الإذاعية في تحسين مستوى الوعي الاجتماعي لديها؟

3/ هل تساهم المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة

بالبيت ؟

و هذه التساؤلات هي التي تفرعت عنها أهداف البحث و كانت بمثابة ترجمة حقيقية للأهمية الكبيرة للموضوع في حد ذاته.

و لقد قسمت الدراسة إلى قسمين: القسم الأول تضمن الجانب النظري بما يحتويه من فصول ، أما القسم الثاني الجانب الميداني او التطبيقي بما يحتويه كذلك من معالم منهجية.

و قد تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يعتبر احد أهم المناهج المعتمدة في الدراسات السوسيولوجية، إضافة إلى استخدام أداة الاستمارة بالنظر إلى فاعليتها في الدراسات الوصفية.

و بالموازاة مع ذلك، تم الاعتماد على العينة القصدية متمثلة في 30 مفردة من النساء الماكثات بالبيت و هذا لعدة مبررات موضوعية منها أنها الأنسب للدراسة و الأسهل في الحصول على المعلومات.

و بناء على ما تقدم توصلت الدراسة إلى نتائج هامة تعكس أهمية الأهداف المسطرة، و قوة التساؤلات المطروحة و نذكر منها:

- ساهمت البرامج الإذاعية في توعية المرأة الماكثة بالبيت.
- أثرت متابعة المرأة الماكثة بالبيت للبرامج الإذاعية في تحسين مستوى الوعي الاجتماعي لديها.
- تساهم المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت.

الكلمات المفتاحية: دور، الإذاعة المحلية، الوعي الاجتماعي، المرأة الماكثة بالبيت.

Summary

Summary

The current study, tagged with: "The Role of the Local Radio in Developing the Social Awareness of Women Staying at Home", deals with the local radio, which is considered the most important traditional media, which works to provide a set of important information to society.

The radio has intended to enhance its social rôles by presenting targeted interactive programs, which are intended to contribute to consolidating information from a reliable source, especially if the matter is related to the category of women staying at home of different educational levels and ages and the extent of the latter's contribution to spreading social awareness of these The important category, which is the issue that focused on our study.

In this context, the study raised a major question as follows:

What is the role of the local radio in developing social awareness of women staying at home?

And a set of sub-questions:

1 / How do radio programs contribute to educating women staying at home ?

2 / Does the follow-up of radio programs by women staying at home affect their level of social awareness?

3 / Does continuous follow-up of radio programs contribute to the development of social awareness among women staying at home?

These questions are the main component of the research objectives and were a true translation of the great importance of the topic in itself.

Summary

The study was divided into two parts: the first section included the théorique side, including the chapters It contains, and the second section the Field or applied aspect, including the méthodologique features It also contains.

And has been relying on the descriptive approach, which Is considered one of the most important approaches adopted in sociological studies, in addition to using the questionnaire tool, given its effectiveness in descriptive studies.

In parallel, the intended sample of 30 women staying at home was relied on for several objective justifications, including ThatItIs more appropriate for study and easier to obtain information.

Based on the above, the study reached important results That reflect the importance of the established goals and the strength of the questions raised, and we mention them :

- Radio programs have contributed to raising awareness of women staying at home.
- The impact of the stay-at-home women following radio programs, in improving their level of social awareness.
- Continuous follow-up of radio programs contributes to the development of social awareness among women staying at home.

Key Word : role, local radio, social awareness, the housewife.

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

	البسمة	
	آية قرآنية	
	شكر و تقدير	
	إهداء	
	دعاء	
	الملخص بالعربية	
	الملخص بالإنجليزية	
	فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول	
	فهرس الأشكال	
أ- ب- ج	مقدمة	
	الفصل الأول: موضوع الدراسة	
05		تمهيد
06	إشكالية الدراسة	1
08	أسباب اختيار الموضوع	2
09	أهمية الدراسة و أهدافها	3

10	تحديد المفاهيم	4
25	الدراسات السابقة	5
35	المقاربة النظرية	6
الفصل الثاني: المعالجة السوسولوجية للدراسة		
		تمهيد 54
أولاً: الإذاعة و تطور الإعلام المحلي في الجزائر.		
55	الإذاعة	1
64	خصائص الإذاعة	2
68	أنواع و مميزات الإذاعة	3
74	أهمية و أهداف الإذاعة	4
76	القوالب الفنية الإذاعية	5
ثانياً: أهمية الوعي و دور الإعلام في تشكيله.		
98	قضية الوعي	1
102	أبعاد الوعي	2
103	أنماط الوعي و سماته	3
104	أنواع الوعي	4
105	الإعلام و تشكيل الوعي	5

106	أشكال الوعي و علاقتها الإعلام.	6
ثالثا: الإعلام و المرأة		
157	المرأة والتاريخ	1
158	المرأة في الإسلام.	2
160	مكانة المرأة في المجتمع الجزائري.	3
162	صورة المرأة في الاعلام العربي	4
170	واقع إعلام المرأة	5
138	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: المعالجة المنهجية للدراسة		
199	تمهيد	
200	المنهج المستخدم في الدراسة	1
202	أدوات جمع البيانات	2
205	مجالات الدراسة	3
208	العينة و كيفية اختيارها	4
210	خلاصة الفصل	
الفصل الرابع: تحليل البيانات و تفسير النتائج		
213	تحليل البيانات و تفسيرها	1

فهرس المحتويات

240	نتائج الدراسة	2
245	صعوبات الدراسات	3
		خاتمة 246
		قائمة المصادر و المراجع 248
		الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
58	يوضح نشأة الإذاعة و تطورها في العالم	01
61	يوضح تاريخ انتشار الراديو في البلدان العربية	02
213	توزيع أفراد العينة حسب السن	03
214	يبين أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	04
216	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية	05
217	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع السكن	06
218	توزيع أفراد العينة حسب متغير الأصل الجغرافي	07
220	يبين الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما بالنسبة لعينة الدراسة	08
221	يبين مكانة الإذاعة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى	09
221	يبين الفئة الأكثر استماعا للبرامج الإذاعية مع المرأة الماكثة بالبيت	10
222	يبين مدى تركيز الإذاعة في برامجها	11
223	يبين الفئة العمرية المستهدفة من البرامج الاجتماعية الإذاعية	12
224	يبين مدى التأثير المباشر للبرامج الإذاعية في سلوكيات المرأة الماكثة بالبيت	13
226	يبين مدى تأثر المرأة بمقدمي البرامج الاجتماعية	14
228	يوضح مدى استيعاب المستمعات المواضيع الاجتماعية التي تبثها الإذاعة المحلية	15
229	يبين مدى فاعلية الإذاعة المحلية في زيادة الوعي الاجتماعي للمرأة	16

فهرس الجداول

	من خلال المعلومات المقدمة	
231	يوضح مدى رضا المرأة الماكثة بالبيت على البرامج المقدمة من خلال الإذاعة المحلية	17
232	يوضح تقييم المرأة الماكثة بالبيت للبرامج المقدمة من خلال الإذاعة المحلية	18
233	يوضح المدة الزمنية المخصصة للاستماع لبرامج الإذاعة	19
234	يوضح طبيعة البرامج المفضلة لدى المرأة الماكثة بالبيت	20
235	يبين الفترة الأنسب بالنسبة للمرأة للسمع للبرامج الإذاعية الاجتماعية بكافة أشكالها	21
236	يوضح مدى كفاية المدة الزمنية لاكتساب المعلومات و المعارف	22
237	يوضح مدى تنوع المواضيع الاجتماعية التي تبثها الإذاعة المحلية	23
238	يوضح مدى مثل المستمعات للبرامج الإذاعية المحلية	24
239	يبين مدى مساهمة البرامج الإذاعية التي تبث من خلال الإذاعة المحلية في الرفع من مستوى الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت	25

فهرس الأَشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
214	تمثيل بياني يوضح متغير السن	01
215	دائرة نسبية توضح متغير المستوى التعليمي	02
216	دائرة نسبية توضح الحالة المدنية	03
218	تمثيل بياني يوضح نوع سكن المبحوثات	04
219	تمثيل بياني يوضح الأصل الجغرافي للمبحوثات	05



مقدمة

شهد القرن العشرين العديد من مراحل التحول التكنولوجي الذي يشمل مختلف الميادين العلمية و بصفة خاصة في مجال الإعلام ، و ذلك بفضل اختراع الراديو و التلفزيون و الأقمار الصناعية و الانترنت ، و مع بزوغ قوة وسائل الإعلام في العصر الحديث و الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في تنمية المجتمعات قامت دراسات كثيرة تبحث عن دور و مدى فعاليتها في تنمية المجتمعات ، و لما كانت حياة الإنسان تقوم بشكل أساسي على النشاط الاتصالي بين البشر ، فان وسائل الإعلام الجماهيري تلعب دورا هاما على مستوى الفرد و الجماعة و المجتمع ، و تكمن فعاليتها من خلال الأدوار التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام ، أن تاريخ تكنولوجيا الاتصال يعكس الجهود الإنسانية في بث الرسائل الاتصالية عبر المسافات البعيدة و بأقصى سرعة ممكنة و بأقل تكلفة اقتصادية و أكثر وضوحا خاصة عند الاستقبال ، فالاتصال لا زال عنصرا مهما في الحياة برزت أهميته و فعاليته مع زيادة التقدم التكنولوجي باعتباره أداة لتنمية الإنسان و تطور معارفه و مداركه فأصبحت هذه الوسائل من أهم أدوات التأثير و التنقيف و الإعلام و التوجيه خاصة في ظل العولمة الاتصالية ، و هو ما تميز به من زخم البث الإذاعي و التلفزيوني و استعمال واسع للانترنت فكانت الإذاعة ابرز هذه الوسائل و أكثرها تأثيرا فترعت على عرش وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها الأكثر شعبية و انتشارا.

أن للإذاعة أهمية كبيرة في المجتمع و يظهر ذلك من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها سواء في خلق الوعي الشامل حول جميع القضايا الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الدينية أو التأثير في حياة و سلوك الجماهير خاصة القليلة الحظ من الثقافة و التعليم و الوعي حيث برزت أهميتها باعتبارها أداة لتنمية وعي الإنسان و تطور مداركه و معارفه ، فأصبحت وسائل الإعلام السمعية من الركائز الأساسية التي تقوم بدور كبير في تنمية هذا الوعي بكافة أنماطه و نظرا لسهولة انتشارها في البيوت فدخلت في

إطار الوسائل التوعوية تساعد في تعزيز الوعي الاجتماعي و الديني و العلمي و الثقافي حيث صار لها ارتباطا و مساس مباشرة بجوانب كثيرة من حياة الإنسان في العصر الحاضر .

و لما كانت الإذاعة ضيفا دائما في كل بيت و في غرف النوم و الجلوس و حتى المطابع أصبحت شريكا فاعلا للأسر و المجتمع في توجيه المرأة و توعيتها ، حيث ذهب كثير من القائلين أن الإعلام أصبح بإمكانياته الحديثة يؤثر بفعالية كبيرة في حياة الأفراد و المجتمع لأنها مدرسة ثانية تقدم أفكارا و قيما و معايير و أنماطا و سلوكا و اتجاهات و مواقف ، و لتنمية هذا الوعي لا بد أن تكون هناك طرق تساعد الفرد في تنمية وعيه و ثقافته و مداركه الدينية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية منها الجمعيات و المؤسسات الاجتماعية و المحاضرات و الندوات و وسائل الإعلام من بينها الإذاعة و إسهامها في بث الوعي بما فيها الاجتماعي .

و فيما يتعلق بالوعي الاجتماعي الذي يعد أساسا في صياغة الواقع الاجتماعي و ضبطه على أسس و قيم محددة لدى فئة مهمة في المجتمع و هي المرأة ، لأنها تمثل نصف المجتمع و لأنها تصنع النصف الآخر فهي الأم و الزوجة و الابنة و الأخت و عليها يقوم صلاح المجتمع و فساده ، و المرأة التي تركن نفسها داخل بيتها و تغلق بابها أمام أي محاولة للتنقيف و التوعية فإنها تجدر حقا أساسيا من حقوقها و هو حقها في حياة أفضل لها و لأسرتها و مجتمعها .

إن موضوع المرأة محبب و مثير و هام ، فالمرأة التي لم تعط حقها و مكانتها من ناحية و لم تؤد ما عليها من استحقاقات و واجبات من ناحية ثانية فإنها لم تأخذ دورها الحقيقي في المجتمع مما اوجد ثغرة كبيرة في مجتمعنا يمكن سده بالتنقيف الحقيقي و وعيها باتجاه تفعيل دورها ، فهي ذرع من النار للرجل إذا ما أخذت دورها الإسلامي الصحيح ، لذلك يوجب على الإذاعات الاهتمام الأكبر و الأعمق لشريحة النساء و تقديم كل ما يهم و يفيد و يعي جمهور النساء و إدراك ما عليها من حقوق و واجبات اجتماعية

يتربى عليها الفرد و المجتمع ليكون قادرا على التماشي مع قضايا الحياة و المجتمع ، و هو ما دفعنا إلى معرفة حقيقة دور الإذاعة في تنمية هذا الوعي الاجتماعي لدى جمهور النساء خاصة الماكثات بالبيت، و هل تقوم بدورها بالشكل الصحيح حتى يتسنى لها تنشئة جيل من النساء مثقف و واعي اجتماعيا فاحتوت دراستنا في دور إذاعة الطارف في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت.

و عليه قسمت الدراسة إلى عدة فصول :

الفصل الأول : المعالجة الموضوعية للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى الإشكالية و أسباب اختيار الموضوع و أهداف الدراسة و كذلك المفاهيم و الدراسات السابقة و الخلفية النظرية.

الفصل الثاني : المعالجة السوسولوجية للدراسة حيث تطرقنا فيه أولا إلى الإذاعة و تطور الإعلام

المحلي في الجزائر و ثانيا إلى أهمية الوعي و دور الإعلام في تشكيله و ثالثا إلى الإعلام و المرأة

أما الفصل الثالث: حول المعالجة المنهجية للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى أولا منهج الدراسة و ثانيا أدوات جمع البيانات، ثالثا مجالات الدراسة و رابعا إلى عينة الدراسة.

أما الفصل الرابع و الأخير: حول تحليل البيانات و تفسير النتائج حيث تطرقنا فيه إلى أولا عرض

البيانات و تحليلها و تفسيرها، ثانيا تحليل الجداول و ثالثا صعوبات الدراسة و رابعا نتائج الدراسة

الميدانية.

الفصل الأول: موضوع الدراسة.

تمهيد

1/ إشكالية الدراسة.

2/ أسباب اختيار الموضوع.

3/ أهمية الدراسة و أهدافها.

4/ مفاهيم الدراسة.

5/ الدراسات السابقة.

6/ الخلفية النظرية.

خلاصة

تمهيد:

يتوقف أي بحث أو دراسة على إعطاء عدد من المعلومات و النظريات و ذلك انطلاقا من

تحديد اشكاليته و أهدافه، و لكي يستوفي البحث قيمته العلمية و العملية يتطلب منا التعرض

للإجراءات النظرية و لهذا سنحاول في هذا الفصل توضيح الأساليب العلمية التي اعتمدت عليها

الدراسة في تحقيق أهدافها حيث يعرض هذا الفصل الإجراءات النظرية و ما تعلق بها من دراسات

سابقة و خلفية نظرية.

1/ الإشكالية

تعد الإذاعة واحدة من أبرز وسائل الاتصال الجماهيري و أكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة و المنقطعة النظير التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى ، و قد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الإعلام الجماهيري فهي وسيلة إعلامية هامة باقي الوسائل الإعلامية الأخرى ذلك لأنها تتخطى الحواجز و تصل إلى جميع و معظم الرغبات من جهة أخرى مما يعطيها فرصة التأثير المستمر لان السامع لا يمل الاستماع منها و خاصة أنها تحاول إرضاء جميع الأذواق ، و التي يتوافد عليها العديد من أهل الخبرة و غيرهم ، مما يجعلها أكثر شيوعا بين جمهور المستقبلين بسهولة و يسردون النظر لكون المستمع متعلما أو مثقفا أو أميا بالإضافة إلى انتشارها الواسع في العالم نظرا لصغر حجمها ، و قلة تكلفة شرائها و سهولة ضبط موجاتها .

" و تسعى الإذاعة إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد و المجتمع بالتنقيف و الترفيه و التربية و التوعية في جميع المجالات خاصة المجال الثقافي و الاجتماعي و الاقتصادي و تعتبر الجزائر من البلدان النامية التي أولت أهمية كبيرة لهذه المجالات ¹ ، و لكن مع مرور الوقت و زيادة السكان و تباين عاداتهم صار من المستحيل على الإذاعة المركزية أن تلبى جميع متطلبات و انشغالات الجمهور ، حيث قامت الجزائر كغيرها من البلدان بإنشاء و توزيع محطات إذاعية محلية على كافة أنحاء القطر الجزائري حيث أصبح لكل دائرة ثقافية و اجتماعية نوعية محطة إذاعية خاصة بها .

كما و تعتبر الإذاعة من الوسائل الإعلامية المؤثرة في تنمية و عي المرأة الماكثة باعتبارها رفيقها الدائم في البيت لما تقوم به من أعمال منزلية في الوقت الذي تسمع فيه الإذاعة ، حيث دفع ذلك الكثير من الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه الإذاعة المحلية في مجالها التوعوي باعتبارها تلعب دورا مهما في التعبير عن اهتمامات و احتياجات المجتمع بتعزيز الوعي الاجتماعي من خلال برامجها الاجتماعية ، فتشكل

¹ - إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة و دورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن ، 2011 ، ص 63 .

لديهن معرفة بأمور المجتمع و الأسرة و كل ما يتعلق بأمور الحياة اليومية ، فتكون لديهن أفكار و وجهات نظر و مفاهيم مما اوجد ارتباطا بين دور الإذاعة و التنمية التوعوية و المشاركة الفاعلة من قبل جمهور النساء الماكثات فالتنمية في حقيقتها الحضارية و ليس التغيير الاجتماعي إلا بعض عناصر هذه العملية التي تكتمل بالوعي الاجتماعي إلى جانب أشكال الوعي الأخرى فالمرأة إحدى ركائز المجتمع لا بد لها أن تتعلم و تمحو أميتها بالتنقيف و التوعية ، مما يمكنها من أداء دورها فيأتي دور وسائل الإعلام منها الإذاعة في التوعية و التنقيف و التتوير اجتماعيا ، إن الدراسة تحاول أن تتبع أهم تأثيرات الإذاعة في تنمية الوعي الاجتماعي بهدف الوقوف على نتائج مرتبة على سماع المرأة للإذاعة و أهم برامجها التي تسهم في تنمية هذا الوعي بالتوصل إلى نتائج عملية و علمية عبر دراسة موضوعية و ميدانية، إضافة إلى التعرف على حجم تعرض النساء الماكثات للبرامج الاجتماعية و نوعيتها التي لها إسهامات في تنمية و عيهن الاجتماعي من خلال الحصص .

و عليه توضيح مشكلة الدراسة من خلال ما افرضه التساؤل الرئيسي من تساؤلات فرعية:

التساؤل الرئيسي:

ما دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت ؟

الأسئلة الفرعية:

1/ كيف تساهم البرامج الإذاعية في توعية المرأة الماكثة بالبيت ؟

2/ هل تؤثر متابعة المرأة الماكثة بالبيت للبرامج الإذاعية في تحسين مستوى الوعي الاجتماعي لديها ؟

3/ هل تساهم المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت ؟

2/ أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع بحث و تحديد اشكاليته يكون نتيجة مجموعة من الأسباب قسمت إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية.

أ/ أسباب ذاتية:

- الميل الشخصي للإذاعة.
- الاهتمام الشخصي بدراسات المرأة استكمالاً لموضوع الليسانس حول عمل المرأة و تأثيره على التنشئة الاجتماعية للأبناء لتكون الدراسة الحالية حول المرأة و الإعلام.
- محاولة معرفة اثر الإذاعة في تنمية وعي المرأة اجتماعياً و قدرتها مع معرفة أهم برامجها و مدى الاستفادة منها.

ب/ أسباب موضوعية:

- اختيار الإذاعة المحلية كونها أكثر قرباً للجمهور في إذاعة مختلف المواضيع.
- الأهمية التي تتبوؤها دراسات المرأة في حقل الدراسات الإعلامية الحديثة.
- قلة الدراسات الإعلامية المتعلقة بجمهور الإذاعة من النساء.
- الرغبة في إثراء و تدعيم دراسات الجمهور و تسليط الضوء على جمهور إذاعة الطارف.
- الرغبة في معرفة سر بقاء الكلمة المسموعة و عدم تراجع أهميتها أمام المنافسة الكبيرة للإعلام المرئي.
- قلة الاهتمام بجمهور النساء الماكثات بالبيت كعينة بحث في الدراسات الميدانية.

3/ أهمية الدراسة و أهدافها:**3-1- أهمية الدراسة:**

- الأهمية التي تتبوؤها الإذاعة و قدرتها على التأثير من خلال تشكيل الوعي للمرأة الماكثة باعتبارها أكثر تواصلًا و قربًا و استخدامًا للراديو.

- خصوصية الإذاعة كوسيلة إعلامية و التي رغم ظهور العديد من وسائل الإعلام استطاعت التكيف و التأقلم مع هذه التطورات التكنولوجية، لهذا ارتأينا ضرورة محاولة الكشف عن واقع جمهور هذه الوسيلة من فئة النساء الماكثات بالبيت حيث تعتبر هذه الشريحة من أكثر الشرائح إقبالًا و استخدامًا للإذاعة.

3-2- أهداف الدراسة:

تكتسي الدراسة أهمية بالغة نابعة من الأهداف التي يمكن الوصول إليها.

- الكشف عن تأثير الإذاعة على المرأة عموما و الماكثة بالبيت خصوصا و نوعية هذا التأثير.

-توضيح مكانة الإذاعة بالنسبة للمرأة الماكثة بالبيت.

-الكشف عن الدور الذي تقوم به الإذاعة في دفعها للمشاركة في تفعيل الوعي الاجتماعي للمجتمع عامة

و المرأة خاصة و كيفية التفاعل مع القضايا الاجتماعية.

-الوقوف إلى مدى تأثير المرأة الماكثة بالبرامج الاجتماعية أو المعلومات الاجتماعية التي تقدمها الإذاعة.

-الكشف عن مدى تلبية البرامج الاجتماعية و اكتفائها لرغبات الجمهور.

4/ تحديد المفاهيم

تمهيد

تعتبر خطوة ضبط و تحديد المفاهيم من الخطوات الهامة في البحث السوسيولوجي ، و البحث الذي يخلو من هذه العملية ، يعتبر من وجهة النظر المنهجية ناقصا ، و لقد تم تحديد مجموعة من المفاهيم في هذه الدراسة ، نظرا لأهميتها في توضيح مسارات البحث في مراحله اللاحقة ، و لقد حاولنا تسليط الضوء على جملة من المفاهيم المحورية نذكر منها :

1/ الدور:

1 / الدلالة الاصطلاحية: لقد اختلف العديد من العلماء و الباحثين في تحديد مفهوم الدور حيث

وجد العديد من التعريفات من بينها:

* **تعريف لينتون (Linton)**: الدور هو مجموعة النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة

معينة، و يحتوي على مواقف و قيم و سلوكات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه

المكانة.¹

* **تعريف موري (Moreno)**: يمثل الدور تجربة خارجية بين الأفراد تفرض عدة ممثلين على

المستوى التفاعلي، الدور هو تصرف مزدوج فهو منبه و في نفس الوقت استجابة، و بذلك يحدد

تصرفين متتابعين لدى الفرد، إذ إن إدراك الدور يعني تعيين المنبه، و الإجابة عليه.²

* و يعرف على انه أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى، و تبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة

في المجتمع، أو يشغل مركزا محددًا في علاقات شخصية متبادلة مثلا قائد.

* و يعرف الدور الاجتماعي أيضا بأنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز

الاجتماعي، و المركز الاجتماعي هو العلامة أو الإشارة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي، مما يدل

على أن هناك علاقة وثيقة بين الدور الاجتماعي و المركز الاجتماعي.³

¹- حورية بن عياش : صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية : السن ، المستوى التعليمي و صورة الذات ، رسالة ماجستير ، معهد علم النفس و العلوم التربوية ، جامعة قسنطينة (1994 - 1995) ، ص 18.

²- المرجع نفسه : ص 18 .

³- إحسان محمد الحسن: موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، بيروت، ط 1، 1999، ص 289.

* و هناك تعريف آخر للدور مفاده بأنه: "المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد ، و الذي يحدد واجباته و حقوقه الاجتماعية ، و الفرد الواحد في المجتمع يحتل عدة ادوار اجتماعية في آن واحد و هذه الأدوار التي يشغلها الفرد تقع في المؤسسات الاجتماعية التي يتكون منها البناء الاجتماعي ".¹

* و يعرف الدور بأنه : " الجانب الديناميكي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة " ، و يفهم من هذا التعريف أن الفرد يشغل عدة مراكز في جماعته حسب مكانته ، فيصبح للمكانة جانب ديناميكي متحرك يسمى الدور ، و يعرف الدور بأنه : " وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو موقف اجتماعي " ، و يفهم من هذا أن الدور هو الوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين .²

ب / إجرائيا:

الدور هو الأداء الوظيفي الذي تقوم به الإذاعة من مهام و مسؤوليات تجاه موقف أو حدث أو قضية أو ظاهرة بقصد التبليغ و التنقيف و التعليم لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع.

2 / الإذاعة:

1 / الدلالة الاصطلاحية:

لقد تعددت المفاهيم حول الإذاعة نجد منها:

* هي عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف و ادوار ، و تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي و التنقيفي و الإعلامي، و ذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر ، يتكون من أفراد و جماعات ، بأجهزة استقبال مناسبة .³

(1)- إحسان محمد الحسن: مرجع سابق، ص 289 .

(2)- محي الدين مختار: محاضرات في علم النفس الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص 201.

(3)- عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال ، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط 2، 1989، ص 103.

و يقصد بالإذاعة المسموعة (الراديو) - حسب فضيل دليو - ما يبث عن طريق الأثير ، باستخدام موجات كهرومغناطيسية . بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية ، و ربط مستمعيها برباط مباشر و سريع.¹

و هناك تعريف أخر لعبد المجيد شكري حيث يقول الراديو صوت يصلنا دون عوائق أو حواجز و واسطة مادية انه صوت لا وجه له ، أو هو الآذان بلا رموش ، هو مجرد صوت و الصوت يعني التنبيه و التنبيه يعني انه هادف و هو وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية توصف بأنها وسيلة اتصال ساخنة ، بمعنى انه وسيلة تحقق فيها فورية التدفق الإعلامي . و يوصف أيضا بأنه وسيلة اتصال ذهنية انفعالية ديمقراطية لتداول الأخبار و الأفكار و الآراء و المعلومات عن طريق المشاركة، فالمستمع يتلقى الرسائل الإعلامية عن طريق الراديو يتلقاها من خلال الأذن كأصوات و هو تأثر بالأداء الصوتي و ما يتسم به ذلك من تلقائية فريدة هي تلقائية الحياة ذاتها .

الإذاعة هي الرسالة الصوتية المسموعة تعني بالبث الإذاعي أو الإرسال في جميع الاتجاهات. و هي الانتشار المنظم و المقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج، حيث يتم التقاطها في وقت واحد من المستمعين في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.²

⁽¹⁾- فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 ، ص 135 .

⁽²⁾- إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 256.

الإذاعة هي إرسال إشارات الأصوات و الصور لاسلكيا بواسطة أجهزة تحول الإشارات إلى كهرومغناطيسية تعني الانتشار المنظم بواسطة الراديو لمواد إخبارية و تعليمية و ثقافية تهدف إلى تنمية المجتمع .¹

أما الراديو فيختلف معناها عن الإذاعة حسب تعريف احد الباحثين الإذاعة بالراديو هي كلمة تطلق على الاتصال بالراديو أي إرسال و استقبال الكلمات و الإشارات الصوتية على الهواء لاسلكيا.²

* كما يعود مفهوم الإذاعة إلى الكلمة اللاتينية radius و تعني نصف قطر الدائرة في إشارة إلى شكل الإرسال الإذاعي حيث ترسل الموجات الصوتية على شكل دوائر انطلقا من مركز الإرسال ، ثم تطورت الكلمة لتصبح radio تعني بث الموجات بواسطة مراكز الإرسال و انتشار هذه الموجات عبر الأثير لتلتقطها أجهزة الاستقبال مرة أخرى ، و يشتمل الراديو على تكنولوجيا التردد حيث تستخدم طاقة كهربائية لإرسال الأصوات و يسود الاعتقاد أن كلمة الراديو أخذت من المصطلح الفرنسي radio diffusion محطة الإرسال ، إذ اخذ عنه الجزء الأول أي كلمة الراديو يصبح المصطلح الرئيسي للإذاعة كما عرفت دائرة المعارف البريطانية بأنها النشر المنظم للإمتاع و الإعلام و كذلك التنقيف و غيرها من المفاهيم التي يتم استقبالها في ان واحد بواسطة جمهور متأثر يتكون من أفراد و جماعات مجهزين بأجهزة استقبال .³

⁽¹⁾ - البقيع ادم إسحاق أبو الزاكي : دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية ، دراسة تطبيقية على برامج إذاعة نبالا ، لنيل درجة ماجستير في علوم الاتصال ، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا و علوم الاتصال ، السودان ، 2012 ، ص 5 .

⁽²⁾ - كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية ، انجليزي عربي ، دار الجيل للطبع و النشر و التوزيع ، بيروت ، 1994 ، ط 2 ، م 1 ، ص 54 .

⁽³⁾ - محمد حسين أبو عرقوب : دليل المفهوم و التطبيق للراديو المجتمعي ، مشروع دعم و تأييد الإذاعات المجتمعية في المنطقة العربية ، عمان، 2011، ص ص 8 ، 9 .

ب / إجرائيا:

تعتبر الإذاعة وسيلة من الوسائل الإعلامية صغيرة الحجم فائقة التأثير و هي مجموعة من الذبذبات و الإرشادات و الأصوات تنتقل من مرسل إلى مستقبل باستخدام أجهزة صوتية مسموعة تحمل مضامين و أهداف مختلفة ، لها القدرة على إسماع صوتها في مختلف أنحاء العالم و ذلك على شكل رسالة الاستقبال.

3/ المحلي أو المحلية:

ا / الدلالة الاصطلاحية:

إن مصطلح " المحلي " أو " المحلية " من المصطلحات المختلف عليها ، فكثيرا ما نتناول المصطلح تناولا يختلف من معنى إلى آخر حسب الإطار الذي نضعه فيه ، فعندما نقول أخبار محلية فنحن نعني الأخبار الخاصة الداخلية مقابل الأخبار العالمية و الدولية ، و قد تعني في الوقت نفسه الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم من أقاليم الدولة ، و عندما نقول صناعة محلية فإننا نعني أساسا أن الصناعة صناعة وطنية ، و ليست أجنبية ، و قد تعني صناعة داخل مجتمع محلي ، و هكذا تتعدد استخدامات المصطلح الذي يعني كل ما يتعلق بالوطن ككل ، و ينفي عنه صفة الأجنبية أو ما يتعلق بمجتمع محلي أو إقليم محدد .¹

ب / إجرائيا:

فالمحلي يعني جزءا من إقليم كمنطقة حضرية أو مدينة و بالتحديد مجتمع محلي معين و من ثم نستبعد أن نعني بالمحلي ما ينطبق على الدولة ككل.

¹- طارق سيد احمد: الإعلام المحلي و قضايا المجتمع، دار الفكر الجامعية، ب ب ن، 2004، ص 71.

4 / الإذاعة المحلية:

1 / الدلالة الاصطلاحية:

قام كريستيد Kierstead بلفت النظر إلى أن الإذاعة المحلية " community radio " يمكن أن تعرف بطرق متعددة ، و ذلك بالاعتماد على دورها في نظام الإعلام القومي ، فالإذاعة المحلية قد تعرف تقنيا في ضوء البث منخفض القدرة " low . powered transmission " إلى منطقة سكانية متجانسة ، و ربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة و التخطيط ، و هناك تعريفات أخرى تصف الوظائف ، و تؤكد على الأهداف الجوهرية التي تتعهد بها الإذاعة المحلية ، و على سبيل المثال قام الاتحاد العالمي للإذاعة المحلية بوصف الإذاعة المحلية بأنها تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه ، كما تسهم في تنميته ، و هي تناضل من اجل ديمقراطية الاتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي التي تتخذ أشكالا مختلفة وفقا لكل بيئة نوعية ، و قدم " ليبريرو " (librero) وصف آخر لا يختلف عن التعريف السابق فقال : " إن الإذاعة المحلية هي الاستخدام النظامي للإذاعة بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية محددة بدقة ، و هذا يعني الإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة لأية أناس ذوي طموح و خصائص مشكلات متشابهة إلى حد كبير".¹

* الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع محليا، معنى ذلك أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد، يعيش فوق ارض محدودة المساحة.²

* الإذاعة المحلية تخدم كل منها جمهورا محليا متناسقا من الناحية الجغرافية و الاجتماعية، و تقدم له نتيجة لقربها منه برامج تلبي احتياجاته الخاصة المتميزة و هي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ

⁽¹⁾- طارق سيد احمد: مرجع سابق، ص ص 77، 78.

⁽²⁾- عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، المركز الجامعي للطباعة الالكترونية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987 ، ص ص 13 ، 14 .

منه، و تعطيه ، تقدم له الخدمات المختلفة فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.¹

* الإذاعة المحلية هي تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محددًا أو متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية ، مجتمعا له خصائصه البيئية ، و الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية ، حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي.²

ب / إجرائيا:

الإذاعة المحلية هي وسيلة إعلام جماهيرية تخاطب جمهورا محليا معينا، في منطقة جغرافية معينة، عن طريق بث برامج ثرية و متنوعة (اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية) بلغة محلية راقية، و هي بذلك تهتم بكل ما هو محلي.

5 / التنمية:

ا / الدلالة الاصطلاحية:

مصطلح التنمية ظهر في القرن 20 فرض نفسه في الخطاب السياسي و الاقتصادي على مستوى بأسره فتداخل هذا المصطلح مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل التخطيط و الإنتاج و التقدم حيث ظهر أولا في علم الاقتصاد ثم انتقل إلى مختلف الحقوق فأصبح هناك تنمية ثقافية و أسرية و اجتماعية و دينية. بالإضافة إلى ذلك استحدث مفهوم التنمية البشرية الذي يهتم بدعم قدرات الفرد و قياس مستوى معيشته و أوضاعه في المجتمع ، و ذهبت بعض الدراسات إلى أن المراد بعملية التنمية زيادة طاقات الفرد و إكسابه قيما روحية و سلوكية بما يؤدي إلى إحداث تأثيرات عميقة و ايجابية في بناء الشخصية

⁽¹⁾- طارق سيد احمد: مرجع سابق، ص 79.

⁽²⁾- محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، ط 2 ، 1986 ، ص

و على كافة الأصعدة الاجتماعية و الثقافية و السياسية ... كل ذلك في إطار نظام فكري روحي

و سلوكي يؤكد تكريم الإنسان و مهمته في الاستخلاف ¹.

التنمية تغيرا أساسيا في كل أنماط الحياة السائدة يتبع هذا التغيير نوعي و كمي في صور العلاقات

الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية

و الثقافية... يعرفها روجرز بأنها عملية تغيير مقصودة نحو النظام الاجتماعي و الاقتصادي الذي

تحتاجه الدول ، و هي مجموعة الوسائل و الطرق التي تستخدم من اجل توحيد جهود الأهالي

و السلطات العامة بهدف تحسين المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي في المجتمعات القومية

و المحلية ².

التنمية عملية ديناميكية شاملة و معقدة و عميقة و واعية و مقصودة و مدروسة تتم بالإنسان و من

اجل الإنسان تهدف إلى تحولات واسعة و شاملة و عميقة في المجتمع و في مختلف المجالات

الاقتصادية و الاجتماعية... الخ.

الإذاعة المحلية هي تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محددًا أو متناسقا من الناحيتين الجغرافية

و الاجتماعية ، مجتمعا له خصائصه البيئية ، و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية المتميزة على أن

تحده حدود جغرافية ، حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي ³.

⁽¹⁾- رقية طه جابر الحلواني : دور المرأة المسلمة في التنمية ، دراسة عبر المسار التاريخي ، ط 1 ، 2006 ، ص 13 ، 15.

⁽²⁾- صفرة الهام و آخرون : الاتصال التنموي في الجزائر - الأسس و الوظائف و الاستراتيجيات ، معهد الآداب و اللغات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، ص 4 ، 5 .

⁽³⁾- محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، ط 2 ، 1986 ، ص 30 .

ب / إجرائيا:

التنمية عملية تحول مقصودة نحو نظام اقتصادي و اجتماعي و ديني و روحي و سلوكي و كل ما يتعلق بنظام حياة الفرد بغرض التقدم نحو الأفضل و هي الزيادة و تطور الفرد بإكسابه قيما روحية و سلوكية تؤدي إلى إحداث تغييرات في شخصية الفرد و حياته على مختلف الأصعدة .

6 / الوعي:

ا / الدلالة الاصطلاحية:

* الوعي هو حالة من الرشد و اليقظة الذهنية و الكياسة ، تجمع بين وظائف كل من العقل و الشعور الظاهر للقلب و الوجدان في عملية تنظيمية مركبة تقتضي إدراك المعطيات الرموز و فهم مدلولاتها و دلالاتها و تجميع العناصر السابقة و الراهنة و المستقبلية و الربط فيما بينها ، و استيعابها في محصلة كلية متكاملة، و تكوين آراء و اتجاهات واضحة و ثابتة تجاهها و استحضارها و التفاعل معها في إطار البيئة المادية و الاجتماعية المحيطة .¹

الوعي إدراك الفرد لذاته و جماعته و بيئته و الإحساس بواقعه و فهم علاقاته الاجتماعية و تفاعلاتها و معرفة القوانين و السنن الاجتماعية التي تحكم سلوكه و تصرفاته و مشاركته الايجابية في تحقيق أهداف المجتمع .²

فالوعي جاء من الفهم و الإدراك و منه التوعية أي تكوين الفهم الصحيح لحقيقة ما يجري .

¹- شانم بن لافي الهمزاني : تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه و مستوى الوعي الديني بالتطبيق على مسلمي ألبانيا ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، قسم علم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية ، كلية العلوم الاجتماعية ، السعودية ، 1995 ، ص 4 .

²- رانيا عبد الرحمان و دسوقي محمد الأخرس : دور الصحافة و الإذاعة المدرسية في تنمية وعي الطلاب ، ماجستير ، قسم أصول العربية ، كلية العربية ، 2004 ، ص 4 .

* الوعي حسب إبراهيم مذكور و آخرون يعني : " الفهم و سلامة الإدراك " " إدراك الناس و تصوراتهم للعالم الموضوعي المحيط " ، " مجمل الأفكار و المعارف و الثقافة التي يمثلها الفرد ، و التي تجعله يسلك منها معينا " كما يشير الوعي أحيانا إلى " الاستجابات التي يقوم بها الشخص إزاء موقف معين ¹ و قد عرف القاموس الفلسفي السوفيتي " الوعي " باعتباره المجموع الكلي للعمليات العقلية المشاركة بصورة فعالة في تفهم الإنسان للعالم الموضوعي، و لوجوده الشخصي".²

الوعي هو الحصيلة الكلية للأفكار و النظريات و الآراء و المشاعر الاجتماعية و عادات و تقاليد الناس التي تعكس الواقع الموضوعي للمجتمع الإنساني و الطبيعة.³

و يذهب " جورج ميد " (g . Mead) إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه، و القيام بدور الآخرين ، و تعتبر عملية الاستدراج للآخرين ، أو تمثل الظروف المحيطة شرط أساسي لظهور الوعي.⁴

* أن هذا التعريف يؤكد على ضرورة العمليات الاتصالية في حياة الفرد ، إذ تساعده على القيام بادوار الأفراد المحيطين به ، و معايشة ظروفهم ، و اندماجه فيها ، و هو أمر أساسي لظهور وعي لديه .

*التوعية: (consciousness)

ا / الدلالة الاصطلاحية:

عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن للفرد من إدراك ذاته و إدراك البيئة المحيطة به و الجماعة التي ينتمي إليها كعضو و يذهب " جورج ميد " إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه

⁽¹⁾- إبراهيم مذكور و آخرون : معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1975 ، ص 644 .

⁽²⁾- مؤيد أطلال: الوعي الإنساني من التأمل المجرد إلى الممارسة الثورية ، دراسات عربية فكرية اقتصادية اجتماعية تصدر شهريا عن دار الطليعة، بيروت، العدد 05، آذار - مارس 1975، ص ص 42، 43 .

⁽³⁾- افانا سييف : أصول الفلسفة الماركسية ، ترجمة : حمدي عبد الجواد ، دار الثقافة الجديدة ، القاهرة ، 1975 ، ص 321 .

⁽⁴⁾- محمد الجوهري و آخرون : علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1992 ، ص ص 289 ، 290 .

و القيام بدور الآخرين و تعتبر عملية الاندماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطاً أساسياً لظهور الوعي¹.

التوعية عملية محاولة الإقناع و التأثير في سلوك الأفراد حول موضوع أو فكرة أو قضية و تتضمن آليات الإقناع اللساني و التوضيح و التفهيم و تعزيز كل ذلك بالأدلة و البراهين المقنعة و يشترط الأفكار المراد إيصالها البساطة و الموضوعية و عدم التناقض و وضوح الهدف.

ب / إجرائياً:

حالة من التنبه و اليقظة في الشعور و العقل لمواقف النقص و الغفلة على مستوى الذات و الآخرين و المحيط المعاش و العلاقات و كل ما يتعلق بالمعارف الراهنة و المستقبلية بتكوين آراء و اتجاهات نحو الدعاية .

7 / الوعي الاجتماعي:

1 / الدلالة الاصطلاحية:

الوعي الاجتماعي ملكة إنسانية لدى البشر و هي قديمة قدم اللغة ، و اللغة مثل الوعي ظهرت من خلال ضرورة التعامل مع الآخرين ، و الحاجة التي أوجدت اللغة هي التي أوجدت الوعي إلا أن الاختلافات بين الأفراد تظهر في مضمون هذا الوعي و ما يرتبط به من موضوعات و إحداث².

⁽¹⁾ - محمد الجوهري و آخرون : مرجع سابق ، ص 289 .

⁽²⁾ - فيصل عبير عبد المنعم : علم الاجتماع و تنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية و العالمية ، المكتبة المصرية للنشر و التوزيع، المنصورة، 2009، ص 119.

الوعي الاجتماعي هو مجموعة من المفاهيم و التصورات و الآراء و المعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة و التي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم من ثم تبنها الآخرون لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم.¹

الوعي الاجتماعي هو وعي عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و حتى العلمية التي لها دخل في حياتهم ، و يندرج تحت هذا الوعي الاجتماعي عدة أنواع منها الوعي السياسي و الأخلاقي و الديني و الصحي و الوعي بالطبيعة و غيرها.²

ب / إجرائيا:

الوعي الاجتماعي هو إدراك المجتمع بكافة القضايا سواء الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الدينية التي تشمل حياتهم اليومية.

8 / المرأة:

ا / الدلالة الاصطلاحية:

المرأة هي ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل في أصل الخلقة و تختلف معه في البنية الفسيولوجية قال تعالى : " وَ لَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى " آل عمران 36 ، أي في البناء الفسيولوجي و بالتالي في المهام تسند للكل.³

¹- شكري صابر و موسى حلس : الوعي الاجتماعي العربي تحليل سوسيولوجي ، مكتبة دار المنارة ، غزة ، 2002 ، ص 223 .

²- عبد الله بوجلال : الإعلام و قضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي ، المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 147 ، بيروت ، 1991 ، ص ص 42 ، 45 .

³- طاهري مهدي البليبي : دور المرأة في الدعوة و إصلاح المجتمع ، أكاديمية العلوم الإسلامية ، بروكسل ، ص 2

و لقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم وجود فارق بين الرجل و المرأة جسديا و نفسيا و ثقافيا و عقليا و ليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل و المرأة إنما الظروف الاجتماعية و الاقتصادية و العقائدية أوجدت هذه الفروق .¹

ب / إجرائيا:

المرأة هي المدرسة الأولى كأم و مربية و قدوة لأبنائها و مجتمعها النسوي خاصة و الإسلامي عامة . و هي ذلك الجنس اللطيف العاطفي الفعال و المؤثر لها قدرات و إمكانيات و إسهامات جديرة بالاهتمام تفوق مراتب الرجال .

9 / المرأة الماكثة بالبيت :

ا / الدلالة الاصطلاحية:

هي كل امرأة لا تقوم بأي عمل خارج المنزل و تعتبر ربة بيت تدير الأعمال المنزلية و كل ما يتعلق بتربية الأطفال.²

و هي ركيزة أساسية في كل بيت سواء كانت أم، أخت، زوجة.... فمنها منفعة و منها الأمية و منها المتروجة و منها العزباء و الماكثة بالبيت و هي كل امرأة تحصلت على مستوى دراسي معين و مكثت برغبتها أو ظروف الحياة التي دفعتها إلى البقاء بالبيت.³

¹- هيثم فيصل علي : بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار ، مجلة الانبار ، العدد الثالث ، 2010 ، ص 480.

²- مليكة الحاج يوسف : أثار عمل الأم على تربية أطفالها ، دراسة ميدانية لبعض الأمهات العاملات بمدينة الشارقة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2002 ، ص 24 .

³- المرجع نفسه، ص 25 .

يعرف Andrée Michel الماكثة بالبيت ربة البيت و هي المرأة التي تختص بنوعية عمل معينة داخل المنزل بدءا بالترتيب و التنظيف و الطبخ وصولا إلى تربية الأولاد و خدمة أفراد العائلة خاصة الزوج و هي المرأة المتزوجة غير العاملة في قطاعات أخرى تهتم فقط بالعناية ببيتها و بشؤون أسرتها و إدارة أمور حياتهم وفقا لما تراه مناسبا .¹

ب / إجرائيا:

هي ربة بيت غير عاملة لها مهام تختص بها من عناية ببيتها و أسرتها و تربية أولادها.

¹ - Andrée Michel : **femme, sexisme et société**, éd puf , France , 1997 , p 172 .

5/ الدراسات السابقة

يكون الهدف من استعراض الدراسات السابقة هو تعريف القارئ بكافة الدراسات التي سبق إجرائها في موضوع البحث ، مع عرضها بطريقة منطقية و أمينة تأخذ في الحسبان أوجه التشابه و أوجه الاختلاف بين نتائجها ، و محاولة لبيان أسباب أوجه الاختلاف بينها إن وجدت .

و تمثل الدراسات السابقة سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد الظاهرة و تحديد موقعها من التراث ، و لإلقاء الضوء على الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ، و الأدوات المستخدمة، و النتائج المستخلصة ، و البدء من حيث انتهى الآخرون لان العلم تراكمي ، و هو سلسلة متتابعة من المعارف و الدراسات .

يتضمن هذا الجزء عرضا للبحوث الدراسات السابقة التي أتاحت لنا للاطلاع عليها ، و التي تتناول المتغيرات التي لها صلة وثيقة بالدراسة الحالية و يعد عرضها من اجل معرفة علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة . و لقد حاولنا تسليط الضوء على جملة من الدراسات نذكر منها :

الدراسة الأولى : دراسة شعباني مالك المعنونة ب : " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي

لدى الطالب الجامعي . " ، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة

الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ، للسنة الجامعية 2005 – 2006 .

حاول هذا الباحث الوقوف على دور كل من إذاعتي سيرتا (f m) و الزيبان في نشر الوعي الصحي

لدى الطلبة الجامعيين ، و ذلك بعقد مقارنة حول دور كل من هذين الإذاعتين حيث قسم بحثه إلى 7

فصول : ففي الفصل الأول و هو : موضوع الدراسة : تناول الباحث فيه مشكلة الدراسة و صياغتها

ثم أوضح أهمية الدراسة ، وأسباب اختيار الموضوع و تحديد أهداف الدراسة ، بعد ذلك حدد المفاهيم

و في الأخير تعرض للدراسات السابقة أما الفصل الثاني فتعرض فيه إلى : الإذاعة رؤية بانورامية

حيث تناول الباحث بالتفصيل كل ما يتعلق بالإذاعة ، أما في الفصل الثالث تعرض فيه ل : الوعي

الصحي الإذاعي حاول فيه الإمام بمختلف جوانب هذا الفصل ابتداءا بالصحة و المرض و التنقيف

الصحي أما في الفصل الرابع فقد تعرض إلى الإعلام الوطني و سياسة الجرائر الصحية ، المقومات

و النقائص ، حاول إبراز دور الإعلام الوطني في مجال التنقيف و التوعية الصحية مع التركيز على

دور الإذاعة على وجه الخصوص أما في الفصل الخامس فقد تطرق إلى الجامعة و الطالب الجامعي

، أما في الفصل السادس حدد الإطار المنهجي للدراسة و في الفصل السابع و الأخير تطرق إلى

الجانب الميداني للدراسة ، و قد طرح هذا الباحث السؤال الرئيسي التالي في اشكاليته : ما دور إذاعتا

سيرتا (FM) و الزيبان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين ؟ و أي منهما

له الدور الأكبر في ذلك ؟¹

و قد طرح مجموعة من الفرضيات و هي كالتالي:

¹ - شعباني مالك : دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ، جامعة منتوري ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا ، قسنطينة ، 2005 – 2006 ، ص 27 .

- 1 - أن الإذاعة المحلية سيرتا FM و الزيبان توليان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية .
- 2 - أن الإذاعة المحلية سيرتا FM و الزيبان تقدمان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض تتضمن نصائح و إرشادات وقائية و علاجية لمستمعيها .
- 3 - تساهم الإذاعة المحلية سيرتا FM و الزيبان في تكوين ثقافة صحية لدى مستمعيها .
- 4 - تؤدي الإذاعة المحلية سيرتا FM و الزيبان دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي¹.

- * و قد استخدم الباحث في أطروحته عدة مناهج من بينها : منهج المسح الاجتماعي و المنهج الإحصائي و المنهج المقارن و قد استخدم مجموعة من الأدوات و هي المقابلة و الاستمارة² .
- * و قد توصل الباحث إلى عدة نتائج نذكر أهمها :
- إن نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيبان ببسكرة تفوق نظيرتها المسجلة في سيرتا قسنطينة ، و أن اكبر نسبة استماع للإذاعتين تتم في المنزل ، كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين بقسنطينة يناقشون البرامج الإذاعية مع أفراد عائلاتهم بينما في بسكرة فنتم مناقشتها مع الزملاء.
 - أن نسبة الاستماع للبرامج الإذاعية الصحية بإذاعة الزيبان اكبر منها بإذاعة سيرتا (FM) ، و قد ارجعوا سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة ، كما أن اللغة المستخدمة لطرح المواضيع علمية و مفهومة.

- أن جل أفراد العينة بالإذاعتين يرون بان وجود برامج صحية في أية إذاعة محلية ضروري .
- أن نسبة الاستجابة و الاستفادة من النصائح الطبية التي تقدمها البرامج الصحية بإذاعة الزيبان اكبر منها بإذاعة سيرتا (FM) .³

⁽¹⁾- شعباني مالك: مرجع سابق: ص ص 451 ، 452 ، 453 .

⁽²⁾- المرجع نفسه : ص ص 378 ، 387 .

⁽³⁾- المرجع نفسه، ص 450.

التعقيب على الدراسة :

لقد أسهمت هذه الدراسة في تزويدنا بمعلومات و نتائج جديدة حيث أنها ركزت على الجانب الصحي بينما دراستنا ركزت على الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت أما هذا الباحث فقد تعرض للوعي الصحي للطالب الجامعي في إذاعتين إلا و هما سيرتا و الزيبان بينما دراستنا الميدانية ستكون بإذاعة الطارف ، كذلك اعتمد هذا الباحث على فرضيات بينما اعتمدنا على أسئلة فرعية فقط كذلك اعتمد هذا الباحث في أطروحته على عدة مناهج من بينها : المسح الاجتماعي و المنهج الإحصائي و المنهج المقارن لكن في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي فقط ، لكن بالنسبة لأدوات البحث فقد استعمل كلانا المقابلة و الاستمارة بالإضافة إلى الملاحظة .

الدراسة الثانية : دراسة إسماعيل زهرة المعنونة ب : " دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي

الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت " إذاعة تيارت نموذجاً ، مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر ، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم - لسنة 2012 - 2013 .

اعتمد هذا الباحث في مذكرته على برنامج " البيت السعيد " لإذاعة تيارت لمعرفة مدى إقبال النساء الماكثات بالبيت على استماعه حيث قسم بحثه إلى ثلاثة فصول و هي الجانب النظري تمحور حول بدايات و ظهور الإذاعة بصفة عامة ثم الإذاعة المحلية بصفة خاصة . و الفصل الثاني حول

الإذاعة و علاقتها بالتوعية الاجتماعية و الفصل الثالث و الأخير قام بتعريف إذاعة تيارت المحلية إضافة إلى هيكلها التنظيمي و قد طرح هذا الباحث السؤال الرئيسي التالي في اشكاليته : ما مدى إسهام برامج الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت ؟ و كيف من شأنها تطوير العلاقات الأسرية و تحسين مستواها ؟¹

و منه توصل إلى التساؤلات الفرعية التالية :

- (1)- هل يمكن اعتبار البرامج الإذاعية عاملاً كافياً في تكوين و تدعيم ثقافة الجمهور المحلي ؟
- (2)- ما مدى اهتمام المرأة الماكثة بالبيت بإذاعة تيارت الجهوية ؟
- (3)- هل تمكنت إذاعة تيارت المحلية من فرض وجودها لدى شريحة المرأة الماكثة بالبيت من خلال حصة البيت السعيد ؟
- (4)- هل حققت حصة البيت السعيد هدفها بتغييرها لسلوك المرأة الماكثة في البيت ؟
- (5)- كيف تساهم حصة البيت السعيد في توعية المرأة الماكثة في البيت ؟

بعد طرحه للأسئلة الفرعية تطرق إلى الفرضيات التالية :

¹- إسماعيل زهرة : دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة في البيت ، إذاعة تيارت نموذجاً ، مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، مستغانم ، 2012 - 2013 ، ص 8 .

- (1)- قد يميل المتلقي للإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية، عنصرها هاماً في اهتمامه ببرامجها و تنمية معارفه من خلالها.
- (2)- قد تكون المرأة الماكثة في البيت بولاية تيارت مهتمة بإذاعة تيارت الجهوية .
- (3)- تهتم النساء لولاية تيارت الماكثات في البيوت بإذاعة تيارت خاصة حصة " البيت السعيد " .
- (4)- ساهمت في تنمية سلوكيات المرأة الماكثة بالبيت من خلال حصة " البيت السعيد " .
- (5)- برنامج البيت السعيد يساهم في تنمية الوعي لدى المرأة الماكثة في البيت .¹
- * وقد استخدم الباحث في أطروحته المنهج الوصفي و أداة الاستمارة .²
- * وقد توصل الباحث في الأخير إلى مجموعة من الاستنتاجات ألا و هي:
- هناك علاقة بين البرامج الإذاعية و المرأة الماكثة بالبيت و هذه العلاقة ذو طبيعة ارتباطية ، سببها درجة التأثير هذه الوسيلة على النساء .
- أن النساء المتزوجات و المطلقات من أكثر استماعاً للبرامج الإذاعية.
- أن النساء ينجذبن إلى المواضيع الاجتماعية الأسرية.
- أن للإذاعة دور تثقيفي تعليمي إلى جانب الدور الأساسي الإعلامي و الإخباري.
- أن المرأة متعلقة بالإذاعة كثيراً من خلال الاستماع بشكل دائم و مستمر.³

التعليق على الدراسة :

لقد أسهمت هذه الدراسة في تزويدنا بمعلومات و نتائج جديدة حيث أن اشكالياتها تمثلت في : ما مدى إسهام برامج الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت ؟ و كيف من شأنها تطوير العلاقات الأسرية و تحسين مستواها ؟ نلاحظ أن هذا الباحث اعتمد في سؤاله المركزي

⁽¹⁾- سماعيل زهرة : مرجع سابق: ص 8 .

⁽²⁾- المرجع نفسه، ص 10 .

⁽³⁾- المرجع نفسه : ص 81 .

على طرحه سؤالين بدلا من سؤال واحد ، أما بالنسبة لاشكاليتنا فتمثلت في : ما دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت ؟ أما بالنسبة لهذا الباحث فقد كانت دراسته الميدانية بإذاعة تيارت و اختار برنامج واحد اجتماعي ألا و هو : برنامج البيت السعيد الذي يضم العديد من المشكلات الاجتماعية التي قد تتعرض لها كل امرأة أما بالنسبة لنا ستكون دراستنا الميدانية بإذاعة الطارف على مختلف البرامج الاجتماعية المقدمة للمرأة ، أما بالنسبة للفرضيات و الأسئلة الفرعية فهذا الباحث اعتمد على كلاهما أما نحن فاعتمدنا فقط على الأسئلة الفرعية ، أما بالنسبة للمنهج فقد اعتمدنا على نفس المنهج و هو المنهج الوصفي أما بالنسبة لأداة جمع البيانات هو استعمل الاستمارة لكن نحن استعملنا الاستمارة و المقابلة و الملاحظة .

الدراسة الثالثة : دراسة مليكة زيد المعنونة ب : " دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت " ، دراسة ميدانية بإذاعة الوادي ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية ، تخصص : دعوة و إعلام و اتصال ، للسنة الجامعية 2014 - 2015.

تناولت الدراسة موضوع الإذاعة و دورها في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت و هي بذلك تنطلق من نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام و أثرها في تشكيل الوعي و الصورة الذهنية للجمهور و تشكيل الاتجاهات حيث قامت الدراسة على أربعة فصول يمثل الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة ، و الفصل الثاني خصص للإذاعة في العالم و الإذاعة المحلية ، ثم عرض في الفصل الثالث أهمية الوعي و دور الإعلام في تشكيله ، و في الفصل الأخير الجانب الميداني للدراسة و عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها ، حيث طرحت هذه الباحثة السؤال الرئيسي التالي في اشكالياتها: **ما حقيقة الدور الذي تقوم به إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت؟¹**

و قد طرحت مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت فيما يلي :

1 - ما هو دور الإذاعة التوعوي ؟

2 - ما المقصود بالوعي الديني ؟

3 - ما مدى متابعة النساء الماكثات بالبيت للإذاعة ؟

4 - ما الأهمية من توعية المرأة دينيا ؟

¹ - مليكة زيد : دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية ، تخصص دعوة إعلام و اتصال ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم العلم الاجتماعية ، شعبة العلوم الإسلامية ، الوادي ، 2014 - 2015 ، ص 10 .

5 - ما مدى تأثير الإذاعة في المستمعين من جمهور النساء عموماً و الماكثة بالبيت خصوصاً ؟
و فيما يتمثل هذا التأثير ؟

6 - هل لمتغير السكن بالنسبة للمرأة الماكثة في الريف و المدينة علاقة بمدى إقبالها و استماعها للبرامج الدينية ؟¹

*وقد استخدمت الباحثة في أطروحتها على المنهج الوصفي و استخدمت الاستمارة و المقابلة كأدوات جمع البيانات.²

*و قد توصلت الباحثة إلى عدة نتائج نذكر منها :

- في كون أن للإذاعة دور في تنمية وعي الأفراد المستمعين من النساء الماكثات إلا أن هذا الدور يبقى متوسطاً.³

- الإذاعة تستقطب جمهوراً لا بأس به من المستمعات الماكثات غالبيةهن أقل من 40 سنة و فئة المتزوجات تحتل غالبية الاهتمام و الاستماع للإذاعة الوادي .

- تتمثل درجة تأثير الإذاعة من خلال ما تروج له من مضامين كانت متوسطة بدرجة إلى حد ما .

- متغير السكن يؤثر على رأي المستمعات الماكثة أحياناً و لا يؤثر أحياناً أخرى .

- هناك وعي متكون لدى أفراد عينة الماكثات من خلال احتلال البرامج الدينية أولى اهتماماتها

و دافع استماعهن للإذاعة لغرض التحصيل الديني.⁴

(1)- مليكة زيد : مرجع سابق، ص 10 .

(2)- المرجع نفسه : ص 28 .

(3)-المرجع نفسه ، ص 159 .

(4)- المرجع نفسه :ص 159 .

التعقيب على الدراسة :

لقد أسهمت هذه الدراسة في تزويدنا بمعلومات و نتائج جديدة حيث أن اشكاليته تمثلت في : ما حقيقة الدور الذي تقوم به إذاعة الوادي في تنمية الوعي للمرأة الماكثة بالبيت ؟ حيث نجد أن هذه الباحثة كانت دراستها الميدانية بإذاعة الوادي و ركزت على دور هذه الأخيرة في تنمية الوعي الديني للنساء الماكثات بالبيت لكن دراستنا ركزت على تنمية الوعي الاجتماعي لهاته الشريحة من النساء ، كذلك اعتمدت هذه الباحثة على فرضيات في دراستها أما نحن فاعتمدنا على أسئلة جزئية فقط ،أما بالنسبة للمنهج فقد اعتمدنا على نفس المنهج ألا و هو المنهج الوصفي أما بالنسبة للأدوات كذلك نفسها لكننا أضفنا عليها أداة الملاحظة .

6/ الخلفية النظرية

تمهيد

العلم لا يتقدم إذا كانت الحقائق غير مترابطة ، فالنظرية تنعم هذه الحقائق و توضح لنا ما هي المتغيرات و علاقتها مع بعضها البعض ، و للنظريات عدة أغراض منها تعميم النتائج و شرح الظاهرة و التنبؤ و التحفيز لأبحاث جديدة.

و حتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا من الأنسب أن نعتد على نظريات محددة تتمثل في النظرية البنائية الوظيفية ، و النظرية التفاعلية الرمزية و نظرية الاستخدامات و الاشباع . و هي نظريات تهتم بدراسة الجماهير دراسة وظيفية منظمة و تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون الإعلام.

و غالبا ما ينطلق الباحث من خلفية نظرية، لتصبح في مراحل متقدمة من البحث هي الموجه الأساسي و المحرك الرئيسي للعملية البحثية.

1/ النظرية البنائية الوظيفية:

1-1- المقولات الأساسية للبنائية الوظيفية:

منذ نهاية الثلاثينيات و بداية الأربعينيات تبلورت الوظيفية كنظرية و تصور يوجه عمليات البحث في علم الاجتماع الغربي و ذلك عندما نشر "تالكوت بارسونز" كتابه بناء الفعل الاجتماعي 1937، و تقوم النظرية البنائية الوظيفية كغيرها من النظريات السوسيولوجية على عدد من المقولات أو الأفكار الأساسية في فهم الواقع الاجتماعي و تفسيره.

النسق الاجتماعي: يعتبر مفهوم النسق الاجتماعي من المفاهيم المركزية للنظرية البنائية الوظيفية

التقليدية أو المعاصرة. و هذا ما يظهر في تحليلات "تالكوت بارسونز" و ذلك بالنظر الى المجتمع على انه بناء اجتماعي يتكون من الأنساق الفرعية المتبادلة وظيفيا مثل النسق الاقتصادي و السياسي و الديني...، كما حاول "بارسونز" و غيره من رواد البنائية الوظيفية من امثل "روبرت ميرتون" أن يعرض لأهم العوامل و المتطلبات. ¹ الوظيفية التي تساهم في عملية استقرار النسق الاجتماعي و المجتمع، و استمرار توازنه و بقائه ، و هذا ما جعل فكرة النسق ترتبط بمقولات أخرى مثل: التوازن والتكامل والتكيف

كما جاءت فكرة النسق الاجتماعي من تحليلات البيانية الوظيفية التقليدية عند دوركايم سبنسر بارتو و فيبر وخاصة عندما ركزوا على دراسة علاقة النظم الاجتماعية بعضها ببعض ونقدا ما جاء على سبيل المثال في تحليلات دوركايم للنسق القانوني وعلاقته بالنسق السياسي أو الديني أو الاقتصادي وهذا ما ظهر في نظرية التضامن الاجتماعي (social solidarity theory) كما سعى كل من بارسونز و ميرتون وغيرهم الاستعانة بتحليلات الوظيفية التقليدية خاصة عندما حاولوا التركيز على

¹ (خالد حامد : مدخل إلى علم الاجتماع ، جسر للنشر و التوزيع ، ط3 ، المحمدية ، الجزائر ، 2015 ، ص 98.

دراسة فكرة المجتمع أو النسق الاجتماعي المعياري وحاجة الأفراد في المجتمعات الحديثة إلى وجود
يتسم بتحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي .

وقد حرص رواد النظرية البنائية التقليدية والمعاصرة على تحليل فكرة البناء الاجتماعي وتطوره تاريخيا
وذلك بدراسته وتحليله من منظور تاريخي "مالينو فسكي" و "راكليف براون" وغيرهم ممن استخدموا
فكرة البناءات والأنساق الاجتماعية وخاصة عند اهتمامهم بطبيعة العلاقات المتبادلة¹ بين الأنساق
والنظم الاجتماعية مثل الأسرة والمدرسة والدولة والاقتصاد وغيرها من مكونات البناء الاجتماعي والتي
يقوم كل منها بتحقيق وظائف وإشباع حاجات معينة . وفي ضوء ذلك ركز "بارسونز" على ضرورة
وضع ما يعرف بالمطلبات الوظيفية والتي تكمن داخل عمليات أربعة² وهي التكيف , تحقيق
الهدف , التكامل , والمحافظة على بقاء النمو وذلك ليؤكد علاقة الأنساق الفرعية بالنسق الأكبر
(المجتمع) .

التكيف يتطلب النسق التكيف مع البيئة التي تحيط به و أن يقوم أيضا بتأمين مجموعات من الوسائل
المادية والمعنوية الضرورية لحياة أعضاء النسق.

تحقيق الهدف وذلك بتحديد الأولويات أو الضروريات اللازمة لتحقيق أهداف المجتمع أو النسق وذلك
عن طريق التنسيق بين مجموعة المدخلات والموارد اللازمة والعمل على استخدامها بصورة مثلى
لتحقيق حاجات وأهداف النسق .

التكامل أن مكونات النسق سواء كانوا الأفراد أو الجماعات أو النظم الفرعية لا بد أن يتكاملوا من اجل
تحقيق الأهداف العامة وانجاز الوظائف وذلك باعتبارهم أجزاء من البناء الاجتماعي .

¹ خالد حامد مرجع سابق . ص 100 .

² المرجع نفسه , ص 101 .

المحافظة على النمط وإدارة التوتر أكد "بارسونز" على أهمية المحافظة على النمط وذلك عن طريق

طرح عدد من الخصائص والسمات العامة التي تتمثل في المهارات اللازمة والتخصص والحوافز المادية والمعنوية والسمات الشخصية للقيادات والأعضاء مع ضرورة الالتزام أيضا بمنظومة القيم الاجتماعية التي تساهم في خفض معدلات التوتر أو التصدع التي قد تنشأ خلال عمليات التفاعل الاجتماعي .

وقد اهتم رواد البنائية الوظيفية المعاصرة بمشكلات الصراع كحقيقة تجاهلها البنائية التقليدية ، وشكلت

نقطة ضعفها ، لأنها اعتبرت التكامل والتوازن هما الميزة الوظيفية للبناء الاجتماعي ، وهذا ما أشار

إليه في تصوراته حول المحافظة على النسق وإدارة التوتر ، ونجده كذلك عند "روبرت ميرتون"¹

¹ (خالد جامد ,مرجع سابق , ص 102

2/ التفاعلية الرمزية

1-2 نشأتها

ظهرت التفاعلية الرمزية بظهور النزعات الاجتماعية السلوكية او ما يعرف بالنزعات الاجتماعية النفسية كمدرسة شيكاغو (اواخر القرن التاسع عشر)¹ وتحليلات "سمول " و "ويلهام توماس" و " روبرت بارك" من جامعة هارفارد والتي ركزت على الخصائص الحضارية والبيئية والاجتماعية والسيكولوجية والثقافية التي تؤثر على عمليات التفاعل بين الجماعات المحلية كما تعود جذورها الى إسهامات علماء النفس والتربية والفلسفة وعلم الاجتماع وهذا ما ظهر في إسهامات "جورج ميد " وعالم البرجماتية "جون ديوي " اللذين أسهما في التحليلات السلوكية الواقعية وتفسيرها للكثير من الحقائق الاجتماعية والنفسية ,ثم "هربرت بلومر" و "بارك توماس" .

وقد ظهرت في بداية القرن العشرين على يد "جورج هربرت" خاصة في كتابه العقل والذات والمجتمع, فالفرد في تفاعله مع الآخرين يكون صورة ذهنية أو رمز عن كل فرد تفاعل معه , وهذا الرمز قد يكون محببا وغير محببا , وطبيعة الرمز الذي أعطاه الفرد للآخرين هو الذي يحدد علاقته معهم .

2-2 مفهومها

يشير مفهوم التفاعلية الرمزية الى عملية التفاعل الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة ووسائلهم في تحقيق أهدافهم .. ويعرف "أنتوني غدنز" التفاعلية الرمزية بأنها تعني بالقضايا المتصلة باللغة والمعنى لأنها كما يرى "ميد" تنتج لنا الفرصة لنصل لمرحلة الوعي الذاتي وندرك ذاتنا ونحس بفرديتنا, كما أنها تمكننا من أن نرى أنفسنا من الخارج مثلما يرانا الآخرون . وقد استخدم هذا المفهوم لتمييز نمط من العلاقات

¹ خالد جامد , مرجع سابق , ص121.

الاجتماعية ولتفسير بعض الملاحظات¹ الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله ذلك التفاعل الذي يقوم على استخدام الرموز التي تتخذ صورا وأشكالا متعددة.²

3/ نظرية الاستخدامات والاشباكات :

تعد نظرية الاستخدامات والاشباكات إحدى النظريات الاعلامية التي تستخدم في تفسير ما يحدث وتقوم به وسائل الإعلام من مواقع إخبارية الكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي فقد كان ظهور النظرية في كتاب "اثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" سنة 1974 ومؤلفه "كانلز وبلملتر" والذي تضمن وظائف وسائل الاتصال ودوافع استخدامات الفرد لهذه الوسائل .

وتعتمد هذه النظرية على نظرة سلبية اتجاه الجمهور بحيث تعتبر لا حول ولا قوة له في السيطرة لوسائل الإعلام وتأثيرها الفعال حيث تأخذ النظرية في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة وتشرح سلوكه الاتصالي فيها بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لان الأفراد يوظفون الرسائل لصالحهم بدلا من التصرف السلبي حيالها.

وتعني نظرية الاستخدامات والاشباكات على فاعلية الجمهور المستقبل إذ انه دائم التقرير لما يريد أن يستفيدون من وسائل الإعلام بدل السماح للإعلام بالسيطرة على الفرد فالجمهور يحتاج للإعلام ليلبية احتياجات ويحصل على ما يحتاج من خلاله ويعتبر التحدي الأكبر للمداخل المختلفة لنظرية الاستخدامات والاشباكات هو ربطها بالتأثيرات وإقامة الدليل على قيام العلاقة بين الاستخدام وتحقيق الرضا والإشباع³

¹ خالد جامد:مرجع سابق.ص.122.

³ ياسر نعيم عد الله: استخدام شبكت التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية، دار الراية للنشر والتوزيع،الأردن، ط1 2018 ص 62.

3-1/ مفاهيم تعتمد عليها النظرية:

تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباع على مفهومين رئيسيين نشرحهما كالآتي :

الاستخدام:

الاستخدام في اللغة: من استخدام استخداما أي اتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

يعرفه يافيس فرنسو لوكو ياديك بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حين الحديث عن الاستخدام¹.

الإشباع :

يعني مصطلح الإشباع في اللغة: هي مأخوذة من الشبع وتشبع العقل أي وافره والتشبع من يرى انه شبعان وليس كذلك الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع ما . فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر . ويمكن توضيح العلاقة بين الاستخدامات والاشباع من خلال اتجاهات ثلاثي شرحها كالآتي²:

الاتجاه الأول: يرى أن سلوك الفرد المتمثل في مشاهدة مضمون معين على سبيل المثال يكون بشكل مخطط بدافع العادة أو تركيبية الفرد النفسية .

¹ ياسر نعيم عبد الله: مرجع سابق, ص 63.

² مرجع نفسه , ص 63

الاتجاه الثاني: اتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر على الفرد كحاجة ملحة لا يمكن أن يتوقف الفرد عنها إلا بعد أن يتم إشباع حاجته .

الاتجاه الثالث: يرى أن الدافع هو شيء داخلي لا يؤثر مباشرة في الفرد وبالتالي من الصعب تحويله إلى شيء مادي متمثل في سلوك معين .

2-3 جذور نظرية الاستخدامات والاشباع:

تعود جذور هذه النظرية إلى الأربعينيات من القرن الماضي عندما كانت البحوث العلمية الاجتماعية المبكرة تركز على الاتصال الجماهيري وتبحث دوره الوظيفي , وكانت البحث تركز على تأثيرات مضمون وسائل الاتصال ولم تكن البحوث تركز على جوانب الاستخدامات والاشباع .

فقد أجرت هيرتا هيو تزوج دراستها (1941) والتي افترضت وجود أربعة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات في المذيع (تنافسية,تربوية ,التقدير الذاتي) وثلاث اشباع لمستمعي المسلسلات في الراديو (التحرير العاطفي ,التفكير المبني على الرغبة) وفي العام 1951 أجرى "ريليز" سلسلة بحوث والتي أوضحت أن الأطفال الذين كانوا على توحيد جيد مع أصدقائهم وأقربائهم استخدموا قصص المغامرات بشكل مختلف عن الأطفال المنعزلين اجتماعيا , وأجريت أيضا دراسة في العام 1953 أجراها فريد رسون وكذلك دراسة أخرى أجراها جونستون والتي افترضت أن قوى الارتباط النسبي للآباء والأقران تقود إلى نماذج مختلفة من تفصيلات وسائل الإعلام للآباء بصفة عامة وخلال عقدي الأربعينات والخمسينات فجر الباحثون مدخل الاستخدامات والاشباع بسبب القصور المنهجي

وعادوا مرة أخرى لأسباب متعددة ربما كان أهمها الإحباط العام الذي أصاب به الدارسون بعد توالي نتائج تؤكد على قلة تأثيرات وسائل الاتصال.¹

وفي أوائل السبعينات تم إيجاد محاولات منظمة في بحوث الاستخدامات والاشباع أنتجت أجوبة مقبولة أو توسعات في تلك الدراسات من أجل إدخال تحسينات على منظور البحوث المستقبلية أو الإجابة على الانتقادات الموجهة للمنظور , وتتعامل مع استخدام وسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية وقام "ألان روين" بتعديل على النظرية ولم تعد النظرة إلى الجمهور على أساس أن كل الأفراد متشابهين في النشاط. كما أوضح بعض الباحثون أن بعض الأفراد لهم حاجات محددة ربما تشبهها وسائل الاتصال أو لا فليس حتماً أن وسائل الاتصال دائماً تؤثر بالأفراد وليس شرطاً أن يكون التأثير ايجابياً أو سلبياً . وقد نجح "اليكسيس تان" في تطوير نموذج عام للحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام والاتصال للأفراد حيث بين أن هذه الحاجات تشمل:

الحاجات المعرفية: وتتمثل في حاجات الأفراد للمعلومات وللمعرفة لفهم البيئة وذلك مرتبط بطبيعة الإنسان الاستكشافية وحسب معرفة ما هو غير معروف.

حاجات التكامل الشخصي: وتتمثل في الحاجات البشرية الأساسية والمرتبطة بانعدام الثقة وغياب الاستقرار وهذه الحاجات مرتبطة برغبة الفرد في تحقيق الذات والسعي إلى تطويرها وبناء شخصيته.

حاجات التكامل الاجتماعي: وهي مرتبطة بالعلاقة التي يرتبط الفرد بها (الأسرة, الأصدقاء,

العمل)

الحاجات العاطفية: وتتمثل في الحاجات البشرية في السعي لتحقيق الرفاهية والمتعة الجمالية.

¹ (ياسر نعيم عبد الله : مرجع سابق , ص 64.

الحاجات الهروبية: وتتمثل في الهروب وتخفيف التوتر والرغبة في التحويل بعيدا عن المشكلات

اليومية.¹

3-3 مصادر اشباعات وسائل الإعلام

وقد صنف لوريينس وينر مصادر الاشباعات التي يبحث الجمهور المستهلك لوسائل الإعلام لتحقيقها

كمايلي :

اشباعات المحتوى: وهي الاشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها

أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة.

اختيار الوسيلة: فاختيار وسيلة الاتصال في حد ذاتها يمكن أن يشبع احتياجات معينة مثل الترفيه

والاسترخاء أو متابعة الأخبار أو الهروب من الواقع.

اشباعات عملية الاتصال: وهي الاشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة

ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة . وتنقسم الى :

اشباعات شبه توجيهية: وتتمثل في عملية الحصول على المعلومات وتأکید الذات ومراقبة البيئة

وهي اشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والانتماء.

اشباعات شبه اجتماعية: وهي مرتبطة بالمعلومات التي يحصل عليها الفرد من خلال شبكة

علاقاته الاجتماعية إذ يستخدم أفراد الجمهور وسائل الاتصال لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين

أصدقائهم و أسرهم من خلال تحقيق اشباعات مثل إيجاد موضوعات للنقاش من خلال الاستخدام

والحصول على المعلومات.

¹ (ياسر نعيم عبد الله : مرجع سابق، ص 65.

3-4 أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تهدف نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- 1- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بما يتلاءم مع رغباتهم واحتياجاتهم .
- 2- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسائل الإعلام.¹
- 3- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها .
- 4- الكشف عن الاشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والاشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام .
- 5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والاشباعات الناتجة عن ذلك.
- 6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعها.²

3-5 افتراضات نموذج الاستخدامات والاشباعات :

يقوم نموذج الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من الافتراضات قام بوضعها "كاتز" وزملائه في عام 1947 ثم قام "بالمجرين" 1985 بتطويرها على النحو التالي:

1. **الجمهور النشط:** يعتبر جمهور وسائل الاتصال والإعلام جمهور ايجابي يتعامل مع وسائل الإعلام ويؤثر ويتأثر بها.
2. يترتب على ذلك الشأن كثيرا من استخدامات الوسيلة الإعلامية يمكن إدراكها كهدف موجه.
3. بناء على ما ورد يربط الجمهور الحقيقي الحاجات بالوسيلة الإعلامية التي اختارها.
4. لا يمكن الاعتماد على محتوى الوسيلة الإعلامية فقط كمؤثر للتنبؤ بدرجة الإشباع للفرد.

¹ ياسر نعيم عبد الله : مرجع سابق , ص 66 .
² المرجع نفسه, ص 67

5. يمكن استخدام الوسيلة الإعلامية لإرضاء نسبة عالية من الاشباعات.
6. خصائص الوسيلة الإعلامية تبني الدرجة التي تكون فيها الوسيلة الإعلامية مشبعة في أوقات مختلفة.¹

أ. الاشباعات التي يتم تحقيقها يمكن أن ترجع أصولها إلى محتوى الوسيلة الإعلامية أو التعرض نفسه أو إلى حالة اجتماعية أخرى يمكن أن يحدث فيها التعرض.

وذكر محمد البشراي لينتل جون أكد أن هناك 3 فروض أساسية تنطلق منها هذه النظرية :

1. أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.
2. ان جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق احتياجاته ورغباته , فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.
3. أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور.²

¹ ياسر نعيم عبد الله : مرجع سابق , ص 67.

² المرجع نفسه , ص 68.

3-6 عناصر النظرية :

هناك مجموعة من العناصر التي تعتمد عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات وهي :

- ✓ **افتراض الجمهور النشط :** تفترض نظريات التأثير الجانب السلبي بالنسبة للمتلقى أمام قوة الوسائل الإعلامية , وتأثيرها الفاعل , ويعتبر مفهوم الجمهور النشط من أهم مفاهيم نظرية الاستخدامات والاشباعات .
- ✓ **الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام:** تعتبر العوامل الديمغرافية (السن, المهنة, الجنس, المستوى التعليمي , دخل الأسرة) من العوامل المؤثرة في استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة معتمدا على حاجاتهم ورغباتهم .
- ✓ **دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام:** ويعرف الدافع على انه حالة من القلق الداخلي أو الرغبة لدى الإنسان يدفعه للقيام بسلوك يهدف إلى إشباع رغباته وحاجاته.
- ✓ **التوقعات من وسائل الإعلام:** الفرد وحين يتعرض لوسائل الاتصال يتوقع منها إشباع حاجاته وهذا معتمد على الأصول النفسية لدى الفرد ومدى ملائمتها مع ميوله.¹
- ✓ **تعرض الجمهور لوسائل الاتصال :** هناك علاقة وارتباط ما بين بحث الفرد عن إشباع حاجاته وما تعرضه وسائل الاتصال وزيادة تعرض الأفراد لها يجعل من إمكانية إشباعهم لحاجاتهم أمرا طبيعيا.
- ✓ **اشباعات وسائل الإعلام:** تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباعات من اجل مساعدة الأفراد في اختيار وسائل الاتصال التي تلائمهم .

¹ ياسر نعيم عبد الله: مرجع سابق, ص68.

ويشتمل نشاط الجمهور على الجوانب الآتية :

- **الانتقائية** : وتعني النشاط الذي يشتمل استخدام إحدى وسائل الإعلام ويعتمد ذلك من قبل المستهلك وتبدأ هذه الفكرة مع ضرورة اختيار المستهلك الوسيلة الإعلامية للقرار الذي يلائمه.
- **المنفعة**: يمثل ذلك تجسيدا لاهتمامات المستهلكين حيث ينشرون مجموعة من الاحتياجات أثناء التعرض لوسائل الإعلام من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم.
- **العمدية**: وهي سعي الفرد إلى الاستفادة من وسائل الإعلام وفق احتياجاته ورغباته وفق اختياره لها وبالتالي يكون هو من قرر أي نوع من الإعلام يحتاج .
- **المقاومة للتأثر**: طبيعة الإنسان لا يجب الخضوع إلى تعليمات الغير، وبالتالي تجده يقاوم أي أمر يحاول الآخر فرضه عليها ويسعى دائما لأن يكون هو من يقرر.
- **المشاركة**: تعتمد المشاركة على طبيعة ما تنشره وسائل الإعلام ومدى وصول الوسيلة للمستهلك وقناعاته بما تطرح من أفكار تلبي احتياجاته وطموحه.¹

3-7 الأصول الاجتماعية لاشباعات وسائل الإعلام:

وضع بلومر سنة 1979، 3 أصول اجتماعية رئيسية لاشباعات وسائل الإعلام وتتلخص في :

- ❖ عوامل معيارية مؤثرة تسبب متطلبات معينة أو توقعات مرتكزة على النوع , العمر , الأدوار الاجتماعية...الخ.
- ❖ فرض المعيشة الموزعة اجتماعيا والتي تتكون من تلك العوامل التي تسهل استغراق أوفر مع محتوى الوسيلة الإعلامية.

¹ (ياسر نعيم عبد الله: مرجع سابق , ص 69.

❖ رد الفعل الذاتي أو ضبط الفرد لمركزه الاجتماعي على سبيل المثال الرضا الوظيفي والدور

الذي يقوم به الفرد.¹

4 - إسقاط النظرية:

من خلال ما تطرقنا إليه من النظريات نلاحظ أن نظرية الاستخدامات و الاشباعات هي الأنسب إلى موضوع دراستنا حيث يعد استخدام النساء الماكثات بالبيت للإذاعة المحلية يركز على أسس نظرية الاستخدامات و الاشباعات و التي تهدف إلى تعرف الأفراد إلى كيفية استخدام وسائل الإعلام والتي من بينها الإذاعة, حيث تنظر إلى الجمهور النشط والذي يختار الوسيلة المناسبة التي تشبع رغباته وحاجاته وهذا ما يحصل للنساء الماكثات بالبيت والذين يرون من الإذاعة المحلية حاجة ملحة لهم للتعبير عن مواقفهم الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية والاقتصادية واكتسابهن وعيا بمختلف

أشكاله (اجتماعي, ديني, ثقافي , اقتصادي , صحيالخ)

وإذا حاولنا ربط نظرية الاستخدامات و الاشباعات بالأصول الاجتماعية والثقافية والصحية والاقتصادية لدى النساء الماكثات بالبيت والذين يستخدمون الإذاعة المحلية فإننا نجد مايلي :

1. الأصول الاجتماعية: في ظل تنامي التكنولوجيا وتطور وسائل الإعلام وتحت الظروف

السائدة في المجتمع من تطورات اجتماعية وتغير اجتماعي في كافة المجالات فان المرأة

الماكثة بالبيت بحاجة إلى استخدام وسائل الإعلام من اجل أن تكون بصورة التطور

والأحداث التي تتعلق بالمجتمع , وبالتالي تستطيع التعبير عنها فيما بعد من خلال الإذاعة

وبالتالي اكتسابها وعيا اجتماعيا من خلال التأثير والتأثر.

¹ ياسر نعيم عبد الله : مرجع سابق , ص 70.

2. **الأصول الثقافية** : يعرف المجتمع الجزائري التنوع في الثقافات فنجد الثقافة القبائلية والشاوية التي تندرج تحت الثقافة الجزائرية الأم وبالتالي فإن الإذاعة التي تعتبر من وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في نقل هذه الثقافات وتبادلها بين أفراد المجتمع وبالتالي تعمل المرأة الماكثة بالبيت على اكتساب وعيا ثقافيا من خلال استماعها لمختلف الأنشطة الثقافية المتاحة عبر الإذاعة.
3. **الأصول الصحية**: تقدم الإذاعة بصفقتها وسيلة من وسائل الإعلام نصائح وإرشادات تهتم بصحة المرأة ورشافتها وذلك من خلال البرامج التي تقدمها سواء أسبوعيا أو يوميا فهي تخصص دائما برنامجا خاصا بالوصفات والإرشادات التي تحتاجها المرأة في البيت للاعتناء بصحتها ونظارتها.
4. **الأصول الاقتصادية**: فهنا تقوم الإذاعة من خلال برامجها بتقديم إرشادات ونصائح للمرأة في كيفية تسيير أمور بيتها الاقتصادية من كيفية الاستهلاك إلى كيفية الادخار و حسن التصرف في الدخل وتقسيمه على الاحتياجات اليومية بالتقسيط والتساوي دون التبذير.
- وهنا نستطيع أن نربط موضوع دراستنا بافتراضات النظرية والتي تعتمد على 3 فروض أساسية نحاول إسقاطها كالآتي:

1. أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية أي أن جمهور الإذاعة من نساء ماكثات بالبيت يسعى إلى إشباع حاجة معينة الا وهي وعيا اجتماعيا بكافة أشكاله من خلال ما تعرضه هذه الأخيرة من برامج اجتماعية وثقافية وصحية واقتصادية وكذلك سياسية ودينية وغيرها من البرامج.

2. أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة أي أن جمهور الإذاعة من نساء ماكنات بالبيت هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام الأخرى التي تحقق لهن حاجاتهن ورغباتهن، فهن يعرفن هذه الحاجات والرغبات وتحاولن إشباعها من خلال استخدامهن للإذاعة.
3. أن وسائل الإعلام تنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور، أن الإذاعة باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام تنافس غيرها من الوسائل الإعلامية لإشباع رغبات الجمهور.

خلاصة:

لقد تناولنا في الفصل الأول جانب مهم تطرقنا فيه إلى الإشكالية و التي تضمنت السؤال الرئيسي و الأسئلة الفرعية و الإطار المفهومي للدراسة و تضمنت المفاهيم الأساسية للدراسة الخاصة بموضوع بحثنا، حيث أن هذا النوع من الدراسات مهم جدا لكونه يمكننا أكثر من التوسع التدريجي في البحث و الفهم المععمق لمتغيرات الدراسة و مؤشراتنا.

الفصل الثالث: المعالجة السوسولوجية للدراسة.

تمهيد

أولاً: الإذاعة و تطور الإعلام المحلي في الجزائر

1/ الإذاعة

2/ خصائص الإذاعة

3/ أنواع و مميزات الإذاعة

4/ أهمية و أهداف الإذاعة

5/ القوالب الفنية الإذاعية

ثانياً: أهمية الوعي ودور الإعلام في تشكيله

1/ قضية الوعي

2/ أبعاد الوعي

3/ أنماط الوعي و سماته

4/ أنواع الوعي

5/ الإعلام وتشكيل الوعي

6/ أشكال الوعي و علاقتها بالإعلام.

ثالثاً: الإعلام والمرأة

1/ المرأة والتاريخ

2/ المرأة في الإسلام.

3/ مكانة المرأة في المجتمع الجزائري.

4/ صورة المرأة في الاعلام العربي

5/ واقع إعلام المرأة.

خلاصة

تمهيد

احتلت الإذاعة منذ القديم مكانة بارزة في العالم و قد كان لها مكانة كبيرة في جميع الأوساط، فرضت وجودها في كل المواضيع فهي وسيلة التعبير المبنية على الكلام ، الموسيقى، الصوت و قدمت على نفسها مختلف المهام كالتسليية و الأنباء و الخدمات ذات المنفعة العامة و زادت أهميتها في دول العالم الثالث و بالخصوص في الجزائر لاعتبارات كثيرة .

فالإذاعة في المجتمعات و لا سيما المحلية لها العديد من الوظائف و الأهداف التي فرضتها التطورات الحاصلة عبر مراحل الزمن و خاصة في ظل تطور التكنولوجيا الجديدة حيث تهتم هذه الأخيرة بكل انشغالات المواطنين عبر تراب الوطن من خلال معالجة كل القضايا التي تهدد أمنهم و سلامتهم ناهيك عن التوعية الاجتماعية بمختلف أشكالها التي تقدمها لكافة أفراد المجتمع و خاصة المرأة من خلال برامجها و الدعوة إلى التقدم و الازدهار بالإضافة إلى احتضانها و تشجيعها للأعمال الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و الصحية إلى غيرها من الأعمال التي من شأنها أن تساعد على نشر الوعي داخل أوساط المجتمع .

أولاً : الإذاعة و تطور الإعلام المحلي في الجزائر .

1 - الإذاعة:

1 - 1 - نشأة و تطور الإذاعة :

1 - 1 - 1 - في العالم :

لقد ظهرت الإذاعة مع بداية القرن التاسع عشر ، و لم يكن ظهورها وليد صدفة أو نابع من فراغ بل

جاء نتيجة العديد من الدراسات التي قام بها الرواد الأوائل في مجالات متعددة .¹

و منذ ظهور موجات الراديو تسابقت الدول لتتال شرف سبق اختراعه كأنه انجاز علمي . فادعى

الروس أن الاتحاد السوفيتي هو أول من اخترع الراديو سنة 1885 م ، كما استطاع المخترع

الايطاليي (جوليميو ماركو ني) اكتشاف الإذاعة الصوتية بعد أن تمكن من ابتكار جديد و هو

إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الهواء و جل ابتكاره هذا السنة 1896 ، و لم يكن انجازه

هذا وليد عمل منفرد منه و لكن شروط النهضة هي التي صنعتها ، فالحضارة هي التي تضع

منتجاتها² .

¹ - ماجي الحلواني حسين: مقدمة في الفنون الإذاعية و السمع بصرية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، 1991، ص 11.

² - إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011، ص 95.

و العالم البريطاني (هنري جاكسون) الذي نبع في مجال اللاسلكي و الروسي (بوبوف) و إديسون الذين كان لهم الفضل لقيامهم بتجارب ساعدت على إنتاج أطول الموجات اللازمة للإرسال من خلال الموجة القصيرة و ترجع أهمية اكتشاف الموجة القصيرة إلى عدد من العلماء منهم ماكسويل الذي توصل عام 1865 إلى إثبات وجود الكهرومغناطيسية و أن هذه الموجات يمكن أن تنتقل من خلال الهواء بسرعة الضوء.¹

و أجرى العالم الألماني (هنري هرتز) تجارب على الموجة القصيرة و اثبت صحة نظرية ماكسويل و استطاع قياس طول الموجات الكهرومغناطيسية و سرعتها حيث اكتشف أن سرعتها تساوي سرعة الضوء و كان له الفضل في اكتشاف الموجة القصيرة عام 1988 م.

أمكنه إنتاج الأمواج الكهرومغناطيسية المسماة بأمواج هرتز أو أمواج الراديو و هي ذات موجات طويلة لها خواص الانعكاس و الانكسار و الاستقطاب.²

* كما استطاع ماركو ني أن يرسل تقارير صحفية سريعة برموز مورس من خلال التلغراف و تمكن من إرسال أول إثارة لاسلكية عبر المحيط الأطلسي من خلال جهاز اللاسلكي في سنة 1901. و كان أول استخدام للراديو هو الاتصال بين السفن و الموانئ.³

¹- ماجي الحلواني حسين: مرجع سابق، ص 15.

²- جمال العيفة: مؤسسات الإعلام و الاتصال (الوظائف، الهياكل، الأدوار) ، ديوان المطبوعات الجامعية ،

2010 ، ص 108.

³- المرجع نفسه: ص 108 .

و في عام 1920 عندما بدأت محطة kdka الأمريكية إرسالها و قامت بنقل نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية في تلك السنة ، أما في الاتحاد السوفياتي فقد أذاع الزعيم السوفياتي (البنين) رسائل مسموعة عقب استلام البلاشفة على السلطة عام 1917 ، ثم توالت ظهور الإذاعات في عدة دول فرنسا و بريطانيا و غيرها ، حيث وصل عدد محطات الراديو إلى 382 محطة سنة 1927.¹

¹ - إباد شاكر البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2003 ، ص

السنة	الحدث
1890	تجارب نقل الصوت عبر الأثير.
1901	ماركو ني يتم أول إرسال لاسلكي .
1920	الراديو يصبح حقيقة واقعة في الولايات المتحدة الأمريكية ثم بريطانيا وفرنسا، ألمانيا، كندا.
1920	د . فرانك كونراد المهندس في شركة وستجهاوس يبدأ تشغيل محطة راديو تليفون للهواة .
1921	البرامج الأولى الإذاعية من برج إيفل في باريس .
1922	استخدام الموجات اللاسلكية في الإعلانات في الولايات المتحدة الأمريكية.
1924	إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية.
1924	إنشاء محطة الإذاعة في ألمانيا .
1928	انتشار الراديو في دول العالم المتقدم .

جدول رقم (01): يوضح نشأة الإذاعة و تطورها في العالم .¹

¹- محمد صاحب سلطان : العلاقات العامة و وسائل الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2011 ، ص 217 .

1- 1- 2 - نشأة و تطور الإذاعة في الوطن العربي :

يعود تاريخ الإذاعة في الوطن العربي إلى سنة 1925 حيث جلب المحتل الإذاعة إلى البلاد العربية لخدمة أغراضه و الاستفادة منها . و تعتبر الجزائر و مصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية .¹

و قد كانت المحطات الإذاعية في مصر تذيع باللغة الانجليزية و الفرنسية و الإيطالية . و قد توقفت هذه المحطات عن البث اضعف إمكانياتها التمويلية وفق مادتها الإعلامية و بدأت الحكومة المصرية بث إرسالها الرسمي في أيار سنة 1934 . و بعد ذلك حرصت كل دولة على امتلاك إذاعة وطنية خاصة بها بعيدا عن سيطرة الأجنبي و أصبحت الإذاعات تمثل رمزا للسيادة الوطنية في بلدانها .²

¹- عبد الله محمد عبد الرحمن : سوسولوجيا الاتصال و الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، 2002 ، ص 34 .

²- إسماعيل سليمان أبو جلال : مرجع سابق ، ص 38 .

ت	الدولة	التاريخ
1	مصر	عل يد الهواة عام 1923 ثم في 13 مايو عام 1934 محطة حكومية.
2	المغرب	1928
3	الجزائر	1935
4	تونس	1935
5	العراق	1936
6	لبنان	1938
7	ليبيا	1939
8	السودان	1940
9	سوريا	1941
10	البحرين	1942
11	الصومال	1943
12	اليمن	راديو صنعاء 1947 ، راديو عدن 1954 .
13	الأردن	من رام الله عام 1948، من عمان عام 1956.
14	السعودية	1956
15	موريتانيا	1956
16	الإمارات	أبو ظبي 1969 ، رأس الخيمة 1972 ، أم القوين 1978 .
17	قطر	1968

18	سلطنة عمان	1970
----	------------	------

جدول رقم (02) : يوضح تاريخ انتشار الراديو في البلدان العربية .¹

1-1-3- تطور و نشأة الإذاعة في الجزائر :

مرت الإذاعة في الجزائر بعدة تطورات و مراحل :

1-1-3-1- الإذاعة الفرنسية في الجزائر :

يعود تاريخ إنشاء أول إذاعة بالجزائر إلى العشرينيات من القرن الماضي ، من طرف الاحتلال الفرنسي و كانت تابعة له و استعملها لتكريس الفكر الاستعماري و خدمة الأقلية الفرنسية و الأوروبية المتواجدة في الجزائر شمال البلاد على المناطق الساحلية و كان أول تواجد للإذاعة سنة 1925 في الجزائر العاصمة عندما قام احد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100 واط ثم ارتفعت إلى 600 واط .

و في سنة 1942 أقيمت بقسنطينة محطة قوتها 6 كيلو واط تذيع باللغة الفرنسية ، و محطة أخرى قوتها 250 كيلو واط تذيع باللغة العربية ، و أضيفت محطات أخرى في العاصمة و وهران .²

¹- كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري و الإعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات) ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، ط1 ، 2014 ، ص189 .

²- عاطف العبد عدلي ، ماجي الحلواني : الأنظمة الإذاعية في الدول العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987 ، ص 202 .

1-1-3-2- الإذاعة الجزائرية:

أن تاريخ الإذاعة يبدأ من سنة 1956 حيث مرت الإذاعة الجزائرية بأربع مراحل تاريخية في تطورها:

-المرحلة الأولى :

انطلقت مع تأسيس صوت الجزائر الذي كان في 16 ديسمبر 1956 حيث تم إطلاق الإذاعة الوطنية السرية في حزن ثورة التحرير و كانت البداية بجهاز إرسال متنقل من خلال شاحنة عبر المنطقة الجبلية الحدودية (الناظور) بين الجزائر و المغرب .¹

-المرحلة الثانية :

مرحلة استرجاع السيادة في 28 أكتوبر 1962 احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة و التلفزيون و أمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم ، و استطاع قلة من الصحفيين و التقنيين ممن كانوا يشتغلون بالإذاعة و التلفزيون إبان الحقبة الاستعمارية معتمدين على أسلوب التسيير الذاتي تلقائيا و ذلك بعد مغادرة الآلاف الفرنسيين تاركين مزارعهم و مصانعهم و متاجرهم بهدف إحداث فراغ كبير يمكن أن يهز البناء الاقتصادي و الاجتماعي للبلاد .²

¹- زهير احداون : تاريخ الإذاعة و التلفزة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1984 ، ص 109 .

²- نورالدين تواتي : الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية ، ط2 ، الجزائر ، 2009 ،

-المرحلة الثالثة:

كانت الإذاعة قبل 1986 مجرد جناح تابع للتلفزيون فيما كان يعرف بمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائرية (RTA) فلم يكن لها امتداد كبير ، و لم يكن لها من الصلاحيات الشيء الكثير كي تقوم به كإذاعة منتشرة ، و بدأت المؤسسة الوطنية للإذاعة في مهامها انطلاقا من ثلاث قنوات وطنية، و قسم دولي و قد جاءت هذه الخطوة للإذاعة نتيجة لما شرعت فيه السلطات العمومية من برنامج لاستقلالية المؤسسات العمومية الذي تم بموجبه إعادة هيكلة هيئة الإذاعة و التلفزيون الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة و هي : المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة (ENRS) ، المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV)، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي (TDA) ، المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (EBPA).

-المرحلة الرابعة:

في هذه المرحلة تحولت تسمية الإذاعة من المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع إلى المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع في 20 افريل 1991 و بموجبه تحولت إلى مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري¹.

¹ (نورالدين تواتي: مرجع سابق، ص103

1-2- خصائص و سمات الإذاعة :

و نستطيع تحديد أهم صفات و خصائص الإذاعة كالآتي :

1- بإمكان الإذاعة قدرة على الانتشار و قدرة على التغلب على كل العقبات التي تحول بين انتشارها

من عوائق سياسية أو جغرافية أو ثقافية أو اقتصادية و قد زاد انتشارها اكتشاف الموجات القصيرة .

2- تتخطى الإذاعة مشكلتي الأمية و الفقر عند بعض شرائح المجتمع . فالإذاعة ليست بحاجة

لشخص أو أشخاص مستمعين يشترط فيهم أن يكونوا متعلمين.

3- الإذاعة بالذات تشعر الجمهور بما يعرف بالذاتية لذلك فقد تغير نمط الاستماع من النمط

الجماعي إلى النمط الفردي مع تطور أجهزة الاستقبال .

4- بإمكان الإذاعة إثارة خيال المستمعين بما تقدمه من برامج ذكية و مدروسة .

5- تتمتع بخاصية السرعة في تناقل المعلومات ، حيث انه لا يلزم لإذاعة خبر في الإذاعة سوى

معرفة مضمونه و مجاله .

6- سهولة الحصول على أجهزة الاستقبال و سهولة التشغيل و السيطرة، كما و أن سعر مثل تلك

الأجهزة أجهزة بسيطة جدا بالمقارنة بباقي وسائل الإعلام.¹

¹- عامر إبراهيم القندلجي : الإعلام المعلومات و الانترنت ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ،

7- مناسبة لكافة الظروف الإقليمية و العالمية السياسية و غير السياسية، فالإذاعة تتمتع بخاصية الإمكانية في استخدامها لكافة الظروف و المجالات، السياسية منها و الاقتصادية و الاجتماعية، المحلية منها و الإقليمية و العالمية .

8- تنوع برامج الراديو تنوعا برامجا كبيرا ، حيث أنها تتناول قضايا كثيرة و متنوعة بالتحقيق والبحث، كذلك فإنها تتناول قضايا المجتمع المختلفة .

9- بالإمكان استخدام المذياع كأداة للإقناع خاصة في المحلات و الإعلانات السياسية ، لمرشحي الانتخابات و ما شابه ذلك من نشاطات سياسية¹.

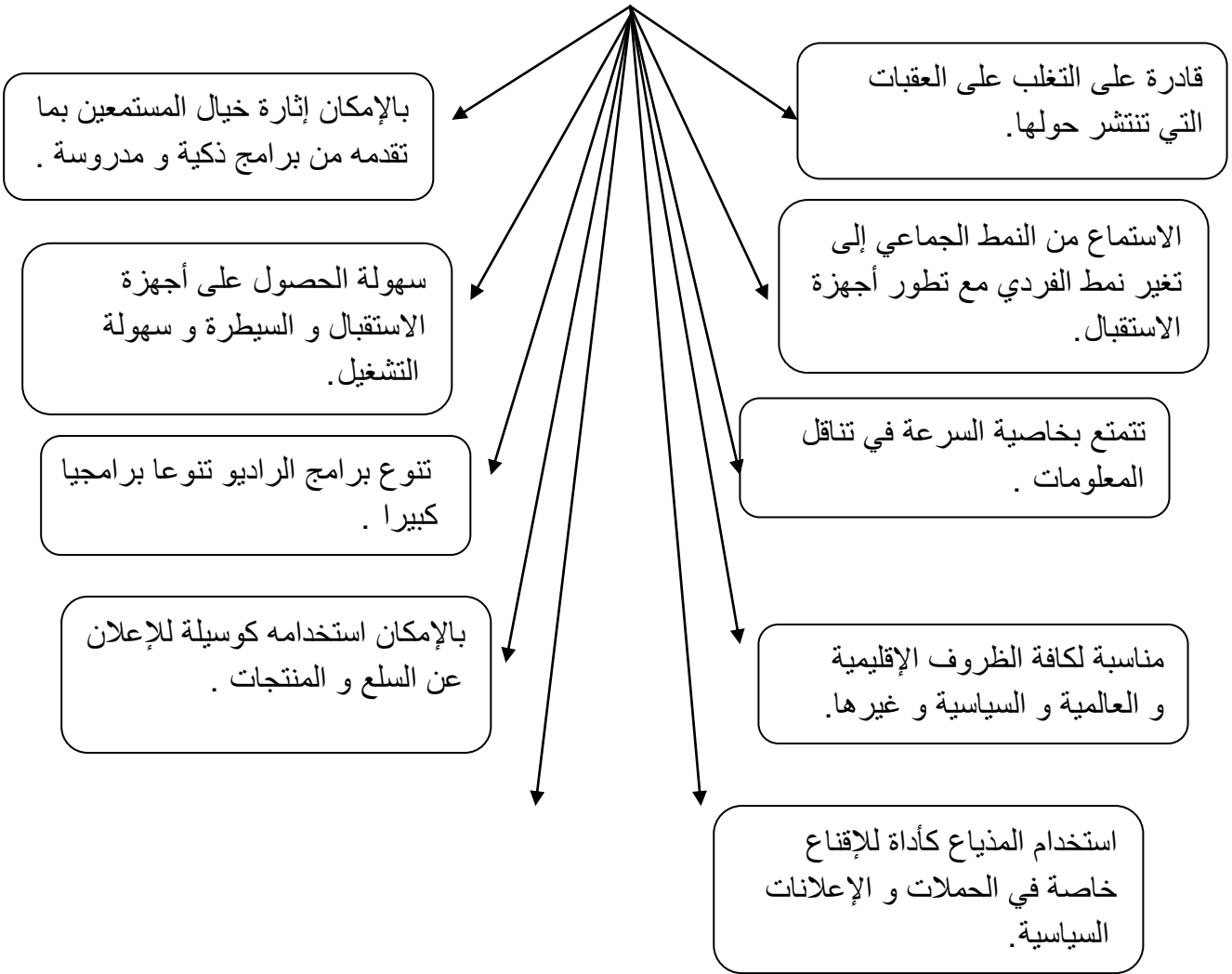
10- بالإمكان استخدامه كوسيلة للإعلان عن السلع و المنتجات ، مثلها مثل أي وسائل إعلام أخرى معاصرة .

و يعكس المخطط التالي رقم (23) تصورا موجزا لأهم تلك الصفات التي تتمتع بها الإذاعات²:

¹-عامر إبراهيم القندلجي: مرجع سابق، ص 232 .

²- المرجع نفسه: ص 232 .

أهم صفات و خصائص
الإذاعة



مخطط رقم (23) يوضح أهم صفات و خصائص الإذاعة.¹

¹ - : عامر إبراهيم القندلجي:مرجع سابق، ص 233 .

من جانب آخر، إضافة إلى تأكيد صفات و خصائص الإذاعة، فإنه لا بد من الاهتمام بالإذاعة، لأنها غالباً ما تثير عدد من القضايا التي يدور حولها الحوار الاجتماعي عادة ، و منها ما يأتي :

1/ تعمل الإذاعة على ترسيخ قيم و قوانين و قواعد المجتمع، بل و أكثر من ذلك فالإذاعة تعمل على زرع و تأكيد مثل تلك القيم و القوانين و القواعد في ذلك المجتمع المعني بتلك الإذاعة.

2/ تحاول الإذاعة الوطنية و المحلية و تسعى و تجهد باتجاه تأمين النهوض بالمستوى الثقافي للمجتمع، بشرائحه المختلفة.

3/ و من خلال برامجها المدروسة فإنه تعمل الإذاعة على نقل تراث و خيرات الأجيال و المجتمع للأجيال المتتالية.

4/ تعمل الإذاعات الوطنية عادة على مقاومة التيارات المنحرفة ، التي تظهر في المجتمع ، و تقوم بالتصدي لها ، تحد من انتشارها .

5/ بالإمكان استغلال و استخدام الإذاعة في مجال الإنقاذ أو في حالة الطوارئ .

6/ من الممكن أن تنمي الإذاعة روح النقد و المعارضة و الديمقراطية لدى الجمهور إذا ما أعطيت هامش كافي من الاهتمام و الدعم و الحرية ، و يحدث ذلك اذا ما قامت بدورها الحقيقي ، من جانب ، و تهيأ لها المناخ الملائم لها ، من جانب آخر .¹

¹ - عامر إبراهيم القندلجي : مرجع سابق ، ص 234 .

3- أنواع و مميزات الإذاعة:

1-3-1- أنواع الإذاعة :

تلعب الإذاعة أدوارا متعددة من حيث نوعية الرسالة و من حيث توجيهها إلى الفئات المتعددة من جمهور المتلقين و قد استحدثت بالإذاعة عدة أنواع من الإذاعات نستعرضها باختصار إلى :

-إذاعات حكومية :

و تقع تحت سيطرة الحكومة المباشرة بحيث تمويلها الدولة من خزينتها و تشرف على مضمون برامجها و تحدد الدولة الأهداف التي يجب أن تعمل الإذاعة على تحقيقها و هذا النمط من الإذاعات موجود في اغلب الدول النامية.¹

-إذاعات تجارية :

و هي إذاعات تمتلكها مؤسسات تجارية أو أفراد أو شركات و في الغالب تسعى إلى تحقيق الكسب المادي من خلال ما تبثه من إعلانات تجارية و يطغى الترفيه على برامجها و لا تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية في غالب الأحيان.²

¹- إياد شكري : مرجع سابق ، ص 51 .

² (المرجع نفسه: ص 51.

-إذاعات دينية :

هي إذاعات تمول من قبل مؤسسات دينية و تقوم ببث برامج التفسير و الشرح لمبادئ دينية معينة و قد لعبت هذه المحطات دورا بارزا في حملات التبشير و لا زالت تقدم نشاط ملموس في هذا الجانب و خاصة في الدول الفقيرة .

-إذاعات سرية :

و هي إذاعات مجهولة الهوية و لا تفصح عن مصدرها و تقوم ببث برامج من مناطق او هيئة دولية و في الغالب تستخدم في بث رسائل معينة الجمهور معين في فترة معينة¹.

-إذاعات محلية :

تقدم خدمة إذاعية محلية و تخدم مجتمعا محليا متجانسا، بمعنى أن برامجها تخاطب مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق ارض محدودة المساحة و متجانس من النواحي الإقليمية و الاجتماعية، و الثقافية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة.

-إذاعات وطنية :

هي الإذاعات التي يكون إرسالها يغطي كامل تراب الدولة و توجه برامجها إلى كل الشعب من سكان هذه الدولة².

¹- إياد شاكرا البكري : مرجع سابق ، ص 51 .

² (المرجع نفسه: ص51.

-إذاعات إقليمية :

و هي التي تقدم خدمة إذاعية لإقليم في إطار الدولة تخاطب جماهير قد يفصل بين هذا الإقليم و الأقاليم الأخرى حاجزا أو أكثر من حواجز مخالفة أو الدين أو العرق أو الجغرافيا...

-إذاعات موجهة :

هي الإذاعات التي توجه برامجها إلى خارج حدود الدولة صاحبة البث و في الغالب تخاطب الجمهور المستهدف بعينه و في الأوقات التي تناسبه و ذلك بقصد تحقيق أهداف معينة تسعى الإذاعة إلى تحقيقها.

-الإذاعة الخارجية:

يطلق هذا المصطلح على أي مناسبة و حدث يذاع من خارج الاستديو في نفس الوقت الذي يقع فيه الحدث و لهذا النوع من الإذاعة عدة أنواع وفقا للمناسبات منها المناسبات الدينية ، الرياضية ، الفنية، الثقافية .

-الإذاعات السوداء :

هي تلك الإذاعات التي يستولي عليها مخابرات دولية في الدول و ذلك من اجل مخادعة العدو و يدل المصطلح أيضا على العمليات الإذاعية التي تمت السيطرة عليها في قلب المخابر بطريقة مباشرة و غير مباشرة.¹

¹ (إياد شاعر البكري: مرجع سابق، ص 51.

-إذاعات الحوار :

هي صورة من صور الإذاعات المحلية تخدم حيا صغيرا من أحياء مدينة كبيرة أو شارع من شوارعها يتفق سكانها فيما بينهم على إنشاء هذه الخدمة المحدودة .

-إذاعة المؤسسة :

تقدم خدمة إذاعية واحدة محددة مثلما هو الحال مع إذاعات الشرطة التي تقوم بتوجيه إرشادات مرورية خاصة بالطرق و الحوادث و تنظم المرور في ساعات الدورة .

-إذاعة التوعية:

متخصصة في نوع معين يغلب على كافة برامجها لها طابع و صوت عالية و غاية في الخصوصية تخدم جمهور معين تقدم له خدمة محددة من أشهر الإذاعات الدينية و الأخبار ، الموسيقى ¹.

-الإذاعة الخاصة

و هي الإذاعات التجارية غير الحكومية المملوكة ملكية خاصة و يقصد بها إذاعات الإعلانات و هي التي تقوم على أساس البيع كمشروع تجاري ².

¹- محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2004 ، ص 40 .

² (المرجع نفسه: ص 40).

-الإذاعات الدولية :

و التي من خلالها يتم تقديم شعب لشعب آخر لغة الشعب الأخير فهي تبث من داخل الوطن إلى شعب آخر خارج الحدود و قد تكون موجهة إلى عدد من الشعوب التي تتكلم بلغة واحدة ، تخاطب الأشخاص الذين بلغوا درجة من الوعي يريدون معرفة ما يجري خارج بلادهم و التعرف على الشعوب الأخرى.¹

1-3-2- مميزات الإذاعة:

أن الإذاعة وسيلة إعلام لها مميزات كثيرة و هي :

- سعة الانتشار و السرعة الفائقة التي تنقل بها الكلام من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال.
- كما أن موجات الإذاعة تستطيع أن تتخطى جميع العقبات التي تمنع أكثر من وسائل الاتصال الأخرى من القيام بوظيفتها أو تحجبها ، فالاتصال الإذاعي لا يحتاج إلى وسيط ، و الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع .
- صغر حجم جهاز الراديو و سهولة حمله و نقله .
- قدرة الإذاعة على مخاطبة جميع المستويات في الجماعات البشرية سواء كانت أمية أم متعلمة .²

¹- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 40 .

²- فهمي العدوي : إدارة الإعلام ، دار أسامه للنشر و التوزيع ، الأردن : عمان ، 2010 ، ط1 ، ص82 .

تخطي حواجز المستمع كالفقر و الإعاقة البدنية و البصرية و حواجز الزمان و المكان و الوصول إلى ابعد الآفاق ، و لهذا فان أثار الإذاعة لا تقف عند هذا الحد بالرغم مما قد تتعرض له من أساليب التشويش في بعض الأحيان .

- المرونة و سهولة الانتقاء و التشغيل.

- القدرة على تركيز التفاعل الاجتماعي في المجتمع و إعادة تشكيل انساق القيم الاجتماعية و الاتجاهات المشتركة بين الناس .¹

- القدرة على إطلاق الخيال و الإيحاء و الإثارة عند المستمع.

- انخفاض تكلفة الخدمة الإذاعية بالنسبة للمستهلك .²

- يمكن تسجيل الكلمة المذاعة و تكرار إذاعتها أكثر من مرة و عن كل مرة نكسب قوة.

- تدور الكلمة المذاعة حول العالم سبع مرات و نصف المرة في الثانية الواحدة يمكن تدعيم الكلمة المذاعة بالمؤثرات الصوتية و الموسيقى.

- تتميز الإذاعة بالبراعة الفائقة و لا تحتاج الاستماع إليها إلى أي جهد.³

- يستطيع الراديو الوصول إلى الجماعات خاصة كبار السن و الأطفال الأقل تعليماً و ثقافة.

¹- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص 177.

²- المرجع نفسه ص 177 .

³- سلوى عبد الله عبد الجواد و أمل محمد سلامة غياري : الاتصال الاجتماعي في الخدمة بين النظرية و التطبيق ، دار الوفاء لنديا للطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2002 ، ط 1 ، ص 176 .

- تبتث على مدار 24 ساعة كل يوم.¹
- إمكانية ترسيخ الكثير من القيم و المفاهيم و أنماط السلوك و المعايير الاجتماعية.
- أسهمت الإذاعة في توسيع مدركات الفرد.
- إمكانية تقديمها لمضامين مختلفة و متنوعة أدى إلى تحقيق أهدافها في المجتمع .²

1-4-4- أهمية و أهداف الإذاعة :

1-4-4-1 أهمية الإذاعة :

- تحقق الإذاعة اتصالا فوريا حول الكرة الأرضية و إذا كانت قائمة اتصالاتها جاءت عام 1920 من نتائجها الانتخابية الرئاسية الأمريكية إذ عمت إخبارها أول بأول فقد جاء النقد المؤشر لعملية نزول الإنسان إلى سطح القمر .
- تبتث كافة المواد السمعية و المحادثات و المؤثرات و الموسيقى و هذا عكس الإشارات اللاسلكية التي تقتصر على نقل الرموز المنطقية فقط.
- سهولة التقاطها حيث لا يحتاج المذيع مهارة في التشغيل و لا يكلفه الاقتناء.
- قدرة البرامج الثقافية، التعليمية، الترفيهية، و الاجتماعية على نشر الوعي و الإرشاد.
- تصل الإذاعة إلى الملايين من المستمعين مهما كانت مواقعهم الجغرافية.

¹- طه عبد العاتي : نجم الاتصال الجماهيري في المجتمع الغربي الحديث ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2009 ، ص 139 .

²- مصطفى حميد كاظم الطائي : الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع ، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2007 ، ط 1 ، ص ص 22، 23.

- لا يتطلب الراديو من المستمع تفرغا بشكل كامل بل يتيح له إمكانية القيام بعمل آخر .
- وهي أيضا تعتبر وسيلة للتعبير مبنية على الكلام و الموسيقى و الصوت قد أخذت على نفسها مختلف المهام كالتسلية و الأبناء و الخدمات ذات النفع العام و التربية و الثقافة السياسية و الاجتماعية و غيرها داخل المجتمع.¹
- وسيلة مناسبة للمدن النائبة لربطها بالواقع المعاش و متابعة كل ما يحدث في الحياة.²
- هو صديق عزيز و غير طفيلي. كما انه في الوقت ذاته هو الصديق الذي يستطيع أن يعرض الأحداث الكبرى التي تقع في العالم الخارجي و تقديم تنبؤات حالة الطقس التي يعلن عنها.³

1-4-2- أهداف الإذاعة :

أ / أهداف سياسية:

- أي أن الإذاعة تركز في برامجها على تحقيق أهداف سياسية مثل إظهار صورة ايجابية للدولة و منجزاتها و إبراز موقعها السياسي في القضايا المختلفة و تكوين رأي عام مؤيد لسياستها .

¹- صالح نياض هندي : اثر وسائل الإعلام على الطفل ، دار الفكر ، الأردن ، ط 2 ، 2008 ، ص 76 .

²- محمد عبد الفتاح محمد : العلاقات العامة منظمات الرعاية الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسندرية ، 2006 ، ص 175 .

³- يوسف مرزوق : فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2009 ، ص 87 .

ب/ أهداف تجارية:

و هي تلك التي تسعى إلى تحسين مكاسب مادية من خلال الوصول إلى اكبر عدد من المستمعين و بالتالي ينجر عنها جذب شركات الإعلانات بحيث يعتبر هذا الأخير المصدر الأساسي لها.

ج/ أهداف دينية:

و هي التي تقوم بنشر الديانات القصد منها نشر الدين من مواطن إلى آخر و مثل هذه الإذاعة إذاعة الفاتيكان و إذاعة صوت الإنجيل و إذاعة القران الكريم، كما تتميز الإذاعة أيضا بأهداف اجتماعية و ثقافية و علمية.¹

1-5- القوالب الفنية الإذاعية:

لا يمكن أن يكتمل جمال المضمون إلا بقالب جميل يوضع فيه ، و لا يمكن لجمال القالب أن يرفع من جمال المضمون إذا كان هذا الأخير دون ذلك ، لذلك فالمضمون و القالب متكاملان ، أن الطريقة التي تقدم بها الفكرة هي جزء من الفكرة ذاتها ، و أن من البيان لسحر في جودة العرض و حسن الصياغة ، و ملائمة الخطاب اللفظي يضفي عل نصاعة الحجة مزيدا من القوة و الإقناع و التأثير. و الإنتاج الإذاعي هو إنتاج فني عبارة عن شكل و مضمون و الفنان الذي يقدم فنا للناس إنما يقدمها من خلال شكل معين، و هذا الشكل بمثابة القالب الذي يصب فيه مضمونها أو هدفها الذي يقصد أن يقدمها للناس.²

¹- علي سعيد الحديدي : مرجع سابق، ص 162.

²- سوزان يوسف و هبة بهجة : إنتاج البرامج للراديو و التلفزيون ، مكتبة الشباب ، القاهرة ، 1993 ، ص 119

و من أهم القوالب الفنية و الأشكال الإذاعية الشائع استعمالها في الإذاعة :

1-5-1- الحديث الإذاعي المباشر:

و هي من أهم الأشكال التي عرفت المحطات الإذاعية و التلفزيونية لتقديم إنتاجها باعتبارها أسرع طريقة لتقديم المعلومة أو الرأي ، و هو حديث يتضمن المادة الإعلامية الموجه من شخص مختص إلى المستمعين بطريقة مباشرة ، و الحديث المباشر يعتمد على الكلمة المنطوقة التي يجب أن يتم اختيارها بعناية ، نظرا لخطورة تأثيرها على المتلقي ، و هو يعتمد على أسلوب السرد فيما يشبه المحادثة الشخصية و يجب أن يكون الحديث المباشر قصيرا في زمنه بسيطا في تركيبه اللغوي ذكيا في بداياته و عرضه للأفكار و مفعما بالصور اللفظية و الذهنية ، كما يجب ان يتمتع مقدمه بموهبة الإلقاء¹.

و يفضل البعض أن يلقي الحديث المباشر شخصيات لها جاذبيتها لدى الجمهور حتى يمكن جذبهم و الاحتفاظ به طوال مدة الحديث ، حيث أن طريقة الإلقاء يمكن أن تؤثر إيجابا أو سلبا في درجة قبول الحديث بصرف النظر عن الموضوع نفسه ، و يهدف الحديث المباشر إلى تقديم الجديد حول موضوع أو قضية معينة في إطار تثقيفي أو إعلامي أو ترفيهي و من شروط نجاحها : الوضوح و البساطة الحالية توفر عناصر الجذب والدقة في المعلومات ، و استخدام اللغة العامية التي تتماشى مع غالبية الجمهور ، حيث تستخدم الألفاظ الشائعة و المألوفة لإذن الجمهور مما يحقق عنصري التجاوب و المتابعة².

¹ - سوزان يوسف و هبة بهجة: مرجع سابق، ص 119 .

² - المرجع نفسه ، ص 120 .

1-5-2- الحوار الإذاعي :

و هو حديث يدور ما بين اثنين أحدهما الإذاعي و الآخر شخصية لها علاقة بالقضية أو الموضوع الذي يطرحه البرنامج ، و الحوار بطبيعته أكثر جاذبية من الحديث المباشر لأنه محاكاة لحواراتنا في الحياة مع الآخرين¹ . و هو يجري لتقديم معلومات دقيقة و تفصيلية حول الموضوع المطروح ، بطرح الأسئلة و الاستفسارات من اجل التوضيح و جلاء الغموض عن نقطة ما ، و يجب على المذيع أن يفهم و يدرس موضوع الحوار ، و يحسن اختيار الضيف ، كما يجب عليه إذا قام بالإعداد صياغة الأسئلة بذكاء و فهم و أن يكون حاضرا حضورا تاما و لديه القدرة على استخراج المعلومات من الضيف مع إمكانية محاوره جميع المستويات و السمو بالمعلومة إلى مستوى الضيف و تبسيطها إلى مستوى العامة لتحقيق الفائدة ، و يهدف الحوار إلى الاستفادة بما لدى هذا الضيف من معلومات و آراء و خبرات في القضية المعروضة و تقديمها بطريقة أكثر جذبا مما لو عرضت من خلال حديث إذاعي مباشر ، مع الأخذ باللغة السهلة المبسطة و الاعتماد المباشر على أسلوب التخاطب و الحوار و نجاح الحوار الإذاعي متوقف على ثلاثة عناصر ، المذيع و الضيف و موضوع الحوار² .

¹ - ماجي الحلواني حسين : مرجع سابق ص ص 167 ، 168 .

² - المرجع نفسه : ص 169 .

1-5-3- برامج المناقشات:

و هي شكل من أشكال الإنتاج يدخل في دائرة البرامج و الإدراك لأبعاد هذا الشكل الذي يهدف إلى تبادل و نشر الآراء بين المستمعين فبرامج المناقشات الإذاعية هي مادة إذاعية تهتم بعرض كافة الآراء التي تدور حول قضية أو مشكلة أو ظاهرة تهتم الجمهور بشكل عام ، و الفكرة الأساسية في برامج المناقشات هي لقاء يجمع أصحاب الآراء المختلفة حول مائدة واحدة ليدور بينهم نقاش علمي و موضوعي¹،

يعرض خلاله الفرد منهم آرائه و اتجاهاته و مبرراته و أسانيده ، و يدافع عن وجهة نظره بالحجج الممكنة ، ليخرج المستمع في النهاية بفائدة أو معلومة أو يكون رأيا شخصيا حول القضية المثارة و هي تختلف عن التحقيق في إن الآراء تكون مجتمعة مع بعضها و تتناول النقاش الموضوعي حول القضية و من خلال المناقشة يتم التوصل إلى الحقائق عبر الوقوف عندها و كشفها و ذلك بالإحاطة التامة بكل جوانب الموضوع المطروح للمناقشة ، و من خلال تبادل الآراء و تدقيقها بالوقوف عندها، و قد لعب الهاتف النقال دورا كبيرا في إثراء النقاشات و إتاحة الفرصة لمشاركة قدر كبير من المستمعين².

¹- عبد الدائم عمر الحسن: أسس الكتابة و الإنتاج الإذاعي بالراديو ، دار الفرقان ، عمان ، 1998 ، ص 89 .

²- المرجع نفسه، ص 89 .

1-5-4- التحقيق الإذاعي :

و هو عبارة عن قالب إذاعي يتناول الموضوعات العامة وفق سياسة الخدمة الإذاعية و بأسلوب إذاعي يتسم بالعمق استنادا على التحليل الواقعي و المزج بين النص المكتوب و التسجيلات الصوتية بأشكالها المختلفة و تعرف بأنها البرامج التي لا تعالج القضايا المثيرة للجدل و لا تعرض أية وجهة نظر حيال أي موضوع ، فهي تقرير عن حادثة أو موقف أو شخص أو فكرة و تظهر لنا الدلالة اللغوية لكلمة (التحقيق) على أنها تسعى إلى اليقين من الأمور¹.

1-5-5- المجلة الإذاعية:

و هي شكل مقتبس من الإنتاج الصحفي المقروء و يتألف من عدة فقرات حول موضوعات مختلفة و متباينة و يمكن القول بان شكل المجلة هو تجميع لكافة الأشكال الإذاعية الأخرى من اجل عرض موضوع معين أو عدة موضوعات بشكل جذاب غير ممل للجمهور سواء كان هذا الجمهور نوعي أم جمهور عام فالمجلة الإذاعية تتضمن الحديث المباشر و الحوار و التحقيق بل و الدراما أيضا لذلك بشكل مصغر ، مما يؤكد عل أن شكل المجلة واحد من أكثر الأشكال جاذبية بالنسبة لجمهور المستمعين ، و هذا أيضا قد يبرر طول مدة المجلة عن غيرها من الأشكال الأخرى ، حيث أن تنوع الأشكال الإذاعية المستخدمة في المجلة يسهم في زيادة جاذبيتها للجمهور ، و تهتم المجلة الإذاعية بموضوع واحد يتم عرضه من خلال الفقرات المختلفة ، و قد تتنوع الموضوعات التي تتناولها الفقرات²

¹- عبد العزيز شرف : الأساليب الفنية في التحرير الصحفي ، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 2000 ، ص ص 311 ، 312 .

²- عد الدائم عمر الحسن : مرجع سابق ، ص 89 .

داخل المجلة في نفس الوقت قد نجد أن هناك مجلة عامة و أخرى متخصصة في مجال معين و هذا التخصص ممكن أن يكون في :

- ا / المجال الذي تعالجه المجلة : اجتماعي ، صحي ، ثقافي ، رياضي ، إخباري .
 ب / الجمهور الذي تستهدفه المجلة: مجلة للشباب ، مجلة للمرأة ، مجلة للعمال .¹

1-5-6- الدراما الإذاعية:

و هي البرامج التي تعتمد على كتابة مسرحية أو قصص ، و هي تحمل نفس مواصفات الأعمال الدرامية العادية ، إلا أن اهتمامها بالمضمون الهادف يكون هو الأساس في كتابتها و أيضا في إخراجها ، و هذا القالب لاقى رواجاً لدى الجمهور لأنه يعكس صوراً من الواقع فالإذاعة يمكنها أن تعرض الأعمال الدرامية الإذاعية ، كما يمكنها عرض إنتاج درامي لغيرها من الوسائل كالمسرح أو السينما أو التلفزيون بعد إخضاعها لضرورات الإنتاج الإذاعي الذي يعتمد على الصوت أساساً لإيصال الفكرة .²

¹- عبد الدائم عمر الحسن : مرجع سابق ، ص 89 .

²- ماجي الحلواني : مرجع سابق ، ص 156 .

2- الإذاعة المحلية في الجزائر :

2-1- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر :

ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية محدودة الانتشار كانت موجهة و مسخرة لخدمة الخطاب السياسي الاستعماري فقط ، حيث يقول فرانس فانون : " هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض و النفور من قبل شعب الجزائر لأنها لم تكن تعبر عن آرائه و تطلعاته و طموحاته في التحرير و العيش الكريم بل أنها تحمل أفكارا و سموما لتهديم أصالة و دين هذا الشعب و كل ما يتعلق بشخصيته و هويته الثقافية " و لقد كانت الإذاعة خارج التراب الوطني ففي سنة 1958 شهدت انطلاق ثماني إذاعات هي :

1- صوت الجزائر من طرابلس .

2- فرع آخر في إذاعة بن غازي بليبيا .

3- صوت الجزائر من دمشق و كان يشرف عليها محمد مهري و أبو عبد غلام الله.

4- صوت الجزائر من الكويت .

5- الإذاعة اليوم إذاعة موجهة باللهجة الجزائرية انشأت ما بين عام 1960 و 1961 بالقاهرة .¹

¹ - ليليا شاوي : دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير لعلوم الإعلام و الاتصال ، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2008 - 2009 ، ص 25 .

6- إذاعة الجزائر من الأردن من أشهر العاملين فيها الشاعر عبد الرحمان العقون .

7- إذاعة الجزائر من المملكة السعودية (كلف عبد الرزاق بن يحي زلاقي بالإعلام).

كما انشأت في العيد الفرنسي فرع لديوان البث الإذاعي و التلفزيوني و ذلك لضرب النشاط الثوري في العمق و تجديد وسائل الإعلام للتأثير على الشعب .

و قد كان لزاما على الجزائر بعد الاستقلال أن تواجه هذا التحدي الإعلامي و التقني لإسماع صوت الجزائر ، و محاولة إشباع رغبات الشرائح الاجتماعية بما يخدم التراث و الثقافة التي تعبر عن الامتداد التاريخي لهذا الشعب ، و ذلك بإنشاء العديد من المحطات الراحية المحلية في جميع مناطق القطر الجزائري و هذا بقرار من المدير العام للإذاعة و يشترط من اجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية نفقاتها بنفسها .

و قد ظهرت الإذاعة المحلية في الجزائر متأخرة مقارنة مع باقي الدول العربية فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية و الإعلامية و هذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق السياسية و القانونية المفروضة قبل تلك الفترة و يتضح بداية من سنة 1988 التي تعتبر سنة جهورية للإعلام الوطني ، إذ بعد التطورات و التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و السياسية و الإعلامية سنت الهيئات التشريعية في الجزائر مجموعة من القوانين خاصة بالإعلام ، و تتعلق أساسا بحرية التعبير و تحسين أساليب الإعلام و تثقيف أفراد المجتمع و إحياء الثقافات الوطنية و رغم وجود إقرار الميثاق الوطني¹

¹ - ليليا شاوي: مرجع سابق، ص ص 25 ، 26 .

سنة 1976 بحق المواطنين في الإعلام و بعد أحداث أكتوبر 1988 فرضت التعددية السياسية على السلطة و من ثمة ضرورة استعمال وسائل كفيلة بتهيئة الجو للتعبير عن الآراء و الأفكار الخاصة بالأحزاب و الأفراد .

و من هنا فالإذاعة الجزائرية كانت محدودة الانتشار في البداية و كانت مسخرة لخدمة الخطاب السياسي و لخدمة الشعب ، و على هذا كان على الجزائر أن تواجه التحدي الإعلامي و التقني لإسماع صوت الجزائر و محاولة إشباع مختلف رغبات شرائح الاجتماعية بما يخدم التراث و الثقافة التي تعبر عن رغبات المواطن ، و إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في مناطق من القطر الجزائري تحولا جديدا في مسيرة الإعلام الجزائري و ذلك بقرار من المدير العام للإذاعة و يلاحظ أن ظهورها في الجزائر جاء متأخرا مع باقي الدول العربية ، فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية و الإعلامية و هذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق السياسية و القانونية المفروضة من قبل تلك الفترة ، و قد تم إصدار أول قانون للإعلام هو قطاع من يوم 06-02-1982 ، فورد في مادته الأولى : " الإعلام هو قطاع من القطاعات السياسية الوطنية ، و هو ترجمة لمطامح الجماهير الشعبية التي يعمل على تعبئة كل القطاعات و تنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية " .¹

¹ (ليليا شاوي : مرجع سابق ، ص ص 25 ، 26 .

- و من الناحية القانونية فان هذه الرؤية الجديدة للدولة اتجاه قطاع الإعلام السمعي البصري تجسدت بشكل واضح في دستور 1989 و الذي نص على التعددية السياسية و الفكرية من خلال المواد 35 / 36 / 39 / 40 التي تنص على حرية الرأي و الفكر و المعتقد وسعيا لتطبيق فكرة التوجه الجديد في مجال الإعلام المحلي المسموع، شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة بدا من عام 1991 بإنشاء عدة محطات إذاعية محلية وزعت حسب المناطق الجغرافية و النمو السكاني و كذا خصوصيات الجمهور المحلي من عادات و تقاليد و ثقافات محلية.

- و نصت المادة 13 من قانون الإعلام 1990 على أن " تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قنواتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية و التكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ و ترسيخ الوحدة الوطنية و القيم العربية و الإسلامية في المجتمع الجزائري " .¹

- أسباب انتشار الإذاعة المحلية في الجزائر :

هناك عدة أسباب أدت إلى انتشار الإذاعة المحلية من أهمها :

-العامل الجغرافي:

يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أية دولة فحجم و شكل الأرض في أية منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة و لا يمكنها أيضا أن تلبى احتياجاتها .²

¹- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية: مرجع سابق.

²- منى سعد الحديدي ، سلوى إمام علي : الإعلام و المجتمع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2004 ، ط1 ،

- عامل اللغة :

تعتبر اللغة احد أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية إذ أن تعدد اللغات و اللهجات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان و هذا يؤكد الحاجة إلى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم .

- التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية :

تمثل التنمية بكافة أبعادها احد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من اجل تفعيل المشاركة في التنمية لأنه كي تحقق في الدول النامية لا بد أن تراعي اهتمام الأفراد داخل المجتمعات المحلية .

و من بين الأسباب كذلك نجد :

- ظهور الصحافة المستقلة فقد طبعه التغيير السياسي لما بعد 1989 بتغيرات جذرية في الميدان الإعلامي و كانت أهم مظاهر هذه التغيرات التسريح القانوني لإمكانيات إطلاق صحافة خاصة سواء كانت معارضة أو مستقلة أو الاستفادة الخاصة من الموجات .

- نظرا للتغيرات التي أفرزتها التعددية كان لزاما على قطاع السمعي البصري و خاصة الإذاعي الذي لا يتطلب استثمارات كبرى أن يقترب أكثر من المواطن و هكذا أصبح من الضروري فتح قنوات الإعلام على مستوى أفقي و منع الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى هذه المناطق.¹

¹ - نورالدين تواتي : مرجع سابق ، ص 158 .

- الرغبة في فك العزلة الثقافية و الإعلامية عن المناطق الداخلية النائية حتى تكون حافزا جديدا في التنمية المحلية في كافة المجالات

الإذاعة المحلية وسيلة اتصال جماهيرية تنقل واقع المجتمع لذا لا بد أن يكون لها اتصال وثيق بينها وبين أجهزة الحكم المحلي و بالتالي فهي نوع من الرقابة الشعبية فتمثل أفراد المجتمع المحلي و تهتم بتلبية احتياجاتهم و حل مشاكلهم ، و قد تميزت بعدة خصائص من أهمها :

- أنها تغطي رقعة جغرافية محددة داخل الدولة ، تتفاعل الإذاعة مع المجتمع الذي تغطيه فهي تنبئ له برامج تقصد بها خلق التأثير في مجالات عدة كما يمكن أن تفتح لجمهورها فرص المشاركة في بعض البرامج ، و أيضا تناسق المجتمع الذي تغطيه من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية .

- بساطة اللغة و الأسلوب و استعمال اللهجات المحلية كعامل عام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية و إحياء التراث المحلي .

- كما تتناول القضايا و المسائل التي يعاني منها المواطنين و العمل على معالجتها و إيجاد الحلول المناسبة و تقديم الأخبار المحلية و الوطنية و الدولية.

- الإذاعات المحلية هي الأسبق في بث و نقل الأخبار و الأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي ، كما أن أكثر البرامج التي تقدمها تلك التي يكون الاتصال فيها مباشرا عبر الهاتف و نجاح هذه البرامج يتوقف على قدرة الضيف على استيعاب الأسئلة و القدرة على إدارة التركيز بدرجة كبيرة على ثقافة المجتمع

المحلي الذي تخدمه من خلال البرامج الثقافية و الترفيهية و التربوية و الاجتماعية و الاقتصادية

و الرياضية و الغنائية بشكل أكبر¹.

¹- عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 2 ، 1996 ، ص 79 .

- كما توفر مساحة خدماتية تخص أبحاث في عائلة من العائلات و مواعيد الصلاة في النطاق المحلي و الأحوال الجوية و النقل.... الخ.¹

2-2-2- سمات الإذاعة المحلية :

تتميز الإذاعة بعدة سمات منها :

- مجموعة من الأفراد يقيمون في مناطق جغرافية معينة تسود بينهم قيم و عادات و تقاليد و سلوكيات و ثقافة واحدة .

- يمارس اغلب أفراد نشاط رئيسي بالإضافة إلى الأنشطة الأخرى المرتبطة بخدمة هذا النشاط الأساسي .

- يسود هذا المجتمع نوعا من العلاقات الوطيدة بين أفراد و تجمعهم المصالح و الاهتمامات المشتركة و ما يميزها عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى.

- الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور محلي أي محدود العدد مقارنة جمهور الإذاعات القومية التي تغطي كل أفراد الدولة أو الإذاعات الدولية .

- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف و تخاطبه بها و قد يظهر فيها سكان المنطقة المستهدفة.²

¹- عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 79.

²- منى سعد الحديدي: مرجع سابق، ص ص 162، 163.

2-3- وظائف و أهداف الإذاعة المحلية :

2-3-1- وظائف الإذاعة المحلية :

أن الإذاعة المحلية وظائف عديدة تحققها للمستمعين و التي لا تستطيع وسائل الإعلام الأخرى تحقيقها حيث يرتبط الراديو بوظيفة هامة و هي أن يحقق نعمة و إيقاعا معيناً للنشاط اليومي و يمكن إيرادهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة .

-الوظيفة التربوية و الثقافية:

و هي وظيفة ليست اقل شانا عن سابقتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم و اكتساب المعارف و المهارات و الحصول على المعلومات و خبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي و الاجتماعي ، أنها تقوم على تثقيف الجماهير تلبية احتياجاتهم الفكرية و النفسية و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية ، و قد تجمع الإذاعة بين التثقيف و الترفيه في أن واحد فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة ، أن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية و النشاط فهي على رأي علي محمد رضا تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع ، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث و نقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات و أفكار ، و بالشكل و الأسلوب الذي يمكن من استيعابها و الوصول بمن يتلقاها إلى واقع العصر الذي يعيشه فكرا و طموحا ¹.

¹- علي سيد محمد رضا : مرجع سابق ، ص 145.

كما تقوم الوظيفة الثقافية ببحث الأفكار و المعلومات و القيم التي تحافظ على الثقافة المحلية و تساعد على نشأة الثقافة و الاجتماعية عن طريق التوعية فالإذاعة تسعى إلى تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات التي تسود مجتمعاتنا و أنماط سلوكه مما يجعل الفرد يتكيف مع الآخرين فالتثقيف له اثر في تشكيل الاتجاهات النفسية و في إعادة بناء القيم و العادات و التقاليد.¹

-الوظيفة الاجتماعية:

تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمعات حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع و عقيدته و حضارته ، و تدخل في مسار الارتقاء بالفكر السلوكي لجميع أصناف المجتمع بمختلف تركيبته حتى تستطيع تحقيق كل ما تصبو إليه فالإذاعة تعمل على معالجة مشاكل المجتمع و محاولة إيجاد الحلول لها لتكون الوسيط بين شكاوي المواطنين و المسؤولين.

-الوظيفة السياسية:

توظف الإذاعة المحلية من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخبة و تلعب دور الوسيط بين الحكومة و الشعب و تبلغ صوت الدولة و تنشر أفكارها و مشاريعها و إيديولوجيتها إلى الأفراد داخل الدولة و خارجها كما تنقل مشاكلهم و اهتمامهم إلى السلطة لتصدر قرارات ، و فعالية الإذاعة في الساحة السياسية تجسدت إبان الحربين العالميتين الأولى و الثانية و أيضا في الحرب الباردة.²

¹- شهيناز طلعت : وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط 1 ، 1980 ، ص 25 .

²- علي سيد محمد رضا : مرجع سابق ، ص 145 .

-الوظيفة الاقتصادية:

وظيفة متصلة بمفهوم التنمية و ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية ، تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات و الفقرات الاشهارية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ، و يساهم ذلك في رفع المبيعات و الترويج لها ، كما تعتبر الإذاعة من الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا على الأفراد في عملية التسويق للأعمال و السلع ما يجعل الأكثر من أصحاب الأعمال و المؤسسات التجارية و كذا العمومية الترويج لمنتجاتهم عبر الأثير كونه يصل إلى اكبر عدد ممكن من المستمعين في مناطق مختلفة الشيء الذي يوفر لهم عناء التنقل لهذه الأماكن بهدف عرض سلعهم ، هذا الإذاعة عامل فعال في الجانب الاقتصادي ¹.

-الوظيفة الإعلامية :

تعمل الإذاعة على نقل المعلومات كالأخبار و الأنباء كما تعطي للجمهور معلومات مفيدة تمكن الأفراد من اتخاذ القرارات في حياتهم اليومية إلى جانب أنها تحاول التأثير على الجمهور المتلقي و الكشف عن مختلف خبايا المجتمع و لقد أوضحت العديد من الدراسات الميدانية العريقة منها و الأجنبية أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من معلومات الفرد و خاصة إن كان التعرض لا يقل عن 6 ساعات ، كما بينت دراسة أجريت في 5 دول افريقية أن الإذاعة هي المصدر الرئيسي للأخبار . ²

⁽¹⁾ - علي سيد محمد رضا: مرجع سابق، ص 145.

⁽²⁾ - محمد محمود مصطفى : الإعلام الفعال تجارب محلية و دولية ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن ط 2 ،

-وظيفة الترفيه:

تساعد الإذاعة على الترفيه و التنفيس على المتابع اليومية للجمهور نظرا لما يحمله الترفيه من درجة عالية في كسب الجمهور و التأثير فيه فالإذاعة تساهم من خلال برامجها في ملئ وقت الفراغ .

و تشير بالذكر أن معظم الإذاعات الموجودة في الوطن مهما كان نوعها سواء إذاعة وطنية أو محلية أو متخصصة فإنها تلجا كثيرا إلى الترفيه هذا غرض تلطيف الجو و كذلك جذب انتباه الجمهور و الترويح عنه أكثر فأكثر و لفت انتباهه للمواضيع و البرامج التي تبثها الإذاعة .

2-3-2- أهداف الإذاعة المحلية :

مع تعقد الاتصال و الغزو الثقافي الكبير و تعمق الصراع الحضاري و ازدياد السكان بشكل غير مسبق كان لزاما إنشاء الإذاعات المحلية لحماية الثقافة المحلية و تحقيق جملة من الأهداف التي انشأت من اجلها يمن حصرها فيما يأتي¹:

- السهر على تلبية مضامين شبكة البرامج احتياجات عقلية المستمع ، أين يتعلق الأمر بالمحتوى و اللغة مع ما يحدث في المجتمع المحلي بلغة محلية .

- تغطية الأحداث المحلية.

¹- نورالدين تواتي : مرجع سابق ، ص 143 .

- تهدف إلى خدمة الثقافة الوطنية و إبرازها و التعمق في جذورها ، عن طريق ما يقدم من برامج و أبحاث حفاظا على الإرث الثقافي و الحضاري لكل منطقة و إبرازها عن طريق التعريف بتقاليد المنطقة و تاريخها ، و خصوصية سكانها .
- إبراز الثقافة المحلية الشعبية خوفا من فقدانها، كونها أساسا من أسس الشخصية الوطنية .
- تقدم الإذاعة المحلية كل أنواع الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية دينية، إعلامية و ثقافية بالإضافة إلى تغطية جميع الأحداث و النشاطات.
- فك العزلة عن المناطق النائية من الوطن باستعمال الإعلام الجوّاري.
- الاهتمام برغبات الجمهور المحلي و التعرف على مشكلاته، و الوقوف على اهتماماته أي اخذ اعتبارات و رغبات الجمهور المستمع، فنجاح الإذاعة المحلية يتوقف على إنجاحها في إشعار الجمهور.¹

2-- البرامج الإذاعية المحلية:

¹ - نور الدين تواتي: مرجع سابق، ص 143.

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة، سياسية، اقتصادية، ثقافية، تربية، و ترفيهية سواء كانت هذه الحصص في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة و مؤثرات صوتية مناسبة.

- و تختلف البرامج الإذاعية من بلد إلى آخر و لكنها تتفق في توفير التسلية و المعرفة و يراعي العديد من البلدان أن تكون برامج المنوعات بنسبة 90 % منها أما الباقي فيخصص للمواد الثقافية بكل وجوها.

- و يمكن تصنيف البرامج الإذاعية على العموم إلى الأنواع الشائعة التالية:¹

- البرامج الثقافية:

تندرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم و عقائد الشعوب و أفكار معينة لتنوير الجمهور. و تشمل البرامج الفنية و الأدبية و العلمية ، و تشمل الرقص و الغناء و الموسيقى و المسرح و الشعر و الأدب و العلم ، و تكون عادة على شكل محلية ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية أو ندوات أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة ، حيث يرى ألبير أن غاية الإذاعة هي الثقافة و التسلية و تسعى الإذاعات في بث التراث الثقافي كما تساعد في تدعيم الطابع الثقافي.²

¹- طارق الشاري: مرجع سابق، ص 77.

²- المرجع نفسه: ص 77 .

و يعمل هذا النوع من البرامج على الحفاظ على ثقافة و تراث المجتمع المحلي .

- و من معايير البرنامج الثقافي :

- أن يفيد من إمكانات الإذاعة في تقديم الثقافة للجماهير في شكل مستساغ سمعياً .

- أن يعتمد عل تبسيط الثقافة تبسيطاً لا يهبط بمستواها و إنما يجعلها مفهومة.

- أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة من خلال استخدام العناصر الدرامية و وسائل جذب الانتباه.

- تنوع البرامج الثقافية حيث تحقق التكامل بين فروع الثقافة المختلفة.¹

-البرامج الإخبارية:

كنشرة الأخبار و التعليقات و برامج المناسبات و البرامج الخاصة و الشؤون العامة و الرياضة و تبث

نشرات الأخبار في أوقات محددة بمعدل ساعة أو نصف ساعة في بعض المحطات ، كما تقدم

المحطات الإذاعية تغطيات مباشرة للأحداث الخاصة مثل الانتخابات العامة أو افتتاح المجالس

التشريعية .²

¹- سهير جاد ، سامية احمد علي : البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون ، ط 2 ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ، 1999 ، ص ص 24 ، 25 .

²- طارق الشاري: مرجع سابق، ص ص 77، 78.

-البرامج الاجتماعية:

تعنى بترابط أفراد الأسرة و المجتمع و تفاعل مع العادات و التقاليد و تميل إلى ترسيخ مبادئ التربية والفضيلة.

-البرامج الدينية:

هي برامج روحية ذات طبيعة خاصة، لكنها تتداخل ضمن البرامج و المواد العامة و هي موجهة للغالبية العظمى من طبقات المجتمع.

-البرامج الرياضية:

هي برامج موجهة إلى شريحة معينة من المجتمع على عكس البرامج الثقافية و الاجتماعية التي تقوم على قاعدة الاتصال العريضة.

-البرامج الإرشادية و المتنوعة:

ترتبط بمناسبات معينة : أبواب العناية بالمساجد أو العناية الصحية و التطعيم الخ. حيث يتم بث نصائح أو إرشادات تتعلق بأهمية الحدث.¹

¹- مصطفى محمد عيسى فلاتة : الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية ، 1991 ، ص 54 .

-البرامج التعليمية و العلمية:

يتم بناءها وفق أهداف واضحة و محددة بحيث تطبق معلومات جديدة إلى المستمع و تعمل على إحداث تغيير في اتجاهه و سلوكه ، و أن تكون مثيرة للانتباه لا مثيرة للعواطف ، و أن تكون مترابطة الحلقات و الفقرات .¹

¹- مصطفى محمد عيسى فلاتة : مرجع سابق ، ص 55 .

ثانيا: أهمية الوعي و دور الإعلام في تشكيله.

1- قضية الوعي:

1-1- الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي اختلالاته:

يعتبر موضوع الوعي محل اهتمام العديد من التخصصات العلمية و الاجتماعية و يرجع تاريخ استخدامه غالى فرنسيس بيكون (francis bacon) سنة 1500 م ، ثم استخدمه جون لوك John (lock) في مناقشاته الفلسفية و كان يقصد بالوعي تلك الأفكار التي تمر في عقل الإنسان، و بظهور علم النفس استقرد به لفترة طويلة حتى عرف بعلم الوعي نظير اهتمامه بمفهوم الشخصية¹.

و مع تطور الاجتماع الإنساني و دخول الدراسات السوسولوجية إلى دائرة الحوار العلمي بات علم الاجتماع من أهم العلوم اهتماما بقضية الوعي ، فضلا عن إدراك علماء الاجتماع من أهم العلوم اهتماما بقضية الوعي ، فضلا عن إدراك علماء الاجتماع لمدى ارتباطه بقضايا التخلف و التنمية و غيرها ، و الواقع الاجتماعي يتضمن محتواه العام الوعي الاجتماعي و يمكن النظر إلى الوعي باعتباره مفهوما² ، فالوعي في صورته الأولى هو وعي ب : البيئة الحسية - بما خارج الفرد من أشياء - بالعلاقات المحددة مع الأشخاص بالطبيعة .

هناك علاقة دائمة بين الوعي و المجتمع المتطور و هو ما يفسر وجود الاختلافات النظرية في تفسير الوعي خاصة في إطار النظرية الكبرى لعلم الاجتماع يمكن أن نوضحه فيما يلي :

¹ - إحسان حفطي: علم اجتماع التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2004، ص 39.

² - الدسوقي عبده إبراهيم : التغير الاجتماعي و الوعي الطبقي (تحليل نظري) ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2004 ، ص 95 .

1-1-1- الاتجاه الماركسي:

- يرى بعض الباحثين أن الماركسية من أكثر الاتجاهات التي تناولت موضوع الوعي يتجلى ذلك من خلال مقولة ماركس (karl marx): " ليس وعي البشر هو الذي يحدد وجودهم بل على العكس يتحدد وجودهم بوعيهم الاجتماعي".¹

- و قد اهتمت الماركسية بتحليل الوعي من خلال تركيزها على الوعي الطبقي و في علاقة الوعي بالواقع، فهذا الاتجاه لا يعتبر الوعي انعكاسا سلبيا للواقع لأنه يؤمن بوجود علاقة جدلية فيما بينهما.²

- أما دارندوف (dahrendorf) من إعلام هذا الاتجاه تناول الوعي في دراسته للتدرج الطبقي في تحديد بعض ملامح و مظاهر الوعي الطبقي ، و أن هذا الوعي يوضح بعض سمات و ملامح البناء الطبقي في المجتمع ، في حين تطرق لوكاش إلى فكر الوعي بالواقع و الوعي الممكن.³

- فالنظرية الماركسية تقول عن الوعي انه مجموعة المفاهيم و التصورات و الآراء و المعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة ، و قد تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم يتبناها الآخرون لاقتناعهم بأنها تعبر عن مواقفهم.⁴

¹ - إحسان حفطي: مرجع سابق، ص 359 .

² - الدسوقي عبده إبراهيم : مرجع سابق ، ص 123 .

³ - المرجع نفسه: ص 124 .

⁴ - طارق السيد: علم اجتماع التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007 ، ص 215 .

1-1-2- الاتجاه الوظيفي:

يلمس اهتمام الاتجاه الوظيفي للوعي من خلال :

- أفكار كونت (conte) فهو يرى أن النظرية الاجتماعية تهتم بدراسة و فهم ظواهر العقل الإنساني أو الفكر الإنساني ، فكل تطور اجتماعي هو نتيجة لتطور الفكر الإنساني و كل تغير اجتماعي هو نتيجة لتغير حالة و واقع الفكر ، و يشير إلى أن تطور الفكر الإنساني يؤدي إلى تكوين الوعي ليحدث عندها تغير اجتماعي ¹.

- أما دوركايم (Durkheim) فكان اهتمامه بموضوع الوعي من خلال مناقشته لمفهوم الضمير الجمعي و هو يرى بأسبغية الوعي الجمعي عن الوعي الفردي ، حيث يعتبر هذا الأخير جزء من الوعي الجمعي، و بارسونز تناول قضية الوعي من خلال نظريته للفعل الاجتماعي الذي يعرفه : " انه كان أشكال السلوك البشري التي تحركها و توجهها المعاني الموجودة في دنيا الفاعل و هي معاني يدركها الفاعل و يستخدمها في ذاته " ².

¹- علي الحوات : النظرية الاجتماعية اتجاهات أساسية ، منشورات جامعة الفاتح ، ليبيا ، 1997 ، ص 58 .

²- احمد زايد : علم اجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية ، مؤسسة نوميديا للثقافة و العلوم ، 1984 ، ص 114

1-1-3- اتجاه التفاعلية الرمزية:

يعد جورج هيربرت ميد (george herbert mead) مؤسس هذا الاتجاه يعتمد النظرية التفاعلية الرمزية على المعاني و الرموز على مستوى وحدة الفعل الصغرى تقوم على أن البشر يتصرفون تحت الأشياء على أساس ما تعنيه لهم من معاني و التي تكون نتاج التفاعل الاجتماعي في المجتمع¹.

و يعتقد هذا الاتجاه بان ظواهر المجتمع ليس لها وجود خارج وعي الأفراد و إدراكهم لها و أن الذات تحمل في طبيعتها كما هائلا من التفسيرات و المعاني المختلفة ، كما تعتمد في ذلك على الرموز و شبكة الاتصالات الرمزية مما يمكنه من ترجمة الذات إلى ذوات و ذكريات و مخيلات الآخرين².

و يمكن القول بان هذا الاتجاه ينظر إلى الوعي على انه يتميز بسمه أساسية و هي قدرته على تشكيل الواقع، و أن الكيفية التي ندرك بها الواقع نتاج للوعي فالواقع يشكل طبقا لافتراضات الشخص و استعداداته و خبراته³.

¹- علي غربي : علم الاجتماع و الثنائيات النظرية التقليدية المحدثه ، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، قسنطينة ، 2007 ، ص 129 .

²- علي الحوات : مرجع سابق ، ص ص 180 ، 182 .

³- إحسان حفطي: مرجع سابق، ص 356.

1-1-4- الاتجاه الفينومينولوجي أو الظاهراتي :

يعود إلى مؤسسه ايدموند هوسرل (edmund husserl) الذي ركز اهتمامه حول تطوير فلسفة تنفذ إلى جذور معرفتنا و خبرتنا ، أي انه يرى بضرورة إعادة الصلة بين المعرفة و خبراتنا الحياتية و نشاطاتها و الفينومينولوجيا هي نظرية و منهج يرى يبحث الظواهر الاجتماعية كتيار من الشعور و كمضمون من الوعي ، و يركز هوسرل على الوعي لأنه يساعد الفرد على فهم العالم الخارجي و الفرد نفسه .

و يرى هذا الاتجاه إن الوعي أو الشعور هما وسيلتان لفهم العلم ، فأى فهم لشيء موضوعي لا يتحقق إلا من خلال وعينا بذلك الشيء و لا وجود لواقع مستقل عن وعينا أو شعورنا و جوهر الأشياء هو ما يفهمه العقل الإنساني من خلال الوعي عن طريق خبرته بالعالم و الموضوعية تتحقق عن طريق الذاتية أو عن طريق وعينا ¹.

1-2- أبعاد الوعي :

تتشترك الدراسات التي اهتمت بموضوع الوعي الاجتماعي و بأنماطه النوعية سواء كانت الطبقيّة أو السياسية أو التعليمية أو الثقافية... الخ ، يذكر البعض أن الوعي يحتوي على بعدين هما :

البعد الأول : بعد إيديولوجي يرتبط بتشخيص قضايا المجتمع و مشكلاته و تفسيرها و طرح أساليب تناولها و حسمها و اتجاهاتها ².

¹- علي الحوات : مرجع سابق ، ص 217 .

²- عبد الله بوجلال : الإعلام و قضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي ، المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 147 ، بيروت ، 1991 ، ص 44 .

البعد الثاني: يرتبط بالتجربة اليومية و التاريخية للفرد و الطبقة و المجتمع من خلال ما تعكسه القيم و التقاليد و نمط التنشئة الاجتماعية و السياسية و أسلوب الضبط الاجتماعي و الإعلام.¹

1-3- أنماط الوعي و سماته :

يرى تشارلز كولي (Charles Cooley) أن للوعي أنماط متمثلة في :

- الوعي الذاتي يشمل فكرة الفرد عن ذاته .

- الوعي الاجتماعي و يشمل فكرة الفرد عن الآخرين .

- الوعي العام و يتضمن الوعي الذي يلف كل أعضاء الجماعة.²

أما السمات الأساسية للوعي الخاص بالكائن المحدد تتمثل فيما يلي :

- **الإحساس:** و ذلك ببساطة بان يكون فردا حساسا قادرا على الإحساس و رد الفعل و التفاعل مع العالم من حوله.

- **الإفاقة:** و هي ان يكون الفرد ممارسا فعلا بهذه الإمكانية و ليس فقط امتلاك القدرة أو الميول لذلك ، و بهذا لا يعد واعيا إذا كان نائما أو في حالة من الإغماء العميق .

- **الشعور الذاتي :** و هو ان يتحدد وعي الكائن ليس فقط لكونه فائقا و لكن أن يكون واعيا بأنه فائقا.³

¹- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص 45 .

²- طارق السيد: مرجع سابق، ص 215.

³- سمير أبو زيد: مرجع سابق، ص 6.

1-4- أنوع الوعي:

و للوعي أنوع يمكن أن نميز بينها كالتالي:

1-4-1- الوعي الاجتماعي:

الوعي الاجتماعي هنا هو ذلك الوعي العام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بجملة القضايا الاجتماعية السياسية و الاقتصادية و حتى العلمية التي لها دخل في حياتهم ، كما يندرج تحت الوعي الاجتماعي أنوع من الوعي : الوعي السياسي ، الوعي الأخلاقي ، الوعي الديني ، الوعي الصحي و الوعي بالطبيعة و غيرها ¹.

1-4-2- الوعي الطبقي:

الوعي الطبقي هو إدراك أفراد لجماعة ما لموقعهم الطبقي و لموقع جماعتهم الطبقي بين مختلف الجماعات الاجتماعية الأخرى ، و إدراكهم لمصالحهم الطبقيّة و مصالح جماعتهم الطبقيّة و سبل تحقيق تلك المصالح و ضمانها ، و عند لوكاش اعتبر الوعي رد فعل ما فكرا و موقعا و سلوكا عقلاني مناسب لوضع خاص في عملية الإنتاج .

1-4-3- الوعي السياسي:

عندما ينظم أفراد المجتمع في أحزاب أو تنظيمات معينة يمارسون نشاطا سياسيا لتحقيق أهداف جماعتهم ضمن تلك التنظيمات فهذا العمل يتطلب وعيا سياسيا.

¹- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص ص 44 ، 45 .

حيث يعتبر بييرفون غيرولاس أن الوعي السياسي برز كعرفة الفرد للخطر المهدد للبناء الاجتماعي الذي هو عضو فيه.¹

1-5- الإعلام و تشكيل الوعي :

يعتبر الإعلام أقوى وسيلة لتشكيل الوعي و تكوين الصورة الذهنية لدى المجتمع فيحصل الفرد على المعلومات و الآراء من هذه الوسائل و التي تساعده في تكوين تصور و وعي بالعالم الذي يعيش فيه ، كما تعد من عوامل الاندراج المعرفي لدى الجمهور في تقويم المعلومات و توجيهها بالطريقة التي ترغب فيها ، و نظرا لان الإعلام يعد من ابرز المصادر الرئيسية التي يستقي منها الفرد معلوماته فلم تكتفي بنقل المعلومات فقط بل أصبحت أداة لتوجيه الأفراد و الجماعات و تكوين مواقفهم الفكرية و الاجتماعية.²

و ممارسة الإعلام في تشكيل الوعي لدى الجماهير يعود لكونها النافذة التي تطل من خلالها الجماهير على الأحداث المحلية و الدولية ، ناهيك عن قدرتها في تضخيم الصور و طبعها بقوة في الأذهان إلى درجة أن المتلقي يشعر أحيانا كثيرة انه التقى فعلا بالشخصيات التي تناولها وسائل الإعلام رغم انه لم يقابلها فقط ، كما تقوم بتبسيط المعلومات و المعارف الجديدة و تؤثر في صناعة وعي و سلوك الأفراد من خلال تقديمها أفكارا للفرد عن بيئته و منظوره لنفسه ، و قد ظهرت في العصر الحديث مؤسسات إعلامية انشأت من اجل تكوين الاتجاهات و صناعة الرأي العام.³

¹ - عبد الله بوجلل : مرجع سابق، ص 45 .

² - عبد الكريم بكار : الوعي مكونات الوعي - الإعلام و تشكيل الوعي و الصورة الذهنية ، أكاديمية بناء المفكر ، 2 ماي 2001 ، 17:48 مساء ، تمت زيارة الموقع بتاريخ 28 / 12 / 2019 . <https://www.facebook.com/not423182347716384> .

³ - عبد الكريم بكار: مرجع سابق. ص50.

2- أشكال الوعي و علاقتها بالإعلام:

2-1- الوعي الاجتماعي:

2-1-1- مفهوم الوعي الاجتماعي:

يشير الوعي الاجتماعي إلى عدة مفاهيم هي كالآتي:

- الوعي الاجتماعي ملكة إنسانية لدى البشر و هي قديمة قدم اللغة ، و اللغة مثل الوعي ظهرت من خلال ضرورة التعامل مع الآخرين ، و الحاجة التي أوجدت اللغة هي التي أوجدت الوعي إلا أن الاختلافات بين الأفراد تظهر في مضمون هذا الوعي و ما يرتبط به من موضوعات و أحداث.¹
- الوعي الاجتماعي هو وعي عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و حتى العلمية التي لها دخل في حياتهم ، و يندرج تحت هذا الوعي الاجتماعي عدة أنواع منها الوعي السياسي و الأخلاقي و الديني و الصحي و الوعي بالطبيعة و غيرها.²
- الوعي الاجتماعي هو مجموعة من المفاهيم و التصورات و الآراء و المعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة و التي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم من تم تبيينها الآخرون لإقناعهم بأنها تعبر عن موقعهم.³

¹- فيصل عبير عبد المنعم: علم الاجتماع و تنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية و العالمية، المكتبة المصرية للنشر و التوزيع، المنصورة، 2009، ص 119.

²- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص ص 42 ، 45 .

³- شكري صابر ، موسى حلس : الوعي الاجتماعي العربي تحليل سوسولوجي ، مكتبة دار المنارة ، غزة ، 2002 ، ص 223 .

- الوعي الاجتماعي هو الوعي بالمشكلات المختلفة التي تواجهها المجتمعات و التجمعات بصفة يومية ، و أول من بحث في هذا المفهوم كارل ماركس في دراسة عن الطبقة الاجتماعية و الوعي الطبقي ، و حول هذا المفهوم يرى اوسوفسكي انه مجموعة المفاهيم و التصورات و الآراء و المعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة ¹.

- الوعي الاجتماعي هو الوعي بالمشكلات المختلفة التي تواجهها المجتمعات و التجمعات بصفة يومية ، و أول من بحث في هذا المفهوم كارل ماركس في دراسة من الطبقة الاجتماعية و الوعي الطبقي ، و حول هذا المفهوم يرى اسوفسكي انه مجموعة المفاهيم و التصورات و الآراء و المعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة .

- كما يعرف عند بعض المفكرين بأنه ليس إدراكا فقط للواقع و ليس تصورا له فقط، بل هو نتاج لحركة تبادلية يندمج فيها الفردي في الاجتماعي و الذاتي في الموضوعي و الإدراك في التصور و تعدد الأبعاد النفسية مجالات أولية للوعي.

- و يعرف ماركس الوعي الاجتماعي بأنه مجموع الأفكار و النظريات و الآراء و المشاعر الاجتماعية و العادات و التقاليد التي توجد لدى الناس و التي تعكس واقعهم الموضوعي.

و بما أن الوجود الاجتماعي للناس يتصف بالتعقيد و التنوع فان الوعي الاجتماعي يتصف أيضا بالتعقيد و التنوع. و يدل استعراض التاريخ الاجتماعي انه مع تغير الوجود الاجتماعي للناس يتغير أيضا و عيهم الاجتماعي. كما أكد ماركس أيضا على أن الوعي الاجتماعي يتصف بخاصية الاستقلالية النسبية في تطوره ، فالوعي الاجتماعي قد يتخلف عن تطور الوجود الاجتماعي ، أو قد

¹- سمير نعيم احمد: النظرية في علم الاجتماع، د، ن، القاهرة، 2006، ص 189.

يسبقه و تتضح الاستقلالية النسبية للوعي الاجتماعي في استمرارية التطور ، و الوعي ليس في علاقة سلبية مع الوجود و لكنه يؤثر تأثيرا ايجابيا على الوجود الاجتماعي ¹.

- الوعي الاجتماعي اتجاه عقلي منعكس يعين الإنسان على أن يكون واعيا بنفسه و بيئته بدرجات متفاوتة من الوضوح و التعقيد و يتضمن هذا الاتجاه:

- وعي الإنسان بوظائفه الجسمية و العقلية .

- و الوعي بأهداف العالم المحيط به ².

- و إدراك الإنسان لنفسه كإنسان في المجتمع الذي يعيش فيه.

- و إدراك الإنسان لنفسه كعضو في جماعة .

- و إدراك الإنسان للعلاقات التي تربط بين الظواهر الاجتماعية و المواقف التي يمر بها، و القيم و المعايير التي تحدد استجاباته المختلفة في هذه المواقف.

- و من هنا يمكننا تعريف الوعي الاجتماعي بأنه الصورة الذهنية للفرد عن واقعه الاجتماعي

و المتمثلة في مجموعة الأفكار و المشاعر و السلوكيات التي تعبر عن إدراكه لهذا الواقع ، و التي

غالبا ما تكون مستمدة من هذا الواقع ثم تعود لتؤثر في فهم الفرد له ، و تشكل استجابته تجاهه ³.

¹- سمير نعيم احمد: مرجع سابق، ص 190.

²- محمد سعود العريفي : العلاقة بين الوعي الاجتماعي و الحد من انتشار العقاقير المخدرة ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، د،ت ، ص 26 .

³- عبير أمين: تزييف وعي الشباب بين العولمة و الدعاة الجدد ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، 2006 ، ص

2-1-2 - أهمية الوعي الاجتماعي :

تكمن أهمية الوعي الاجتماعي كآلي :

- الوعي الاجتماعي من الموضوعات السوسولوجية ذات الأهمية القصوى في حياة الأفراد والمجتمعات و هو نتيجة للتفاعل بين أنفسنا و عالمنا المادي المحيط بنا ، و من هنا يلعب دورا هاما في التطور الاجتماعي سواء كان سلبيا أم ايجابيا .
- الفرد يجب أن لا يتصرف حسب ميوله فقط و لكن لا بد أن يكون له واعيا بما حوله من ظروف.
- الوعي الاجتماعي يعكس تصورات الفرد و أفكاره و الطريقة التي يصيغ بها الفرد هذه التصورات و الأفكار في تفاعله مع الآخرين .¹

2-1-3 - مستويات الوعي الاجتماعي:

- يميز الباحثون و المهتمون بمستويات الوعي الاجتماعي بين مستويين من مستويات هذا الوعي تظهر في صيغ مختلفة ، و قد ميز احد الباحثين من جهة أخرى بين الايدولوجيا الشعبية و التي هي عبارة عن تلك الأفكار التي توجه أي عمل في مجرى الحياة اليومية مهما بلغت درجة بساطته و بين الايدولوجيا العضوية التي هي عبارة عن تلك الأفكار المنظمة التي تعكس مصالح و اهتمامات الطبقات الأساسية.²

¹- محمد سليم مسعد الحارثي : الوعي الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض ، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص التأهيل و الرعاية الاجتماعية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية الدراسات العليا ، الرياض ، 1434 - 1435 ، ص 29 .

²- المرجع نفسه ، ص 30 .

بينما يذهب آخرون يميزون بين كل من الثقافة الرسمية و التقليدية أو التراث الشعبي و التي تتضمن كل شيء ينتقل من الأب إلى الابن و من الجار إلى جاره دون المعرفة المكتسبة عقليا سواء من خلال المجهود الفردي أو من خلال المعرفة المكتسبة داخل المؤسسات كالمدرسة و الجامعة والمعاهد، و هناك من العلماء ما اعتمد تقسيما آخر اعم و اشمل لمستويات الوعي الاجتماعي على النحو التالي :

المستوى الأول: هو المستوى المعرفي و فيه يمكن التمييز بين الوعي الاعتيادي و الوعي العلمي للواقع.

المستوى الثاني: و هو المستوى السوسولوجي و فيه يمكن التمييز بين الوعي الفردي و الجماعي.¹

و عند آخرون اعتمدوا الوعي الاجتماعي على ثلاث مستويات كآتي :

-المستوى الأول: الوعي اليومي المباشر:

و هو تعبير عن خبرة الحياة اليومية المباشرة و حاجات البشر اليومية ، أي انه أكثر ارتباطا بالوجود العياني المباشر و لذلك فهو تفصيلي و تجزيئي سيتم بالعفوية و التلقائية و يرتبط بالخصائص النفسية الاجتماعية للبشر ، التي تعكس وجودا اجتماعيا له خصائصه و مكوناته ، و بالتالي فان أنماط وجود اجتماعي سابق له خصائص نفسية اجتماعية مرتبطة بهما تنعكس هي الأخرى من خلال الخبرات اليومية و المباشرة للجماهير .

¹- محمد سليم مسعد الحارثي : مرجع سابق ، ص 30.

-المستوى الثاني: الوعي النظري الإيديولوجي:

الذي يعكس وجودا طبقيًا محددًا و يأتي إدراكه تصورا طبقين للمجتمع و ما يحويه من علاقات و ما توجد بينهما من تناقضات ، و أيضا تصورا للعلاقة بالطبيعة سواء كانت علاقات سيطرة و خضوع من البشر و خبرتهم الماضية في السيطرة عليها و ما اخترعوه من فنون في الإنتاج و العمل و التفاعل و غيرها.¹

-المستوى الثالث: الوعي العلمي:

الذي طورته قوى الإنتاج توظفه لخدمة مصالح إنتاجية و إيديولوجية و هو أيضا إنتاج لتراكمات الماضي و الاتصال العلمي مع مجتمعات أخرى أما استعارة أو تبعية أو تطويعا .

2-1-4- أبعاد الوعي الاجتماعي :

أما عن أبعاد الوعي الاجتماعي فهي تشير إلى وجود ما يلي :

- وعي فردي يعبر عن فرد محدد له ظروفه النوعية الخاصة و ينعكس وجودا فرديا عياديا مجددا .
- وعي جماعي جماهيري يعني وعي طبقة محددة أو مجتمع محدد و هو إدراك و تصور طبقين للمجتمع و الطبيعة.
- وعي مجتمعي يعكس الوجود الاجتماعي ككل لكن بتضاريسه و تبايناته و تناقضاته يشير إلى إدراك و تصور القضايا المجتمعية .

¹- عبد الباسط عبد المعطي: الوعي التنموي العربي، ممارسة بحثية ، دار الموقف العربي للصحافة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 1983 ، ص 25 .

- فالوعي الفردي و الاجتماعي يتبادلان التأثير و التأثر و يحتاج فهم الواحد منهما للآخر إلا أن التمييز بينهما يكشف عن أمرين:

- يوضح الأول أن الأبعاد المعرفية المختلفة التاريخية و المعاصرة بما في ذلك الايدولوجيا تؤثر في الوعي الاجتماعي بالإضافة إلى تأثره بتفاعل وعي الأفراد .

- يوضح الثاني درجة انعكاس الواقع و شكل هذا الانعكاس و محتواه فالوعي الفردي انعكاسا مباشرا و عياني للوجود الفردي في حين أن الوعي الاجتماعي يحوي درجات أكثر تعميما و تجريدا ، فالوعي الاجتماعي هو الذي يعمم خبرة الوعي المباشر و يكسبها شكلا و محتوى اجتماعيين و بالتالي تندمج الادراكات الفردية و تتكامل في تصورات جماعية مما يكسبها طابعا موضوعيا ميزانه مصالح الجماعة و تصوراتها¹.

2-1-5- خصائص الوعي الاجتماعي:

من خصائص الوعي الاجتماعي المهمة هي:²

- إحاطته بكل الواقع المحيط بالإنسان و المجتمع و الطبيعة و لهذا فهو أكثر شمولاً و تنوعاً و تعقيداً و أكثر ارتباطاً بالوجود الاجتماعي ككل .

- و الإيديولوجية فهي إحاطة بالواقع ، تعتبر وسيلة جبارة لتكوين السيكولوجية الاجتماعية و الفردية، فالتأثير الإيديولوجي يقدم للجماهير فهما محددا للحياة الاجتماعية و يساعدها على استيعاب أوضاعها و دورها في التطور الاجتماعي ، كما تؤثر الإيديولوجية في وعي الناس و تحدد اتجاه الآراء و طابع

¹- عبد الباسط عبد المعطي: مرجع سابق، ص 26.

²- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص 43 .

القناعات سواء لدى الأفراد أو الفئة الاجتماعية ككل ، و تؤثر الإيديولوجية بتكوينها العقائد و الأفكار في شعور الجماهير و إرادتهم ، و لا يكون كمال الوعي و حدثه مع السلوك إلا عندما تعكس الإيديولوجية حياة المجتمع بصورة صحيحة و أن لا تتناقض معها ¹.

2-1-6- وظائف الوعي الاجتماعي:

تتعدد وظائف الوعي الاجتماعي و تختلف من مجال لآخر حيث يشير احد الباحثين إلى انه يمكن تصنيف وظائف الوعي الاجتماعي إلى الوظائف التالية و هي :

2-1-6-1- الوظيفة المعرفية:

و تتمثل في شرح و توضيح مصالح الفئات الاجتماعية المختلفة و تحديد ما هو قانوني و ما هو غير قانوني و ما يتوافق مع الأعراف و التقاليد و العادات و ما لا يتوافق.

2-1-6-2- الوظيفة التربوية:

تعتبر التربية إحدى الوظائف الأساسية للوعي و هي شرط ضروري لاستمرارية الحياة الاجتماعية فهي التي تنتقل الأفكار و الرؤى و التصورات و الأفعال و العادات و الاتجاهات الأخلاقية و المعارف النظرية و المهارات من جيل لآخر، و هي تنتقل أيضا التجارب الاجتماعية و الخصائص النفسية و العادات و التقاليد السلوكية فهي تنتقل كل الإرث الثقافي و الاجتماعي .

فإذا كانت الفلسفة تمثل الوعي النظري للواقع الاجتماعي الذي يعبر عن أوضاع الثقافة و مشكلاتها و يحاول تعديلها و تطويرها فان التربية هو ذلك المجهود التطبيقي الذي يهدف إلى ترجمة قيم هذه

¹- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص 43 .

الفلسفة إلى مفاهيم و اتجاهات و مهارات سلوكية لدى الأفراد، كما تقوم التربية بالحفاظ على الوضع القائم و تستخدم كسلاح من أسلحة التغيير و هنا تتضح فاعلية التربية في صنع الإنسان و تأهيله¹.

2-1-6-3- الوظيفة الإعلامية:

تتحقق هذه الوظيفة في الفعالية الصحافية و الإذاعية و التلفزيونية و الدينية و هي تسهم جميعها إلى جانب التربية في إعادة الإنتاج للوعي الاجتماعي.

2-1-6-4- الوظيفة العلمية و النفسية:

تمثلة في العمل على تحقيق القنوات و المواقف و الاتصال و الروابط بين البشر إضافة إلى دفع الناس للعمل².

2-1-6-5- الوظيفة الإيديولوجية:

تتمثل في الدعاية و التحريض و العمل النظري و الأدبي ما لذلك من تأثير في الأفكار و مشاعر الناس و تكوين الوعي لديهم ، كما تتمثل في العمل على توصيل التجربة الجماعية و ترسيخ الروابط الاجتماعية و توحيد الأعمال الفردية و الجماعية و تقديم بواعث السلوك المرغوب³.

¹- سالم علي: الوعي بين الفرد و الجماعة و الممارسة، مجلة الفكر العربي المعاصر، 1990، ص 80.

²- سالم علي: مرجع سابق، ص 80.

³- المرجع نفسه : ص 81 .

2-1-7- العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي :

تتعدد العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي و بلورته و التي تساعد في تفسير الواقع و إدراكه حيث توجد عوامل لها تأثير مباشر في تشكيل هذا الوعي و ذلك حسب طبيعة المجتمع المعني ، ما يوجد هناك تفاوت في تلك العوامل ما بين القوة و الشد و يرجع ذلك إلى المراحل العمرية التي يمر بها الفرد .

و قد ذهب كثير من العلماء إلى أن تحديد هذه العوامل عملية صعبة نتيجة تعددها و قد أشار احد رواد دراسة الضبط الاجتماعي أن من العوامل المساهمة في تشكيل الوعي الاجتماعي هو الرأي العام و الدين التنشئة الاجتماعية و القيم و العادات و التقاليد ، و يمكن أن تقتصر على اثر بعض العوامل في تشكيل هذا الوعي منها :

2-1-7-1- الدين :

يعد الدين من أهم العوامل التي تقوم بدور كبير و فعال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى كافة المجتمعات و الشعوب على اختلاف دياناتها فالقران الكريم من أهم العوامل التي يسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي.¹

و تكمن درجة إسهامه في تكوين الاتجاهات بحسب درجة و قوة و عقيدة إيمان الفرد ، فالدور الكبير و المؤثر الذي يحدد القران الكريم في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي و تكوين الاتجاهات و آراء الأفراد إلى مجموعة من الاعتبارات نذكر منها و هي :

¹ - سالم علي: مرجع سابق، ص 80.

- أن القرآن الكريم هو جامع مانح لكافة تفاصيل و أمور حياة البشر .
- هو المنظم للسلوك الإنساني في الإسلام .
- هو العامل المؤثر في تكوين الاتجاهات العقلية .
- يقوم بدور فعال في البناء النفسي و الاجتماعي و الروحي و الجسمي للفرد¹.
- القرآن هو الموسوعة الشاملة لكل التساؤلات و المسائل الجدلية.
- هو المصدر الرئيسي لذات الأمة و حضارتها و لغتها.
- القدرات الإعلامية و البلاغية التي يختص بها القرآن الكريم على الآراء في الاتجاهات لا يمكن عزله عن العوامل الأخرى الاجتماعية و الاقتصادية و المهنية و المعرفية بل يتم بناء و تعديل الاتجاهات من خلال الدين و عن طريق الترغيب و الترهيب².

2-1-7-2- التنشئة الاجتماعية:

و هي مسؤولية كبيرة تقع على عاتق العديد من مؤسسات المجتمع كالأسرة و المدرسة والمسجد الخ فالأسرة من خلالها يكتسب الفرد القيم و المبادئ و الاتجاهات التي تلائم مراحل نموه المختلفة فالتنشئة الاجتماعية للأسرة لا يقتصر دورها على أداء الوظائف الفسيولوجية فقط بل يتجاوز ذلك إلى إعداد الفرد و التأثير في اتجاهاته ليصبح عضوا فاعلا و صالحا في مجتمعه فهي عملية مستمرة لا تتوقف عند مرحلة عمرية معينة .

¹- سالم علي : مرجع سابق ، ص 80 .

²- المرجع نفسه : ص 81 .

التنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي و التثقيف و التوافق الاجتماعي و الانتقال الثقافي و إكساب الفرد قيما و سلوكا و معايير و بالتالي فالأسرة أو الجماعة ليست وحدها التي تقوم بعملية تشكيل الوعي فهناك مثلا دور العبادة كالمسجد.

2-1-7-3- التعليم:

يعتبر التعليم أهم القضايا التي تلعب دورا كبيرا و أساسيا في تنمية فكر معين بين أبناء المجتمع، إذ يعد التعليم من أهم المحاور للحفاظ على الثقافات الموروثة و تنميتها و فتح الأفاق للتقدم و الرقي و هو يخدم غرضين الأول هو تمكيننا من معرفة الأشياء و الثاني فعل أشياء جديدة . فالتعليم يسهم في خلق الدخل في المستقبل من خلال إمداد المجتمع بأفراد على قدر من المهارات و المعرفة ، حيث يؤكد ماركس أن العلم و المعرفة يمثلان المفتاح لتغيير العالم من حولنا كما يؤكد جون ديوي John Dewey أن المدرسة مكان للحياة يجب أن يعيش فيها الطالب حياته الخاصة ، و يتفاعل فيها مع بيئته للتعرف على العالم من حوله و يكون لنفسه فيها خبرات تساعد على تنشئته¹.

2-1-8- الإعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي :

أن أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام يتوقف على طبيعة العلاقة بينه و بين النظام السياسي و الاجتماعي السائدين ، حيث يرى مارشال ماكلوهان أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي و على المشاعر الإنسانية، و يتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال ، و تتزايد أدوارها المختلفة بما فيها الإذاعة في تنمية

¹ - محمد سليم مسعد الحارثي : مرجع سابق ، ص 31 .

وعى الأفراد و زيادة معلوماتهم و تطلعاتهم و هي تعد مصدرا مهما تأخذ منه المعارف و المعلومات عن العالم المحيط .

كما تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعى الأفراد في الحين تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد الأمور ، كما ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد تجاه المواقف و القضايا و الأحداث إضافة إلى تأثيرها في صياغة و تشكيل أفكار الأفراد و التأثير في آرائهم و تكوين وعيهم ، حيث يقول ميلز Wright Mills أن هناك جانبا ضئيلا فقط مما يعرفه الفرد من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا و الجانب الأكبر عن طريقة وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري ، و من هنا نجد أن للإعلام وسائل تأثير واضحة على تشكيل الوعي الاجتماعي حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع خلال ما يتمناه من اتجاهات فكرية إيديولوجية و طبقية على صياغة الأفكار¹.

2-2- الوعى الدينى:

2-2-1 - مفهوم الوعى الدينى:

هو الإدراك الحقيقى و المعرفة التامة بالإطار الفكرى الإسلامى مما يشتمل عليه من تطورات و سلوكيات و إمام معرفى بالدين ينتج عنه التدين الذى هو تعبيراً عن الدين فى صورة إجرائية بمعنى تحقيقه بالسلوك الدينى².

¹ - موسى عبد الرحيم حلس : دور وسائل الإعلام فى تشكيل الوعى الاجتماعى لدى الشباب الفلسطينى ، دراسة ميدانية على عينية من طلاب كلية الآداب ، جامعة الأزهر بغزة ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، غزة ، المجلد 12 ، العدد 2 ، 2010 ، ص ص 146 ، 147 .

² - احمد مختار مكي : دراسة تأثير مقرر التربية الدينية فى الوعى الدينى لدى طلاب كلية التربية ، شعبة التعليم الابتدائى ، جامعة أسيوط ، 2000، تمت زيارة الموقع بتاريخ 30 /12 /2019 ، [http://makkyeducation](http://makkyeducation.arabblogs.com/reshtl) .

فالوعي الديني في بنيته الرئيسية لا يعاني من مشكلة إثبات الوجود فهو حاضر في المكونات الأصلية للدين من نصوص القرآن و السنة الواضحة في دلالاتها و ثبوتها منذ قرون طويلة ، و غياب الوعي في ظل هذا الإرث العظيم و تغييبها ناتج عن انحرافات الجهل و الأهواء الذي تلبسته الأمة في عصورها المختلفة وفق رأي الشاطبي في دوافع الفرقة و الانحراف في تاريخ الأمة.¹

2-2-2- أهمية الوعي الديني:

تزيد أهمية هذا الدين للفرد طبيعة و ظروف العصر لكونه يعيش في عالم بلغت فيه سبل الاتصال و وسائل الإعلام من الكثرة و التنوع و السرعة ، فيجد الفرد نفسه كل يوم و كل ساعة يواجه بخصم من الآراء و الأفكار و النظريات لا يستطيع أن يواجه حياته بكفاءة إلا بان يحدد لنفسه موقفا مما يتلقاه ، و هذا لن يتحقق إلا للفرد الذي يمتلك وعيا دينيا يساعده على مواجهة التحديات العصرية .

و ترجع أهميته للمجتمع فكلما ارتفع الوعي الديني لدى الأفراد كانت تعاملاتهم وفقا لتصورات المجتمع التي هو تصور الدين ، و بالتالي فان درجة وعي الفرد بالدين ينعكس أثرها على المجتمع و كلما زاد الوعي الديني لأفراد المجتمع زاد تماسكه.²

¹- مسفر بن علي القحطاني : الوعي الحضاري مقاربات مقاصدية لفقه العمران الإسلامي ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر ، ص 9 .

²- احمد مختار مكي : مرجع سابق ، ص 67 .

2-2-3- وظائف الوعي الديني:

يحتل الدين مكانه بارزة و أهمية قصوى في تفكير و وجدان البشر أفرادا كانوا أم جماعات فلا يوجد هناك عاطفة إنسانية أقوى تأثيرا في نفوس الأفراد من العاطفة الدينية و ذلك لما يتمتع به الدين من وظائف تساهم في دفع المجتمع إلى درجة من الوعي . و هذه الوظائف متمثلة في كون أن الدين يعمل على تماسك و ترابط الأفراد حول إيديولوجية خاصة كما يساعد على توحيد القيم و الأهداف البعيدة و يساعد على توفير الراحة النفسية لأفراد المجتمع و يلعب دورا أساسيا و مهما في الضبط الاجتماعي ، فهو يحدد نواحي الخير و الشر و الثواب و العقاب و يساهم في تكوين الضمير عند الأفراد.

و بالتالي من خلال ما ذكر فالوعي الديني يساعد في تماسك البناء الاجتماعي و تنظيم العلاقة بين المجتمع و أفراده من خلال ما يتضمنه من معارف و أحكام و قيم دينية تساهم في تفعيل دور الضمير لدى الأفراد تجاه مختلف القضايا الاجتماعية و تحمل مسؤولياتهم تجاهها.¹

2-2-4- علاقة الوعي بالتوعية الدينية :

تدلى بعض الآراء بان الوعي اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته و البيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح و التعقيد ، و يتضمن وعي الفرد بوظائفه العقلية و الجسمية و وعيه بالأشياء و بالعالم الخارجي .

و قد قسم الوعي إلى قسمين وعي ذاتي و وعي تطبيقي و هذا بخلاف التوعية التي قد يخلط البعض بينهما و بين الوعي و التي هي إيجاد الوعي و اكتسابه للأفراد و الجماعات لجملهم على الاقتناع

¹ - محمد سليم مسعد الحارثي : مرجع سابق ، ص 23 .

بفكرة معينة أو رأي معين ، و اتخاذ منهج سلوكي معين يقصد به تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية.¹

و هذه الأخيرة اشمل و أوسع من الوعي ، فقد ذهب " جورج ميد " إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد النظر إلى نفسه للقيام بدور الآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطا أساسيا لظهور الوعي، و هي تعبر عن عملية محاولة الاقتناع و التأثير في سلوك الأفراد حول موضوع أو فكرة أو قضية الخ.²

تتضمن التوعية آليات الإقناع اللساني و التوضيح و التفهم و تعزيز كل ذلك بالأدلة و البراهين المقنعة التي تتناسب إلى عقول المستقبلين ، يشترط فيها الأفكار المراد إيصالها من البساطة و عدم التناقض مما يساعد على وضوح الرسالة و الهدف من التوعية ، كما يشترط الموضوعية و عدم التحيز و تقديم الفكرة بشكل واضح مباشر من غير التباس ، و إعداد محكم و ترتيب مخطط لأهداف مرجوة بحيث لا تتسم بالمبالغة .

مثلا في جانب التوعية الدينية في التخويف و الترهيب و التهديد الوعيد بل بإثارة كوامن النفس السوية بإتباع ما جاء في كتاب الله و سنة رسوله صلى الله عليه وسلم و حفز الهمم على تقوى الله و خشيته و إتباع أوامره و اجتناب نواهيه ، و البعد عن المحرمات و تبصير الفرد بنفسه و ربه و دينه و القيم

¹- فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني لطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2003، ص297.

²- محمد الجوهري و آخرون : علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1999 ، ص 289.

و المبادئ الإسلامية و الأخلاقية و احترام الذات و الغير ، كما يجب أن تكون هذه التوعية ذات طابع عام مما يتسم بالبساطة حتى يدركها العامة و الخاصة و الاستمرارية مع مراعاة الأحوال¹.

2-2-5- المرأة و الوعي الديني:

يعد ران نبين أهمية و آثار الوعي الديني للمرأة باعتبار أن موضوع المرأة هو مجال الدراسة يتمثل و عي المرأة بحقوقها و واجباتها و المكتسبات التي ستحققها من خلال هذا الوعي و حاجته إليه:

1- تبصير المرأة بحقوقها في الإسلام فحين تتعرف على حقوقها الشرعية تقر عينها و يطمئن قلبها بتكريم الإسلام لها و رحمته بها و انصافه لها و رعايتها و مراعاة طبيعتها لما تعلم ما لها من حقوق تقيم حياتها و تضيء طريقها و تعينها على القيام بدورها ، و المرأة حريصة أن تستمد ما لها من حقوق و واجبات من الكتاب و السنة لا من الأعراف و التقاليد الراكدة ، ففي الصحيح عن جابر بن عبد الله قال : طلقت خالتي فأرادت أن تجد نخلها فزجرها رجل أن تخرج فانت النبي صلى الله عليه وسلم فقال: "بلى فجدي نخلك فانك عسى أن تصدقي أو تفعلي معروفا" (رواه مسلم)².

¹- عامر مصباح : الإقناع الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط 2 ، 2006 ، ص 59 .
²- يحيى بن شرف و أبو زكريا النووي : شرح النووي على مسلم ، باب جواز خروج المعتدة البائن و المتوفى عنها زوجها في النهار لحاجتها ، دار الخبر ، الكويت ، 1996 ، ص 85 .

2- تذكير المرأة بفضل الله عليها و إكرامها فتزداد إقبالا على الطاعات قريبا و حبا لنصرة هذا الدين فكما انزل الله براءة عائشة رضي الله عنها من الافك و قالت لها أمها قومي إلى رسول الله فاحمديه قالت والله لا اقو ماليه و لا احمد إلا الله .

3- تحسين المرأة من الدعوات الهدامة و تحذيرها من الاغترار بالشعارات البراقة التي ترفع في الظاهر باسم حرية المرأة و مساواتها بالرجال .

4- إبراز محاسن الإسلام و سماحته و تسييره و شموله لجميع جوانب الحياة و هو ضروري و مقصد شرعي .

5- وعي المرأة بدينها ما لها من حقوق و واجبات بينهم في تحسين أوضاعها في مجتمعاتها فعلى المرأة أن تعي جهلها و جهل مجتمعها بحقوقها و واجباتها هو الذي ساهم في زيادة الممارسات السلبية التي تعاني منها ، و أن هذا النوع من الوعي يسهم في تحسين أوضاعها و يحل الكثير من المشكلات .

6- بيان بطلان التقاليد البالية و الممارسات الخاطئة المنتشرة و التي تتم على ظلم المرأة و احتقارها باسم العادات و التقاليد التي يسלט عليها الإعلام العربي¹.

¹- أفنان بنت محمد تلمساني : ورقة عمل عنوانها (أهمية و اثر وعي المرأة بحقوقها و واجباتها) ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة ، 2001 ، تمت الزيارة بتاريخ 31 / 12 / 2019 ، <http://uquedu sa/page/ar/ 93199952> .

2-2-6- آثار ارتقاء الوعي الديني :

الوعي الديني يدفع صاحبه إلى اكتساب أسمى الصفات النبيلة التي تعين صاحبها على نيل الأهداف السامية وهذا الوعي يترك آثار إيجابية في حياة الفرد منها :

- عدم الاعتزاز بالدنيا فالإنسان المتمتع بالوعي الديني لا تلهيه زخارف الحياة ولا يعتر بزينتها، فالإنسان الذي لم يكتمل فيه الوعي الديني فإنه يركن إلى الدنيا يقول الإمام علي رضي الله عن " لو يعلم الناس ما في فضل معرفة الله عز وجل ما مدوا أعينهم إلى ما منع الله به الأعداء من نعيم الحياة وكانت دنياهم أقل عندهم مما يظنون به بأرجلهم¹.

- عدم الانخداع بالأفكار الباطلة فالوعي الديني يحض صاحبه من الانخداع بهذه الأفكار الباطلة و الحقائق المشوهة ، فالإنسان الواعي يمتلك بوعيه الميزان الذي يقيم به الأفكار فيكون غني عن التقليد الأعمى و السير وراء الهتافات البراقة ، و الإنسان المتمتع بالوعي الديني يجعل ميزانه في تقييم الواقع هو المنهج الرباني الذي ينبغي أن ترد القضايا كلها إليه .

- سلامة الباطن و النية بارتقاء الإنسان و مستوى وعيه الديني يدرك أن الملاك في تقييم الأعمال التي يقوم بها هو مقدار مساعدتها له في تطهير قلبه و تنقية سريرته و تهذيب نفسه و تأهيله للتقرب إلى الله.

- الإيمان و الحياة الطيبة فالوعي الديني لا يرتقي و لا يسمو إلا بمقدار طهارة القلب و خلوه من الجهل و أدراة الشهوات فقلب الإنسان بمقدار سمو وعيه الديني أكثر استعدادا لقبول الحق و أكثر إيمانا و انفتاحا على الله لقوله تعالى : " مَنْ عمل صالحا ذكر أو أنثى و هو مؤمن فلنحيينه حياة

⁽¹⁾- علاء الحسنون: تنمية الوعي ، دار الغدير للطباعة و النشر و التجليد ، إيران ، ط 1 ، 2003 ، ص 155 .

طيبة و لتجزينهم أجرهم بأحسن ما كانوا يعملون " (النحل : 97) ، فالإيمان ينظم نزعات الإنسان و رغباته و يحفظ له نفسه و يوجه طاقاته نحو الخير و يسمو القيم السامية و الأخلاق الفاضلة .¹

2-2-7- الإعلام و دوره في التواصل و تشكيل الوعي الديني:

المجتمع الإسلامي يحتاج إلى طائفة من الوسائل و الآليات لتحقيق تواصلها و تفاعلها مع الدين بقيمه الأصيلة في خضم الحرب الإعلامية المعلنة على الإسلام فالإعلام الديني مدعو للقيام بوظائف و مهام أهمها :

وظيفة التربية و التوعية بما أن الإسلام يسهم إسهاما في التعليم و التنقيف و التربية و تشكيل الوعي الأخلاقي و بما انه مقصد الرسالة تعليم الناس الخير و تربيتهم على مكارم الأخلاق فان واجب وسائل الإعلام أن تعمل بوعي من اجل تربية المجتمع على الإيمان و إعلاء القيم الدينية و توعية جادة و واعية لجميع فئات المجتمع بسائر النواحي التربوية و الاجتماعية و التفاعل بين الإعلام و المجتمع لتحقيق هذه الوظيفة يستلزم القائم بالاتصال أن يستمد مادته الإعلامية و الدعوية من منهج الله و هدى رسوله صلى الله عليه وسلم ، كما يستلزم اعتماد الكلمة الطيبة و القول السديد المستقيم و توظيف البرامج المرئية و المسموعة الحية التي تلاحق مستجدات الحياة ، و تحتاج إلى بيان حكم الإسلام و توعية الناس بها و محاولة تحقيق اكبر مشاركة جماعية في الاستماع و التواصل و إبداء الرأي².

¹- علاء الحسون : مرجع سابق ، ص 165 .

²- جميلة زيان : الإعلام و دوره في التواصل الديني (مقال ، 15 فبراير 2014 ، تمت الزيارة بتاريخ 31 / 12 / 2019 ، الساعة 14:37 ، <http://islamatina.com/news.html> 1309 .

وظيفة البيان و الذكر مهمة وسائل الإعلام البيان يستند قوله تعالى : " و أنزلنا إليك الذكر لتبين للناس ما نزل إليهم و لعلمهم يتفكرون " . (النحل : 44) ، يراد بان للإعلام أن يقوم بها في المجتمع لأجل الزيادة في الفهم للإيمان ليزداد تواصلهم و تفاعلهم مع مبادئ الدين الصحيح و يصح و عيهم بمفاهيمه منها مفاهيم القرآن و مصطلحاته و أخلاقه ، و أما مهمة التذكير فتستلهم قوله تعالى: " فذكر إنما أنت مذكر " (الغاشية : 21) ، فيأتي تذكيرهم حين الغفلة و النسيان و الانحراف و حين تشبع الفواحش و المنكرات .

وظيفة التبليغ و التصحيح : و التبليغ هي رسالة الإسلام بمقتضى قوله تعالى : " يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك و إن لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس أن الله لا يهدي القوم الكافرين " (المائدة : 67) و قوله تعالى : " هذا بلاغ للناس و لينذروا به و ليعلموا إنما هو اله واحد " (إبراهيم : 52) بمعنى إيصال الرسالة الإلهية صافية نقية و تعريفهم بحقائق الدين و إنذارهم من الانحراف عن الحق .¹

¹ - جميلة زيان : مرجع سابق، ص 54.

2-3- الوعي السياسي:

2-3-1- مفهوم الوعي السياسي:

نظرا لما يحيط بمفهوم الوعي السياسي من غموض و خلط كبير و تعدد الجوانب التي تناولت من خلال مفكرون سياسيون مما شكل صعوبة عند عدد من الباحثين لتفسير هذا المفهوم بشكل واضح لذا فان الدراسة سعت إلى الاسترشاد ببعض المفاهيم النظرية و الإجرائية أهمها :

- الوعي السياسي هو الحالة التي يتمثل فيها الأفراد و أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة و يتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا و وجدانيا في أن واحد.¹

- الوعي السياسي مجموعة القيم و الاتجاهات و المبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالية في أوضاع مجتمعة و مشكلاته يحلها و يحكم عليها و يحدد موقفه منها و يدفعه إلى التحرك من اجل تطويرها و تغييرها.²

- الوعي السياسي كل ما يدور في البيئة الإنسانية من أحداث و ظروف سياسية متسارعة و ديناميكية من وقت لآخر.³

¹- علي اسعد وطفة: التحديات السياسية و الاجتماعية في الكويت و الوطن العربي ، بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت ، مجلة عالم الفكر ، الكويت العدد 3 ، المجلد 31 يناير مارس 2003 ، ص 70.

²- احمد حسين اللقاني ، علي الجمل : معجم المصطلحات التربوية ، المعرفة في المناهج و طرق التدريس ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1996 ، ص 204 .

³- درويش لية جريبر : سلطة وسائل الإعلام في السياسة ، ترجمة سعد أبوليدة ، دار البشير للنشر و التوزيع عمان ، ط 2 ، 2000 ، ص 277.

- و يعتبر احد الفلاسفة أن الوعي السياسي برز كعرفة الفرد للخطر الممهد للبناء الاجتماعي الذي هو عضو فيه و قد يكون داخليا و خارجيا.¹

- كما تشير إليه الأدبيات الاجتماعية و السياسية بالثقافة السياسية و هي رؤية و معرفة عقلية لما يحيط بأفراد المجتمع السياسي من أفكار و ممارسات و اختلافات سياسية يستطيع من خلالها إدراك محيطه السياسي و اتخاذ الموقف المناسب، و من ثم التفاعل و التأثير البناء في مجال العملية السياسية.

و في المنظور الإسلامي كان لتعريف الوعي السياسي حصة فيه حيث ذكر الدكتور فتحي يكن في مقال كتبه ذكر فيه (أن العملاء الإجراء عرفوا الوعي السياسي بأنه إدراك الفرد لواقع المسلمين و واقع العالم بكل ما يعنيه من معرفة طبيعة العصر و مشكلات البصر و القوى الفاعلة و المؤثرة الظاهرة و الخفية في مواقع القرار لتكون هذه المعرفة مساعدة في حسن رعاية الأمة و مصالحها أما في دفع المفسد و الأخطار ، فإذا كان معنى السياسة في الإسلام رعاية شؤون الناس فيكون الوعي لازما لحسن القيام بهذه الرعاية.²

2-3-2- أهمية الوعي السياسي:

لقد ركز الفكر السياسي الإنساني على أهمية الوعي السياسي في بناء الأنظمة الديمقراطية و هذا ما أشار إليه بعض الفلاسفة و المفكرين و صفوها بمصطلح الفضيلة المدنية و ربطوها مع القيم

¹- عبد الله بوجلال : مرجع سابق ، ص ص 42 ، 43 .

²- محمد عبد الله محمد الحورث : الوعي و المشاركة السياسية لدى المواطن اليمني ، دراسة ميدانية، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية ، كلية الآداب و العلوم ، جامعة الشرق الأوسط، عمان ، 2010 ، ص 27 .

الديمقراطية ، و أشار إلى أن أولى حالات الوعي السياسي جاءت نتيجة الحاجة الإنسانية للاجتماع و تكوين السلطة عندما اضطر الإنسان في محاولته لتأمين الغذاء و الحماية .

ثاني أهمية الوعي السياسي في أنها تعزز الديمقراطية في نظرة الفرد و رؤيته لقضايا وطنه و أمته كذلك رؤيته للظروف المحيطة التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية ، لذلك يعد الوعي السياسي للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي الفعلي للديمقراطية ، و أي انخفاض في مستوى الوعي لدى المواطنين يهدد الديمقراطية كمفهوم و سلوك ¹.

الوعي السياسي في أي مجتمع له دور و أهمية كبيرة في تنوير بصيرة المواطن بحقوقه المدنية والقانونية و واجباته و التزاماته الدستورية في المجتمع .

كما تكمن أهمية الوعي السياسي في انه يساعد على استقرار المجتمع و استمرار حياة الناس و عدم تعثر شؤونهم حيث تتجلى و تتضح الرؤيا للأفراد و تتعدم المفاصد و المظالم بينهم مما يؤدي إلى تفادي الضعف و الانهيار .

يعد الوعي السياسي المدخل الأساسي لمعرفة العصر إذ لا بد من معرفة الواقع الذي نعيشه و رصد الأحداث و تحليلها و لا بد من معرفة تقاليد العصر و ثقافته و علومه و مصطلحاته و لغاته و قراءة خطابه ².

كما يترتب عن غياب الوعي السياسي ما يلي :

- عدم القدرة على تحديد و استقرار اتجاهات الأحداث في العالم و العجز عن وضع الخطط المناسبة للتححر العالمي ضرورة المستقبل.

¹- محمد عبد الله محمد الحورش : مرجع سابق، ص 27 .

²- المرجع نفسه، ص 28 .

- احتمالية الوقوع في تحقيق أهداف و مخططات جهات معادية¹.

- عدم الانتباه إلى الخسائر الراهنة و البعيدة المدى.

- فقدان الثقة بالعمل الشعبي المنظم كأداة مقاومة ضد الخصوم².

2-3-3- خصائص الوعي السياسي:

يتسم الوعي السياسي بعدد من الخصائص و سمات على النحو التالي:

-النظرة المنهجية :

أن يكون التفكير هنا في القضايا و حل المشاكل على قدر واضح من التنظيم و سلسلة من الخطوات

تتكامل فيما بينهم له أساليب منهجية يكون نجاحها مضمونا³.

-النظرة الهادفة:

يشترط في التفكير هنا أن يكون هناك أهداف ذات أهمية عند تناول المشاكل و المسائل الأساسية في

المجتمع و يكون التفكير له أهمية معرفية و مجتمعية حاضرا و مستقبلا تهدف إلى الوصول إلى نتائج

لحل المشاكل الموجودة⁴.

¹- غزال مريم و شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس ، تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة قاصدي مبراح ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، ورقلة ، 2014/2013 ، ص 50 .

²- المرجع نفسه : ص 51 .

³- هادي نعمان: إشكالية المستقبل في الوعي العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2003 ، ص 101 .

⁴- المرجع نفسه، ص 102 .

-النظرة الواقعية :

يفترض أن يكون التفكير واقعيا بما هو ناجم عن الواقع و أن لا يكون تفسير الظواهر معتمدا عل حالة فردية أو مقولة شائعة ، و أن لا يكون معتمدا على أفكار غير متحقق من صحتها و صدقها منهجيا .

-النظرة الموضوعية :

أن يتصرف التفكير هنا إلى الموضوع بأبعاده و ظروفه و علاقاته دون الانشغال بما هو دخيل و ما يتعلق بالذات .

-النظرة التحليلية و التركيبية:

لا بد للتفكير أن يقوم على التحليل لان المشكلات و الظواهر تكون غالبا مركبة من عناصر و علاقات متعددة فالنظرة التركيبية تأتي مكملة للتحليلية و بالتالي فان التفكير قدرة على إعادة تركيب العناصر بهدف التحقق نحو التثبت من صدق و تحليل .

-النظرة المرئية :

يعني أن يتصف التفكير بالمرونة حتى يكون الوعي علميا ¹.

¹- هادي نعمان: مرجع سابق، ص ص 102، 103.

2-3-4- أبعاد الوعي السياسي :

للوعي السياسي أنواع مختلفة و إبعاد متعددة لا بد من تحديدها حتى يمكن فهم و تحقيق الوعي المناسب للتعامل مع الأشياء و مواجهة التحديات ، و لعل من المناسب عند الحديث عن الوعي السياسي و محاولة فهمه أن نفرق على سبيل المثال بين :

- الوعي الذاتي و الوعي الجماعي بمعنى لا بد من التفريق بين الوعي السياسي الذي يمتلكه الفرد أو مجموعة من الأفراد في مجتمع ما و بين الوعي السياسي الذي يشترك فيه كل أبناء الشعب.
- الوعي المجرد و الوعي العملي بمعنى لا بد من التفريق بين الوعي السياسي النظري أو الوعي الذي يكتفي بوصف الأحداث و الوعي الممارس أو التطبيقي الذي اثبت نجاحه في الميدان.
- الوعي الزائف و الوعي الحقيقي ، بمعنى لا بد من التفريق بين الوعي المضلل كما هو الحال اليوم في كل الأنظمة الشمولية و الديكتاتورية و ما بين الوعي السليم و المفيد معرفة هذه الأبعاد للوعي السياسي و المقدرة على التمييز بينها سوف يسهل كيفية التعامل مع التحديات التي سوف تواجهنا و سوف يقود إلى تحقيق الأهداف المنشودة في أسرع وقت ممكن و بأقل التكاليف .
- و من جهة أخرى يمكن القول بان عملية تشخيص و فهم هذه الأبعاد سوف يساعد على تحديد المرحلة أو المراحل التي تعيشها كل فئة من فئات الشعب و كيف يمكن التعامل مع كل مرحلة بالأساليب المناسبة.¹

¹- محمد بالروين : من اللاوعي إلى الوعي السياسي ، الأربعاء 2 يوليو 2008 ، تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020/01/01 ، على الساعة 10:05 ، <http://www,libya,watanona, com. /adab/ mberween/mba .html/2078>

2-3-5- أنماط الوعي السياسي:

تجدر الإشارة إلى وجود نمطين اثنين للوعي السياسي فالنمط الأول يفسر من حيث الفردي منه و الجماعي أما النمط الثاني فيفسر حسب النظري منه و الاعتيادي الواقعي .

أ/ الوعي الفردي:

يقصد بالوعي الفردي العالم الروحي و الذاتي للفرد و يبدو هذا الوعي من خلال الخصائص الفردية التي تتبلور في ذات الإنسان مثل المشاعر و العواطف و الأفكار و الخصائص الشخصية ، لا يمكن عزله عن الوعي الاجتماعي الذي يوجه سلوك الفرد و الذي تزداد معه شدة او ضعف ذلك الوعي الفردي .

ب/ الوعي الجماعي:

يعني المعارف و التطورات و الأفكار و الآراء التي تجمع عليها الطبقات الاجتماعية ، و شكل هذا الوعي في إطار الممارسة العملية و يرتبط بالوضع القائم كما انه وعي مشتت لا يتسم بأي سمة نقدية ، و يتبلور لدى الأفراد في أذهانهم على شكل أفكار و أطروحات نظرية و مشاعر و رغبات معينة تتسم بها مجموعة من الأفراد الذين يشتركون في خصائص ذات جوانب عديدة و يعبر الوعي الجماعي عن¹ المصالح العامة لأولئك الأفراد . فالعلاقة التي تربط الوعي الفردي بالجماعي حيث يؤثر الوعي الفردي في الوعي الجماعي .

¹ - إمام شكري إبراهيم احمد القطان : الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين ، مركز الإسكندرية ، الإسكندرية ، 2009 ، ص 127 .

ج) الوعي الاعتيادي و الوعي النظري:

يعد الوعي الاعتيادي احد أنماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس من خلال ممارساتهم لنشاطاتهم اليومية و كذا حياتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي و السياسي المميز لمكان عيشهم.

يشتمل هذا الوعي على المعايير و التطورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية و عن أوضاعهم و أدوارهم في المجتمع و العالم المحيط سواء كانت تصورات واقعية حقيقية او تصورات تنبثق عن الظروف المباشرة لحياة الناس و أخرى عن الواقع المحيط .

الوعي النظري فغالبا ما يرتبط بالنخب لأنه يعني محاولات تحديد القوانين و القواعد التي تحكم الواقع المعاش و كذا تحديد الكيفيات التي يتم بها التعبير أو تحقيق الثبات لجماعة ما ، يساهم الأول النخب العالمية في صياغة هذا الوعي النظري ليشكل منظومة معرفية تخص الجماعة التي ينتمون إليها .

و العلاقة بينهما أو الوعي الاعتيادي بشكل رافدا أساسيا من روافد الوعي النظري حيث تعتمد النخب على الوعي النظري في تفسير و تحديد القواعد العامة أما الاعتيادي فهذا يعدل حسب المراحل التاريخية بما يحدث تنميته من أفكار من طرف النخب المفكرة .¹

¹ - إمام شكري إبراهيم احمد القطان، مرجع سابق، ص 128 .

2-3-6- مستويات الوعي السياسي:

2-3-6-1- المستوى النظري:

يقصد به مستوى الأفكار و الإيديولوجيات التي يحتويها الموضوع الوعي من قيم ثقافية و معايير و عواطف و يمر هذا المستوى بمراحل هي:

-مرحلة المعرفة الإدراك:

هذه المرحلة أطلق عليها هيجل مرحلة الاستكشاف و يكون الفرد فيها على مستوى الإدراك المباشر و فهم الحقائق دون التأثير في الموقف بشكل مباشر و تغيير هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها و انتقائها.¹

-مرحلة الاهتمام السياسي:

أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد و عناصر الاهتمام هنا تتمحور حول أربع مستويات :

1- الانفعال مع الجماعة .

2- الانتقال بالجماعة .

3- التوحد مع الجماعة .

4- تعقل الجماعة .

¹- إمام شكري إبراهيم احمد القطان، مرجع سابق، ص 128 .

-مرحلة الانضمام السياسي:

إذ يحتاج الوعي الإنساني إلى مؤسسة تكوينية فكريا قد تكون تربية أو سياسية أو دينية و هذه المؤسسات قد توجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد فعندما تكون هذه المؤسسات إجبارية كالمدرسة فبالضرورة ينعكس الوعي الرسمي للسلطة على وعي الطلاب قصد مساندة النظام أما انضمام الأفراد لجماعات اختيارية يصعب على السلطة السيطرة على وعي الأفراد في اغلب الأحيان لا يظهر وعي الأفراد المنظم في هذه الجماعات إلا في حالة صدام مع السلطة.¹

2-3-6-2- مستوى الممارسة:

و هي مرحلة يصبح فيها وعي الأفراد قادر على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة او بعضها مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنه أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفض تجاه الموافقة على حال تجاهل السلطة و تعتبر الحركات السياسية و الطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي و التي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة عل مطالب و رغبات الطلاب.²

و إذا كان الوعي السياسي عاملا مساعدا في الممارسة السياسية فان دوره لا يتأتى إلا بتوفير مجموعة من الشروط و هي:

¹- إمام شكري إبراهيم احمد القطان: مرجع سابق ، ص138 .

²- المرجع نفسه : ص 138 .

(أ) **الشعور بالاعتدال السياسي** : و الاعتدال السياسي هو حالة ذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك

القدرة على فهم مواطن الصواب في النظام الاجتماعي العام فيؤازرها و يسعى إلى تثبيتها و تميمتها .

(ب) **الاستعداد للمشاركة السياسية** : هذا العنصر يعني توجب وعي الفرد بان ممارسة الحرية

السياسية ممارسة فعلية تقتضي بان يمد يده إلى غيره من أفراد المجتمع السياسي بغية المشاركة في

صياغة السياسات على الصعيد المحلي و المركزي .

(ج) **التسامح الفكري المتبادل** : أن يكون النظام السياسي مرن يسمح لكافة التوجهات السياسية

بان تعبر عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على المستويين الرسمي و الشعبي .

(د) **توافر روح المبادرة** : ينبغي على كل فرد في المجتمع أن يشعر شعورا ايجابيا تجاه الدولة التي

تحكمه فتكون نظرة أبوية ينتظر منها أن يتكفل بها .

و احترام المبادئ من قبل الأشخاص لا بد أن توافر القناعة بان السلطة السياسية مودعة في

المؤسسات فهي مستودعها و مستقرها و هذه المؤسسات تقوم على فلسفة سياسية تعبر عن الضمير

السياسي للجماعة و بالتالي فان الشخص الحاكم ليس إنسانا منزه من الخطأ بل هو شخص يمكن أن

يخطئ بالاحترام أو عدمه بقدر وفائه عن عدمه للمبادئ التي كلف بالمحافظة عليها .

(هـ) **الثقة المتبادلة**: بين الحاكم و المحكوم من جهة و بين المؤسسات السياسية و الدستورية

الحاكمة و بعضها البعض من جهة أخرى¹.

¹ (إمام شكري إبراهيم احمد القطان: مرجع سابق، ص 128 .

2-3-7- الأدوات و السبل المساهمة في تشكيل الوعي السياسي :

من أهم الأدوات و السبل لاكتساب وعي سياسي عقلاني يكون لديه القابلية لتحليل الأحداث تتمثل في:

- المؤسسات المخصصة بالتنشئة السياسية و الطبيعية و السوسولوجية للمجتمعات و هذه المؤسسات للتنشئة السياسية نوعين أولية و أساسية.¹

- المؤسسات الأولية تركز على المؤسسات التي لها دور بارز في التوعية السياسية للأفراد و هي:

أ) العائلة:

النواة الأولى فهي تقي البيئة السياسية من خلال مقوماته الذاتية بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به و قد أكد علماء الاجتماع على دور الوالدين و الأسرة في تنشئة الفرد السياسية و ذلك لان جميع المكونات الثقافية الأولى تكون من الأسرة.

ب) المدرسة:

تعد من عوامل التنشئة السياسية في اكتساب الوعي السياسي و تنشئة السلوك السياسي للفرد يمثل دورها في صياغة الأفكار و الاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها و أدواتها ، فالمدرسة تعمق من شعور الانتماء إلى المجتمع و تساهم في بناء شخصية الفرد و تثقيفه عن طريق فهم العادات و التقاليد و تجعله عضوا مشاركا في المجتمع.²

¹ (صادق الأسود: علم الاجتماعي السياسي : جامعة بغداد ، بغداد ، ط 1 ، 1990 ، ص 127.

² احمد جمال ظاهر : دراسات الفلسفة السياسية ، دار الكندي ، الأردن ، ط 1 ، 1988 ، ص 412 .

ج) الجامعة:

و هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر و الأفكار و تطويرها ، فعادة ما تكون الجامعة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارساتها السياسية ، فيظهر دورها من خلال التثقيف و وضع الخطط و البرامج التنموية و العملية و مراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي و نشره و من خلال اهتماماتها بإحداث الظروف السياسية التي يمر بها المجتمع .

د) الأحزاب السياسية:

أداة من أدوات التوعية السياسية فغالبا ما تكون في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة و المدرسة و في البلدان المتخلفة ، فتسعى إلى غرس قيم غالبا ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها الفرد في طفولته حيث يقتصر التعبير و التطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات .¹

هـ) جماعات الضغط:

طريقة التأثير لجماعات الضغط على اكتساب الوعي السياسي من خلال الوظيفة التي تقوم بها الجماعات الضاغطة تؤدي إلى فرض نوع من السلوك و الوعي السياسي على الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات من خلال المواقف التي تتخذها إزاء القضايا السياسية المطروحة .

¹ أسامة لغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، عالم المعرفة، مطابع الرسالة سلسلة 117، الكويت، ص

(و) وسائل الإعلام:

هي وسائل الإعلام الرسمية و الغير الرسمية الذي يقصد بها ما يتعرض له الفرد عبر هذه الوسائل سواء كانت في المجالات أو النشرات الصادرة عن الجمعيات السياسية و وسائل الإعلام الالكترونية و السمعية و البصرية يتلقى كما ضخما من المعلومات تتضمن أحداث و مواقف و قنوات معينة . و تتمثل علاقة وسائل الإعلام بالوعي السياسي إحدى الطرق لاكتساب هذا الوعي تمثلت من بين مزاياه تنادي بالتغير السياسي الجذري في حين نجد الإعلام المحلي أثره ليس بالمستوى المطلوب و أن مساهمته في توعية الأفراد توعية سياسية يكون مقتصرًا على المفاهيم التي تريد السلطة إيصالها إلى الشارع و لكي يمارس الإعلام المحلي دوره لا بد من تفاعله مع هموم المواطن و تعبيره عما ينتجه إليه الشارع و الرأي العام الشعبي .¹

¹ درويش أية حبيب : سلطة وسائل الإعلام في السياسة ، ترجمة اسعد أبو ليدة ، دار البشير للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 2 ، 2000 ، ص 277 .

2-4- الوعي الثقافي:

2-4-1- أهمية الثقافة في المجتمع :

الثقافة هي مجموعة من الأشكال و المظاهر لمجتمع معين تشمل عادات ممارسات قواعد و معايير كيفية العيش و الوجود من ملابس و دين و طقوس و قواعد السلوك و المعتقدات و من وجهة نظر أخرى يمكن القول أن الثقافة هي كل المعلومات و المهارات التي يملكها البشر.¹

2-4-2- خصائص الثقافة :

في إطار ما سبق يمكن تحديد بعض الخصائص العامة للثقافة بأنها :

- تنشأ الثقافة في مجتمع معين و يظهر جليا في سلوك أعضاء ذلك المجتمع .
- الثقافة قابلة للتناقل و عملية التناقل تقتصر على الإنسان بوصفه الكائن الوحيد الذي قادرا بدرجة كبيرة على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه.
- و تعد اللغة عاملا أساسيا في هذا المجال و لا تتضمن عملية التناقل الإجراءات و المعرفة فقط بل تشمل أيضا تهذيب الدوافع الغريزية خلال السنوات الأولى من عمر الإنسان.
- تتميز الثقافة بالدوام و الاستمرار عبر الزمن بسبب قدرتها على تخليد نفسها و على البقاء بعد انقراض أي من الشخصيات التي تسهم فيها و مع أن الثقافة تخرج تماما عن نطاق التركيب الاجتماعي للفرد إلا أنها تصبح خلال مراحل نموه جزءا من شخصيته.

¹ سهير محمد حسن: بحث التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتسبة ، تجربة عين الصيرة ، جمعية الرعاية المتكاملة ، مكتبة عين الصيرة ، د ، ت ، ص 3.

- الثقافة ميراث اجتماعي فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي تنتقل و تستمر عبر الزمن كما يشارك فيها كل الأفراد الذين يعيشون داخل تجمعات منظمة أو جماعات تحرص على الامتثال لتلك العادات تحت وطأة الضغوط الاجتماعية.
- للثقافة وظيفة التوافق فهي تتوافق مع البيئة الجغرافية للمجتمع و مع الشعوب المحيطة بها كما تتوافق مع المطالب النفسية و البيولوجية للكائن البشري.
- الثقافة هي ذلك الكل المركب و المعقد الذي يشتمل على المعرفة و العقائد و الفنون و القيم و القانون و العادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع و ذلك يشمل الجانبين المادي و غير المادي.
- الثقافة تنظيم يشمل مظاهر الانفعال و الأفكار و المشاعر التي يعبر عنها الإنسان عن طريق الرموز بفضل اللغة التي يتعامل بها و بهذه الصفة الرمزية أصبح من السهل انتقال الثقافة.
- الثقافة مكتسبة فهي المصطلح الاجتماعي للسلوك المتعلم فجوهر الثقافة عند الإنسان هو التعلم تمييزا لها عن الصفات الموروثة و تأكيدا لقدرة الإنسان على التعلم.¹
- الثقافة العقلية فهي تتكون من السلوك المكتسب و الفكر المكتسب لدى أفراد المجتمع و يتمثل هذا الفكر في المعاني و المثل و الأنظمة و المعتقدات.
- الثقافة تنظيم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد و وظيفتها توجيه سلوك هؤلاء الأفراد.
- الثقافة مثالية و واقعية فالثقافة المثالية تشتمل على الطرق التي يعتقد الناس انه من الواجب عليهم السلوك وفقها و التي قد يرغبون في إنتاجها أو التي يعتقدون أنه من الواجب عليهم السلوك

¹ سهير محمد حسن : مرجع سابق ، ص 6.

بمقتضاها، أما الثقافة الواقعية فإنها تشكل من سلوكهم الفعلي و في الثقافات التي تجتاز تغييرا سريعا ، إن الفاصل بين الثقافة المثالية و الثقافة الواقعية أخذ بالتأكيد في الاتساع و تؤدي هذه الفجوة إلى التخلف الثقافي.¹

2-4-3- مفهوم الوعي الثقافي:

تعتبر الثقافة المعبر الحقيقي لما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم و التصورات كما يتم رسم القيم و السلوك ، و قد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطا ملازما مع تطور الحياة الإنسانية من خلال ما يقدمه الإنسان من إبداع و إنتاج في مختلف المجالات ، فالثقافة هي المنظومة المتعددة و المتشابكة تتضمن اللغات و المعتقدات و المعارف و الفنون و القيم و الأعراف و العادات و التقاليد و المهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين.

في حين تعرف الثقافة بأن المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد و الجماعة من المصادر الإعلامية فتشكل معتقداتهم و مفاهيمهم و قيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم و عاداتهم و تقاليدهم و أنماط حياتهم.²

- يقصد بالثقافة الكيان المادي و الروحي لمجتمع من المجتمعات و يدخل في ذلك التراث و اللغة و الدين و عادات المجتمع.³

¹ سهير محمد حسن : مرجع سابق ، ص 7.

² فؤاد علي العاجز: دور التربية الترويقية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانويين من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة و سبل تطويره ، الجامعة الإسلامية ، مجلة الجامعة الإسلامية ، غزة ، المجلد 2009.17 ، ص ، ص ، 421 ، 452.

³ سهير محمد حسن : مرجع سابق ، ص 3.

- و قد عرفها مالك بن نبي هي مجموعة من الصفات الخلقية و القيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته و تصبح لا شعوريا ، و هي العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه.

- فالوعي الثقافي هو إدراك الفرد و وعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي و مبادئه الأصلية و حمايتها من الشوائب و من أي تأثيرات وافدة.

- الوعي الثقافي هو مشروع ثقافي نهضوي واسع لإحياء الفكر و تعميق الرؤية الأصلية في مختلف مجالات المعرفة و الحياة.¹

2-4-4- أهمية الوعي الثقافي:

تكمن أهمية الوعي الثقافي فيما يلي :

- الثقافة هي إدراك الفرد و المجتمع للعلوم و المعرفة في شتى المجالات الحياة فكلما زاد نشاط الفرد و مطالعته و اكتسابه الخبرة في الحياة زاد معدل الوعي الثقافي لديه و أصبح عنصرا بناءا في المجتمع.²

- حياة الإنسان تتأثر بثقافته و وعيه و كلما كان أكثر ثقافة و وعيا كانت حياته أفضل و أرقى و انخفاض المستوى الثقافي يقابله التدهور في المستوى الحياتي العام نجد مثلا في الجانب الصحي بين من يحمل وعيا صحيا يتعامله مع الأمراض و الحوادث و في أسلوب الحياة.

¹ عبد المجيد شكري: مرجع سابق، 113.

² سهير محمد حسن : مرجع سابق ، ص 8.

و قد وعى الإنسان أهمية الثقافة في تكوين ذلك الوعي - الوعي الثقافي - فأسس وجودها عبر السنين من خلال التراكم النوعي و الكمي للفعل الثقافي و الإنساني ، و قد ختمت الرسائل برسالة المصطفى عليه السلام لبعض تلك الثقافة و بعدها الروحي فتعيدها إلى مكنونها الأخلاقي و تفتيتها مما لحق بها من شوائب ، فالوعي الثقافي يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل يغني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات و تقاليد و أعراف و تدين و أحكام و تفاعل و صور النشاط العام التلقائي المنظم.¹

2-4-5- مصادر الوعي الثقافي:

هناك مصادر تمد الفرد بالوعي الثقافي أهمها الأسرة و المدرسة و المعلم و المكتبة، و المسجد و معظم المحاضن التربوية بالإضافة إلى المصادر الإعلامية المسموعة و المرئية.²

2-4-6- سمات الوعي الثقافي:

(أ) - الأصالة:

قد تكون في الطبيعة و في الوجدان و في العمق التاريخي و نتيجة طبيعة للانتماء و الالتزام بالأصول النظرية و العلمية ، فالمؤسسة الثقافية بما تحتزنها من عمق أدبي و إحاطة بالنهوض الأصيلة و العدالة الأخلاقية العالية قادرة بالانضمام إلى جملة شروط على أن تصون هذا الوعي الثقافي من كل انحراف أو جمود أو أي حالة ذوبان في الآخر.

¹ ناصر علي مهدي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12 ، العدد 2، 2010، 148.

² فؤاد علي الحاجز : مرجع سابق ، ص 436

يوحي الوعي الثقافي في جنبه العقل الواعي المنفتح على الآخر و إهمال الجوانب الأخرى و كانت الأزمة مشكلة في الفكر و المنهج و المعرفة و أزمة شعورية نفسية في الفعل و السلوك فالنقد البناء المبني على التوجيه و الإرشاد يجب أن ينطلق ليغطي كل هذه الفروع.

ب)- الجرأة و الشجاعة :

إن نقد العقل و المحتوى النفسي و الفعل يتطلب من يجعل من الوعي الثقافي عاملا له أن يمتلك الجرأة و الشجاعة فأصحاب الرسالات و المجددون الرواد عبر التاريخ بوعي ثقافي يصمد أمام القوى العاملة على تجنب الواقع و تجميد آفاق الناس إضافة إلى الإدمان و فتح الحوار.¹

2-4-7- الإعلام و الثقافة:

تأثيرات وسائل الإعلام على الثقافة لا تقف عند حدود المحتويات التي تحملها هذه الوسائل ولكن يتعداها الى التأثيرات التي تحدثها طبيعتها التقنية في حد ذاتها و قدرتها الكبيرة على استحداث أنماط جديدة بعملية التلقي و كيفية حدوثها ، و قد نظر بعض المفكرين إلى تأثير وسائل الإعلام على الثقافة منطلقا من ثنائية الموجب و السالب حيث يكون التأثير إيجابيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيم التي يحسم مقررًا أن مصدرها هو الدين.²

و بالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة و بالتالي فإن أهم التأثيرات الإيجابية المحتملة لهذه الوسائل على الثقافة تتمثل في تعزيز القيم و التنشئة الاجتماعية و تحقيق الانسجام إضافة إلى تعزيز الترابط الاجتماعي و توسيع دائرة الاستفادة من ثقافة الوعي بالعالم

¹ (فؤاد علي الحاجز: مرجع سابق ، ص 437.

² (باديس لونيس : الثقافة و وسائل الإعلام ،جامعة الحاج لخضر باتنة ، السبت 15 فيفري 2014 . تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020/01/03 ، .blogspot.com/2014/02/blog.post.15html .

الخارجي معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمن و المكان، و إشباع مختلف الحاجات
المعرفية و العاطفية و الاجتماعية و الترفيهية و غيرها أما تأثيراتها السلبية في تحديد القيم ، جمهرة
الثقافة ، النقل المخلص المحلي و التوسيع العالمي ، إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي و خلق فجوة
إعلامية.¹

¹ باديس لونيس : مرجع سابق، ص 150.

2-5- الوعي الصحي:

2-5-1- الصحة و أهميتها :

إن المدخل الطبيعي نحو السعادة و الرفاهية للإنسان لا بد أن يمر عبر بوابة الصحة و العافية بدونها يصعب الاستمتاع بالحياة ، و مفهوم الصحة لدى الإنسان لا يقتصر فقط على التكامل البدني أو الجسماني بل يشمل أيضا الجانب النفسي و العقلي أو الاجتماعي و بمعنى آخر يشمل الصحة الجسمية و الصحة العقلية و الصحة النفسية للإنسان .

فالصحة البدنية تعني خلو أجهزة البدن من المرض أو العاهة و الصحة العقلية تعني قدرة الفرد على القيام بالعمليات العقلية السليمة كالتفكير و الإدراك و التخيل و التقدير للمسؤولية و تحملها أو قدرة الفرد على التحصيل و الاستيعاب .

الصحة النفسية تعني قدرة الفرد على التكيف السليم مع نفسه و أفراد مجتمعه و التكيف السليم يتضمن إرضاء حاجات الفرد و دوافعه في إطار الوقائع البيئية في وسطها .

فعقل الفرد و بدنه و مجتمعه يكونون وحدة متكاملة يؤثر كل منهما في الآخر و يتأثر به فكثير من الأمراض البدنية سببها بعض المشاكل و الاضطرابات النفسية مما يؤثر في سعادته و استقراره النفسي و الصحة جانبان هما كالآتي :

- جانب يتعلق بالمجتمع و يطلق عليه الصحة العامة.

- و آخر يتعلق بالفرد و يسمى بالصحة الشخصية.¹

¹ بهاء الدين إبراهيم سلامة : الصحة و التربية الصحية، دار الفكر العربي، القاهرة، د، ط، ص 22.

- **الصحة العامة:** يقصد بها الظروف الاجتماعية للصحة ينبغي أن تتوفر في البيئة مياه شرب نقية و مساكن ذات الشروط الصحية و الحدائق و المنتزهات و المؤسسات الصحية ذات الأسرة الكافية و غيرها من الخدمات الطبية التي تكفل وسائل العلاج.

- **الصحة الشخصية:** و هي الممارسة الفردية للعادات الصحية في نطاق الظروف العامة التي

تكفل للفرد التمتع بالصحة و الفرد اكتسبها في صورة عادات يمارسها في حياته اليومية.¹

2-5-2- مفهوم الوعي الصحي:

- هو إدراك الفرد لذاته و إدراك الظروف الصحية المحيطة به و تكون اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع.²

- كما تعني بجانب من الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة المتضمنة و الفعالة للأفراد في حل مشكلاتهم الصحية.³

- الوعي الصحي هو جملة من التصورات و المعتقدات و الرؤى التي تعين الإنسان في حياته و تحدد سلوكه و يقصد بها إلمام الناس بالمعلومات و الحقائق الصحية و إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم، فالوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم و الإقناع.⁴

¹ بهاء الدين إبراهيم سلامة: مرجع سابق ، ص 22 .

² محمد الجوهري و آخرون : مرجع سابق ، ص 290 .

³ إقبال إبراهيم مخلوف : العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية ، اتجاهات نظرية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، د،ط، ص 192.

⁴ عبد الملك عبد العزيز الشلهوب : بحث مقدم حول دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي ، د،ط ، دت ، ص 3.

2-5-3- أهمية الوعي الصحي :

-الوعي الصحي له أهمية كبيرة في حياة الأفراد و الجماعة على حد سواء فالمجتمع القوي الصحيح يتكون من أفراد أصحاء أقوياء ، يؤدي إلى حماية الناس من الإصابة بالأمراض المختلفة بل يؤدي إلى تمتعهم بالصحة الجيدة عقليا و جسميا .¹

- يمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية و تجعله قادرا على البحث عن أسباب الأمراض و عللها بما يمكنه من تجنبها و الوقاية منها.

- الوعي الصحي رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يواجهه من مشكلات صحية.

- خلق روح الاعتزاز و التقدير و الثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير و بالعلماء المتخصصين .

- انه يولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع تغرس فيه حب الاستكشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع .²

2-5-4- جوانب الوعي الصحي:

تشمل عملية التوعية الصحية جميع مجالات الحياة فيتعين أن توفر بالمنزل و هنا يقع على الأم بالذات مسؤولية كبرى في غرس القيم و الآداب الصحية في أبنائها ، و يتعين على المدرسة على أداء

¹ عبد الرحمان العيسوي : الإسلام و العلاج النفسي ، دار الإسلام و العلاج النفسي ، الإسكندرية ، د.ت ، ص 131.

² عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب : مرجع سابق ، ص ص 3، 4.

رسالتها في نشر الوعي الصحي بين طلابها و بالمثل في الجامعة و المؤسسات و الإعلامية و مؤسسات العمل و الإنتاج .

كما تلعب دورا أساسيا في بث الوعي الصحي و غرسه في نفوس أبناء المجتمع و الرسالة لا يمكن إلقاء مسؤوليتها على المؤسسات الطبية فقط التي في المجتمع بل يتظافر جميع القوى الأخرى ، و من هنا فان وسائل نشر الوعي الصحي لا يقتصر على مجرد وسيلة بعينها كإصدار نشرة طبية أو وضع ملصقة أو إذاعة برنامج و إنما لا بد أن تشمل جانب القدرة الحسنة ، و للوعي الصحي له أصوله العميقة تتبع من تراثنا الإسلامي و قد سبق جميع المدارس الغربية سواء في الطب أو في الوعي الصحي¹.

2-5-5- مكونات الوعي الصحي

من أهم مكونات الوعي هو مجموعة المعارف و المعتقدات التي يكونها الأفراد عن الأمور و القضايا و المشكلات الصحية و الأمراض كالتدخين و الإدمان و الإصابة ببعض الأمراض كالسمنة و غيرها، فمكافحة ذلك يعتمد على تغيير أنماط حياة و عادات الأفراد السلوكية في مجالات محددة و حجر أساسه هو المعرفة الأولية بالعوامل و المسببات التي تؤدي إلى هذه المشكلة الصحية .

و المعرفة الصحية هي مجموعة المعلومات و الخبرات و المدركات التراكمية التي يحصل عليها الإنسان من المصادر الموثوقة حول الحقائق و الآراء الصحية التي تشكل عاملا للوقاية من الأمراض و رافدا من روافد تحسين الصحة و ترقيتها².

¹ عبد الرحمان العيسوي : مرجع سابق ، ص 132.

² عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب : مرجع سابق ، ص3.

2-5-6- مجالات الوعي الصحي:

لا يقتصر الوعي الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة و لكنه يتسع مجاله ليشمل كافة العناصر و هذه العناصر المتداخلة الشكل يصعب فصلها و هي كآآتي :

- **الصحة الشخصية:** تشمل البيئة المنزلية الصحية و النظافة الشخصية و التغذية الصحية

و يشمل هذا المجال النظافة و المشاكل الناتجة عن قلة النظافة كتنظافة المنزل و الطعام و الشراب و الشارع و غيرها .

- **التغذية:** يهدف إلى الوعي الغذائي للأفراد على جميع المستويات الاجتماعية و الاقتصادية بما يحقق عادات صحية سليمة ، و هو علم يبحث في العلاقة بين الغذاء و الجسم الحي كما يشمل تناول الغذاء و هضمه و امتصاصه و تمثيله في الجسم و ما ينتج عنه من نمو و تكاثر و صيانة الأنسجة.¹

- **الأمّن و الإسعافات الأولية:**

يهدف إلى توعية الأفراد للعناية بأمنهم و سلامتهم الشخصية حتى يستطيعوا تجنب المخاطر و اتخاذ القرارات الكفيلة بتقليل نسبة الإصابات في حال وقوع الحوادث سواء في المنزل و الشارع و يشمل إسعافات الجروح و الحروق و النزوف و التسمم و الكسور و غيرها.²

¹ (الشاعر عبد المجيد و آخرون : الصحة و السلامة العامة ، اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2001 ، ص 13 .

² (عبد الشافي حيدر : إرشادات صحية ، جمعية الهلال الأحمر لقطاع غزة ، غزة ، 2002 ، ص 2.

-صحة البيئة:

و تهتم بغرس مفاهيم البيئة بشأن المحافظة على صلاحية البيئة التي يعيش فيها الأفراد و باقي الكائنات الحية، و صحة البيئة هو العلم الذي يبحث في البيئة من الناحية الصحية و مدى صلاحيتها لمعيشة الفرد و الكائنات الحية و تشمل صحة البيئة الموضوعات التالية:

- الماء و وقايته من التلوث و تنقيته .

- الهواء و التهوية و التدفئة و الإضاءة.

- المساكن الصحية النظيفة.

- صحة التغذية .

- وحدات الخدمات الصحية في البيئة .

- الضوضاء و تأثيرها على الصحة و غيرها من الموضوعات الكثيرة ما تتعلق بالصحة.¹

- الصحة العقلية و النفسية :

تهدف إلى تحقيق الكفاءة النفسية و العقلية لدى الأفراد بغية التحكم في إنفعالاتهم الداخلية و التقليل من

المؤثرات الخارجية على وجدانه و حمايته من الإصابة بالأمراض النفسية و العقلية.²

¹ عبد الشافي حيدر: مرجع سابق ، ص 2 .

² فضة و فاء منذر: التنقيف الصحي في مجالات التمريض ، مكتبة النشر للتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2004 ، ص

-التدخين و الكحوليات و العقاقير:

تتعلق بإبراز الأضرار الفيسيولوجية و النفسية و الاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ و الكحوليات و سوء استخدام العقاقير ، و تكمن أهمية هذا المجال في الأخطار التي يسببها التدخين .

-الأمراض و الوقاية منها:

يهدف إلى الوعي بالأمراض و كيفية انتقالها و منع انتشارها و التعرف على الأمراض المعدية و غير المعدية.

-صحة المستهلك:

يهدف إلى المحافظة على صحة المستهلك و حمايته او تقييم الحملات الدعائية و التأمين الصحي¹.

2-5-7- مصادر الوعي الصحي: تكمن مصادر الوعي الصحي فيما يلي:

- التلقيني وهو الوصول المعرفة إلى الإنسان نقلا عن مصادر أخرى عبر الشخص نفسه منقولة من مصادر أخرى .

- الملاحظة و هي المعرفة التي يتوصل إليها الإنسان بالمعرفة من الواقع مباشرة بحواسه الخمس.

- التجربة تأتي من خلال التجارب المرضية التي يجربها الإنسان و تصب في مخزونه المعرفي

فيوظفها للتعرف على الأمراض المستقبلية من خلال الأعراض المرضية السابقة و يشكل وسائل

¹ محمود عبد المنعم شحاتة : التدخين بوابة المخدرات ، مكتبة الزهراء ، القاهرة ، 1991 ، ص 20 .

الإعلام منها الإذاعة بالإضافة إلى الاتصال الشخصي كالأطباء و الصيادلة و الأسرة و الأصدقاء أهم المصادر المعرفية الصحية و تلعب دورا مهما في تحقيق الوعي الصحي ¹.

و قد اهتمت الدراسات الغربية بالبحث عن الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام حيث توصل الباحث سنايدر 2007 في دراسة عن الحملات الصحية المعتمدة على وسائل الإعلام أنها لا تقل فعالية عن برامج التدخل الوقائي المعتمدة على المدرسة و أنها أكثر نجاحا عندما تصل إلى شريحة من الجمهور المستهدف مثلا من خلال الحملة الأمريكية لتشجيع الشباب على ممارسة النشاط البدني في تحقيق بعض أهدافها .

كما قام دوتمان بيرجمان بدراسة العلاقة بين مصادر الإعلام والوعي الصحي عن البدانة و مشكلاتها و التغذية و النشاط البدني و مشكلاته توصل الباحث إلى أن وسائل الإعلام النشط مثل الاتصال الشخصي و قراءة الصحف و المجلات و الكتب و تصفح الانترنت تشك لمصادر أساسية للمعارف الصحية ².

2-5-8- أهمية الإعلام في المجال الصحي :

يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي لدى الناس من الموضوعات المهمة و أهم أولويات الناي و تعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات تؤدي دورا كبيرا و مهما في بناء الفرد و تكوينه المعرفي و الوجداني و الساوكي من عملها في زيادة رصيده من المعلومات و الخبرات التي تتسج مواقفه وآرائه و سلوكياته . إن وسائل الإعلام أصبحت مؤثرة في استحداث و تغيير السلوكيات و الممارسات فمضامينه أصبحت مرتبة للأفكار واصفة للمعايير ناقلة للحياة.

¹ (عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب : مرجع سابق ، ص 4 .

² (المرجع نفسه : ص ص 2 ، 5

كما أصبحت هذه الوسائل ذات قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها أفراد المجتمع و منظماته في اتخاذ الآراء و القرارات و تحقيق الأهداف و لذلك يسعى الأفراد في إقامة علاقة اعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق ثلاثة أهداف و هي :

- **الفهم** : مثل معرفة الذات من خلال التعلم و الحصول على خبرات و الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم و الجماعة و تفسيرها .

- **التوجيه** : يشمل توجيه العمل مثل ماذا تقرر أن تشتري و كيف تحتفظ برشاشتك و توجيه تفاعل مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع موقف جديد.

- **الهسية** : تشمل التسلية المنعزلة مثل الراحة و الاسترخاء و التسلية الاجتماعية مثل مشاهدة الذهاب إلى السينما ¹.

¹ (عبد الملك بن عبد الشلهوب : مرجع سابق ، ص ص 2 ، 5 .

-ثالثا : الإعلام و المرأة :

1- المرأة و التاريخ :

1-1- المرأة في المجتمع العربي الجاهلي :

إن المرأة في العصر الجاهلي كان لها دور مساهمة في النشاط الفكري و العقلي و الأدبي إذ أنها كانت تستقبل ضيوف زوجها و تجبر من يلوذ بها من الرجال و هذا دليل واضح على أنها كانت تتمتع ببعض الحرية الناتجة عن الثقة في السلوك الاجتماعي الأمر الذي حولها للمشاركة في نشاطات عديدة .

و لكن كانت المرأة تفقد بعض حريتها و الكثير من حقوقها كالإرث مثلا و ليس لها على زوجها أي حق شرعي باعتبار أن الحقوق الشرعية للمرأة لم تكن مسنونة ولا معروفة في ذلك العصر ، فليس للزوجات عدد معين إذ يجوز للزوج أن يتزوج ما شاء عشرة...عشرين أو أكثر ، و كانت الزوجة تعتبر جزء من تركة الزوج فإذا مات و رثها أبناءه من غيرها مع تركته ثم لهم أن يتزوجوها أو يزوجوها من يشاؤون ، و كانت البنت شيئا مكروها يستعاذ من عندهم : " و إذا يسر أحدهم بالأنثى ظل وجهه مسودا و هو كظيم ".(سورة النحل - الآية - 58) ، فكانت ظاهرة وأد البنات منتشرة في الجزيرة العربية خوف الفقر لاعتقادهم أن المرأة شخصا غير منتج و عالية على أهلها أو خوف العار: " و إذا المؤودة سئلت -8- بأي ذنب قتلت -9-".(سورة التكوير: الآية 8-9).

و هكذا نرى أن المرأة في الجاهلية و قبل ظهور الإسلام أخذت تسوء حالها من سيئ إلى أسوأ إلى أن جاء الإسلام و أنقذ المرأة من واقعها المرير .

و قد لخص الأستاذ الندوي حياة المرأة في المجتمع العربي الجاهلي ، حيث قال : " و كانت المرأة في المجتمع الجاهلي عرضة غين و حيف ، تؤكل حقوقها و تبتز أموالها و تحرم من إرثها ، و تعضل بعد الطلاق أو وفاة الزوج من أن تتكح زوجا ترضاه ، و تورث كما يورث المتاع أو الدابة ، و كانت المرأة في الجاهلية يطفف معها الكيل .

فيمتتع الرجل بحقوقه و لا تتمتع هيا بحقوقها، و من المأكولات ما هو خالص للذكور و محرم على الإناث . و كان يسوغ للرجل أن يتزوج ما يتزوج من النساء من غير تحديد.¹

و قد بلغت كراهة البنات إلى حد الواد ، و كانوا يقتلون البنات بقسوة ، فقد يتأخر وأد المؤودة لسفر الوالد و شغله ، فلا يؤدها إلا و قد كبرت و صارت تعقل ، و كان بعضهم يلقي الأنثى من شاهق .

1-2- المرأة في الإسلام :

جاء الإسلام ليحل جميع المشاكل التي كانت تواجه المرأة و جعلها تتوصل إلى حقوقها كاملة دون التباس أو غموض .

فالقرآن الكريم بما جاء فيه من آيات بين حقوق المرأة بشكل لا يقبل النقاش أو الجدل فقد منح المرأة المسلمة كافة الحقوق التي ساوتها بالرجل و رفعها من المكانة الوضيعة التي كانت فيها إلى مصاف الإنسان العامل المنتج المنحدر من صلب آدم و حواء فأعطاهما حقها في الإرث و الحياة الاجتماعية الكريمة.²

¹ زينب منصور حبيب : الإعلام و قضايا المرأة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2011 ، ص 22.

² المرجع نفسه : ص 23

و هكذا أعلن الإسلام أن الله خلق الرجل و المرأة من روح واحدة ومن أصل مشترك و قد أشار النبي صلى الله عليه وسلم إلى ان الرجل و المرأة جزأين من جسد واحد لقوله تعالى : " يا أيها الناس اتقوا ربكم الذي خلقكم من نفس واحدة و خلق منها زوجها و بث منهما رجالا كثيرا و نساء و اتقوا الله الذي تساءلون به و الأرحام إن الله كان عليكم رقيبا " . (سورة النساء . الآية 1) .

و قوله أيضا : " و الله جعل لكم من أنفسكم أزواجا " . (سورة النحل . الآية 82) .

و لهذا رد الدين الإسلامي إلى المرأة باعتبارها، كما أكد القرآن الكريم على ضرورة مساواة الرجل و المرأة لقوله تعالى : " أدخلوا الجنة أنتم و أزواجكم تحبرون " . (سورة الزخرف . الآية 70) .
و قوله تعالى أيضا : " من عمل صالحا من ذكر أو أنثى و هو مؤمن فلنحيينه حياة طيبة و لنجزينهم أجرهم بأحسن م كانوا يعملون " . (سورة النحل ، الآية 97) .

و جاء الإعجاب أن القرآن الكريم أوجب عدم التبرم من البنات و لا يتقبل ولادتهن بالعبوس لقوله تعالى : " و إذا بشر أحدهم بالأنثى ظل وجهه مسودا و هو كظيم " . (سورة النحل ، الآية 58) .¹

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 24

1-3- مكانة المرأة في المجتمع الجزائري :

أ) مكانة المرأة في المجتمع الجزائري التقليدي :

إن مكانة و دور المرأة في العائلة التقليدية يصفها " سمير عبدة " بقوله : " إن المرأة في الأقطار العربية وسيلة لإنجاب الطفل و إشباع رغبة جنسية و المساعدة في العمل ، دون أن تأخذ دورا إيجابيا في تشكيل الحياة الزوجية ، أي باختصار أن هويتها كإنسان غير موجودة ... هذه الأمور تعود إلى التطبع الاجتماعي . فقد كرس في الفتاة شعور بأنها عبء على الأسرة ، و تأكيد دونيتها بالنسبة للذكور ... بالإضافة إلى تكريس تسلط الذكر على الأنثى حتى على الأم ، كما يتجلى التسلط الأبوي على المرأة في حجبها على الحياة العامة ، و من هنا يتضح أن مكانة المرأة في المجتمع التقليدي تحظى بمكانة متدنية تنحصر وظيفتها الأساسية في الأشغال المنزلية و إنجاب الأطفال وتربيتهم، و لا بد عليها أن تكون خاضعة لسلطة الرجل حتى عندما تتزوج و الواجب عليها أن لا تخرج عن طاعة زوجها و خدمة كل أفراد أسرته ، و أي رجل لا يستطيع القيام بالفعل السلطوي سواء على زوجته أو بناته أو أخواته يعرضه إلى انتقادات جارحة و مهينة تقلل من شأنه و كرامته كرجل ، و هذا راجع إلى طبيعة التنشئة الاجتماعية التي تتلقاها الفتاة منذ نعومة أظافرها على أن تكون خاضعة لغيرها من الرجال سواء الأخ أو الأب أو الزوج ، و هذا ما أكدته " خالدة سعيد " أن المرأة في المجتمع و الثقافة كائن بغيره لا بذاته كما يستدل من تحديد هويتها بكونها زوجة فلان أو بنت فلان أو أخته ... هي أنثى الرجل ، هي الأم هي الزوجة و هي باختصار تعرف بالنسبة إلى الرجل إذ ليس

لها وجود إنها الكائن بغيره لا بذاته و لأنها كائن بغيره فلا يمكنها في إطار الأوضاع التقليدية أن تعيش بذاتها ... إنها النموذج المثالي للاغتراب.¹

ب) مكانة المرأة في المجتمع الجزائري المعاصر :

تغيرت مكانة المرأة الجزائرية في المجتمع المعاصر بحكم تغير أدوارها الاقتصادية و التحاقها بسوق الشغل أصبحت تساهم بشكل كبير في مصروف البيت ، بالإضافة إلى أدوارها الاجتماعية و تغير نظرة المجتمع إليها باعتبارها عنصرا ثانويا كما كانت عليه في المجتمع التقليدي بأنها تلك المرأة الولادة التي تنجب أكبر عدد ممكن من الأبناء الذكور حتى تثبت مكانتها لتصبح أما ثم تتوسع بعد ذلك سلطتها و مكانتها لتصبح حماة مما يعطيها حق التصرف في زوجات أبنائها ، لكن اليوم في ظل التغير الاجتماعي الذي شهده المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة جعل المرأة تتحرر من القيود التقليدية التي تلزمها أن تبرح البيت و تكون خاضعة لسلطة الرجل . فالنزعة التحررية التي عرفتها المرأة الجزائرية و ما تعيشه اليوم من استقلالية مادية نتيجة مستواها العلمي و تقلدها عدة مناصب سياسية و اقتصادية و إدارية و حتى عسكرية جعلها تتمتع بمكانة اجتماعية و مهنية مرموقة في المجتمع الجزائري.²

¹ (داود بورقيبة : عمل المرأة و أثره على التنشئة الاجتماعية للطفل ، مجلة دراسات ، العدد 57 ، أوت 2017 ، ص 86 .

² (داود بورقيبة : مرجع سابق ، ص 86.

1-4- صورة المرأة في الإعلام العربي :

مع ثورة الاتصالات و انتشار الفضائيات زدنا تأثير وسائل الإعلام المرئية بزيادة الاهتمام بها لسهولة التقاطها و لتتوع خياراتها ، و لقد ذهبت إلى غير رجعة تلك الأوقات التي كان فيها المواطن العربي مجبرا على رؤية محطات البث الوطني عصرا ، فقد أصبح المواطن العربي قادرا عبر الصحن اللاقط و الذي أصبحت تكلفته زهيدة ، أن يشاهد كل القنوات العربية و الغير عربية ، و أن يختار ما يناسب اهتماماته من هذا الطيف الواسع من القنوات المعروضة أمامه .

هذه الإمكانيات المتاحة أمام المواطن جعلته يصرف وقتا أطول أمام الشاشة الصغيرة ، مما زاد التأثيرات الثقافية لوسائل الإعلام المرئية ، و أصبحت في الكثير من الحالات مرجعا ثقافيا بكل التسطيح الذي تحتويه المحطات الفضائية العربية.¹

على الرغم من التحسن الطفيف جدا الذي جرى على تغطية قضايا المرأة في الفضائيات العربية ، إلا أن الصورة النمطية للمرأة في الثقافة العربية فرضت نموذجها على التغطيات الفضائية و على البرامج التي تقدم ، فباستثناء عدد محدود جدا من البرامج التي تتعرض للمرأة من مواقع مناقشة قضاياها السياسية و الاجتماعية و الثقافية ، و هي ما يناقش ضمن مفهوم برامج الأسرة ، و ليس ضمن مفهوم برامج المجتمع، ما يعني أن هذه المشكلات تكاد تكون خاصة و ليست لها تأثير على المجتمع، بالمعنى الشامل للمجتمع ، فان صورة المرأة لم يجر عليها تغير يذكر في وسائل الإعلام العربية، صورة تحاكي الثقافة الشعبية عن المرأة كما يريد الرجل أن تكون ، كائنا خارج الفعل و التأثير في القضايا الحاسمة لا في الأسرة و لا في المجتمع . لذلك ليس من الغريب أن تعكس وسائل الإعلام العربية الصورة التقليدية للمرأة ، على اعتبار أنها سيدة المطبخ و المهتمة ببطون العائلة من

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 137.

جانبا، و المهتمة بعروض الأزياء و أدوات التجميل و دعاياتها و صاحبة الوظيفة الوحيدة في الحياة بان تنجب الأطفال للأسرة من جانب آخر ، أي أنها ذلك الشخص المتعلق بالشكليات ، لا يهيمه أي شيء في هذه الدنيا غير هذه الشكليات .

و حتى تنسجم هذه الصورة مع الصورة التقليدية للمرأة ، يتم تصوير المرأة على أنها تجرأ العاطفة و لا تستطيع مقاومتها ، و بالتالي غير قادرة على التفكير السليم ، لان العواطف الجياشة التي تجتاح المرأة تجعلها أسيرة هذه العواطف و غير قادرة على المحاكمة العقلية ، و من هنا فان المرأة تقدم دائما على أنها الناطق بلسان العاطفة ، و من الممكن أن نتحدث عن الأطفال و الأزواج و التربية الرقيقة، و لكننا نادرا ما نشاهد المرأة التي تدافع عن القضايا السياسية و الاجتماعية و الثقافية ، و تخوض المعارك من اجل قضايا تتجاوز إطار أسرتها إلى الإطار العام الذي يخدم المجتمع ، و هذا ما يعتبر في الكثير من الحالات انه يقدم صورة ايجابية للمرأة ، و لكن يتقلب العاطفي إلى عيب ، و هذه وظيفته الأساسية ، عندما يترافق مع التأكيد على ان هذه العاطفة تحتاج إلى ضابط ، و هذا الضابط لا يمكن أن يكون غير الرجل .¹

و بالتالي على المرأة أن تستسلم للعقل الراجح للرجل ، الذي يملك من العقل الكثير و لا تسيطر عليه العواطف التي تعوق تفكير النساء ، و بالتالي عليها الاستسلام لأفضلية الرجل ، و الرضا في البقاء في موقع دوني اقل من الرجل .²

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 138.

² المرجع نفسه : ص 139.

أن معظم الصور التي تقدمها الفضائيات العربية للمرأة تقتصر إلى معالجة الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع ، الواقع الحي الذي تواجهه يوميا ، فمعظم هذه الصور تقدم المرأة بلا طموحات و لا وجهة نظر في القضايا العامة ، و لا حتى مشاكل طبيعية مع محيطها الطبيعي ، و أكثر من ذلك تقدمها بلا طموحات شخصية تتجاوز جدران المنزل ، و المفارقة التي نجدها في هذا الإطار ، هي حتى النساء العاملات يحملن فقط في المنزل ، و لا نجد لهن طموحا خارج المنازل أو في إطار العمل ، و تصور المرأة العاملة التي تملك طموحات مشروعة خارج المنزل بأنها مجردة من مشاعر الأمومة ، و معتدية على العادات و التقاليد ، و هي تخوض الصراع من المجتمع الذي لا بد من أن ينتهي بإقرارها بالخطأ الذي ارتكبته ، و بالتالي عودتها إلى المنزل من جديد .

و هي صورة لا تعكس الصورة الحقيقية و الواقعية لمشاكل المرأة و طموحاتها الحقيقية ، و لا تضعها في الصورة المتطرفة للمرأة الغارقة في عواطفها التي تفسد عقلها ، أو التي تقتل عواطفها من أجل طموحات غير مشروعة من وجهة النظر الاجتماعية ، لذلك لا نجد في الإعلام العربي صورة للمرأة المتوازنة القادرة على أن تكون إما حقيقية و صاحبة طموح و موقع لا يتناقض مع دورها كأم ، فدور المرأة كفاعل اجتماعي لا يقل أهمية عن دورها كأم ، و لا يمكن وضعهما في مواجهة بعضهما ، و بذلك لم يستطع الإعلام التعاطي مع الصورة الحقيقية للمرأة و تصوير مشاكلها الحقيقية في العالم المتوحش اليوم ، و الذي يزداد توحشا مع التقنيات الحديثة .

أن الإعلام العربي ما يزال على الرغم من التطور الذي أصاب عالم الاتصال مصرا على تقديم المرأة بالصورة التقليدية، أو بالصورة المعلبة للنموذج الغربي لمفهوم الموديل ، و هو ما يجعلها وسيلة للجذب الجنسي و لتشجيع و زيادة الاستهلاك ، على اعتبار أن نموذج المرأة الحديثة هو نموذج المرأة المستهلكة، و لان هذه الصورة التي تبثها بشكل مكثف وسائل الإعلام العربية ، و بحكم واقع الصورة

المؤثر في زمن الصورة ، تدفع المرأة ذاتها إلى تبني الصورة السلبية عن نفسها و التماهي مع هذه الصورة للظهور بمظهر المرأة الحديثة من الزاوية الشكلية .¹

أن الانتشار الواسع للفضائيات العربية ، يفترض أن يجعلها عاملا مساعدا في تحسن القضايا الملحة و المباشرة للمجتمعات العربية ، و ليس وسيلة للتسلية فقط ، و قد نجحت الفضائيات في رسم صورة واضحة للعديد من المشكلات التي تعاني منها المجتمعات العربية ، و بحكم ضعف إمكانية الرقابة عليها ، استطاعت أن تتعامل مع قضايا حساسة بالكثير من المسؤولية ، و أن تعطي صورة واضحة عن الواقع العربي البائس كتصوير الوضع المأساوي في أكثر من مكان في العالم العربي ، أو الدفع باتجاه التضامن مع نضالات الشعب الفلسطيني كما جرى في انتفاضة الأقصى التي شهدتها الأراضي الفلسطينية ، و لكنها في موضوع المرأة بقيت محافظة على بث صورة تقليدية عنها ، و الاستمرار في تعزيز هذه الصورة على هذه الشاكلة ، يبقي أوضاع المرأة العربية في حالة يرثى لها تحت ضغط الواقع من جهة ، و تدمير وسائل إمكانية الخروج من دائرة القهر التي تقع المرأة تحت وطأتها .

و في جولة جديدة في دروب الإعلام نتتبع معالم صورة جديدة من صور المرأة، فهذه المرة هي الثائرة المتحررة التي تسعى لكسر القيود المصطنعة التي قيدها بها عدوها اللدود (الرجل) ... ذلك الرجل الذي هو تارة الأب المتسلط أو الأخ المتجبر أو الزوج المتعنت الذي لا يسعى إلا لسلبها حريتها و كرامتها و أحيانا إنسانيتها.

هي الثائرة التي تصرع و تصارع ، فإما أن تنتصر لتنتصر بنصرها كل الذليلات و المقهورات و المضطهدات في أنحاء المجتمع ، و إما أن تنهزم - و هو في القليل النادر - لتشعل بهزيمتها ادوار الصراع مجددا في نفس كل امرأة .

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق ، ص ص 139 ، 140 .

لا يحتاج الأمر لدراسات أو إحصاءات و بيانات بل أنها نظرة سريعة تلك التي يحتاجها المرء ليدرك كيف تظهر المرأة في جل الأعمال الدرامية المبنوثة عبر شاشاتنا العربية.. فهي عادة الابنة التي قهرتها سلطة الأب أو الزوجة الغافلة المطعونة بخيانة الزوج ، أو هي الأم التي هجرها أبنائها لتذوق ويلات عقوق الأبناء .. هي المرأة التي¹ سبب لها قيامها بدورها الحقيقي كربة بيت و زوجة و أم التعاسة الحقيقية و جرعها كؤوس المذلة و الهوان .

و في الصورة المقابلة تبدو تلك المرأة الجميلة الرشيقة القوية ... تلك المرأة التي كسرت القيود و فكت انحصار و هدمت الأسوار ... تلك المرأة التي نالت حقوقها و حررتها بعيدا عن أجواء البيت القاتم الذي ما قدم لها إلا القهر و الخيانة أو العقوق و العصيان².

و لعل قائل يقول : " أن الحكمة الدرامية تستدعي نوعا من الصراع بين أطراف العمل ، و لا يمكن أن يقوم العمل دون وجود مثل هذا النوع من الصدام الذي يعلو تدريجيا حتى يصل إلى الذروة تخف حدته لينتهي العمل بحله أو نهايته ، و لكننا نقول لماذا تتمحور حلقة الصراع الدائم بين المرأة و الرجل و كأنهما كيانات منفصلان لا ينتصر احدهما إلا بهزيمة و تعاسة الآخر ، لماذا لا ننظر إليهما على أنهما راكبان في سفينة واحدة جنديان في خندق واحد... رفيقان يجمعهما درب واحد... لماذا لا يتحدان لتكتمل بهما وحدة الوجود الإنساني ليواجهها معا ظروف و صروف الحياة فتكون عوناً له و يكون دعماً لها .

أين هي المرأة المتزنة المتوازنة العاقلة الحكيمة ... أين هي الزوجة الأم الحاضنة الحنونة المعطاءة... لعلها موجودة فيما ندر من الأعمال المبنوثة هنا أو هناك لكنها أن وجدت لا توجد إلا كظلال باهتة إلى جوار الشخصية الرئيسية التي تقود حلبة الصراع دائما بينها و بين الرجل.

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 140.

² المرجع نفسه : ص 141.

و بعد هذا نتساءل ما أسباب التفكك الأسري و زيادة نسبة الطلاق في مجتمعاتنا ؟

لعل نتائج هذه الدراسة تجيب السائل ، ففي دراسة على عينة من 166 مراهقة هولندية ظهر أن الفتيات اللاتي يشاهدن الدراما التي تقدم الأمهات باعتبارهن ربات بيوت يقدمن سعادة الأطفال و يضعنها في المقام الأول كان لديهن (أي الفتيات) تصورات ذهنية مطابقة لما تقوم به الأمهات في الحقيقة ، كما انطبقت¹ هذه الصورة على الدور الذي يردن أن يقمن به عندما يصبحن أمهات ، مما يؤكد تأثير الدراما على المشاهد من خلال التقمص الوجداني و الميل إلى المحاكاة .

فإذا كانت نتائج تلك الدراسة بهذا الوضوح في مجتمع عملي تلتهم ساعات العمل كل نهاره و شطرا من ليله ، فما بالك بتأثير الدراما في مجتمعاتنا العربية التي تحتل الشاشة العربية الفضية المكانة الأبرز بين أفراد الأسرة ، و تشكل معلما بارزا في التأثير في قيمه و أفكاره بل و معتقداته .

لعل صورة المرأة في الإعلام تستدعي وقفة جادة من القائمين على هذه الصناعة ، لمحور الآثار السلبية التي نتجت عن الصورة المشوهة التي طالما قدمتها الوسائط المتعددة للمرأة العربية المسلمة.² و من الجدير بالذكر أن مركز المرأة العربية للتدريب و البحوث بتونس (كوثر) بصدد إصدار وثيقة توجيهية حول (النوع الاجتماعي و الإعلام) تهدف إلى القضاء على ما تواجهه النساء في الإعلام العربي من تمييز ضدهن أو تهميش أو إساءة و ذلك من خلال الدفع إلى إنصاف المرأة إعلاميا بالياء قدراتها الفعلية المكانة التي تجدر بها بصورة عادلة و مكافئة لما يحصل عليه الرجال ، سواء من حيث تنوع صورة المرأة التي تعرض في وسائل الإعلام ، أو من حيث التكافؤ المهني و تنوع الفرص المتاحة، و قد احتوت بنود الوثيقة على نقاط بالغة الأهمية تمس قضايا جوهرية في موقف الإعلام من

¹ زينب محمود حبيب : مرجع سابق ، ص 141 .

² المرجع نفسه : ص 142 .

المرأة كاختزاله صور المرأة العديدة في صورتين وحيدتين لا ثالث لهما : المرأة التقليدية الأم و الزوجة و الابنة ، أو المرأة الأنثى المغرية و الجذابة ، و ما عدا ذلك فمغفول عنه ، فلا ترى المرأة المفكرة و السياسية و العالمة و المناضلة و المصلحة ، و إذا حدث و ظهرت مثل هذه الصور فانه سرعان ما يضيف عليها صبغة الاسترجال و الوصم بفقد الأنوثة ، و في مجال المشاركة النسائية في الإعلام تجد الإعلام يسير في ذلك وفق النمط التقليدي الذي تحدده الأدوار التقليدية للمرأة و الرجل ، فيظهر الرجال في الأحاديث الوعظية و الردود على الاستفسارات الدينية و العلمية و الاجتماعية ،¹ و في المناقشات السياسية و الاقتصادية و الرياضية ، و تظهر النساء في الأحاديث حول الأسرة و تربية الأطفال و المشكلات الزوجية .

لكن هذه الوثيقة على أهمية مضمونها لم تضع في اعتبارها التركيز على معالجة أمرين جوهريين ينتصبان ثابتين في وجه محاولات الإصلاح فيما يتعلق بمسألة (النوع الاجتماعي و الإعلام) و احدهما، إصرار بعض الحكومات العربية على دعم التمييز ضد المرأة في الإعلام مما يؤثر بدوره على موقف الأفراد و الهيئات و غيرها ، فمن المنظور الواقعي نحن لا يمكن أن ننتظر من الهيئات أو المؤسسات الأهلية أن تتبنى سلوكا ايجابيا تجاه وضع المرأة في الإعلام ، متى كان فيه ما يتنافى مع سياسة الدولة أو لا تقره وزارة إعلامها ، و في بعض البلاد العربية ما زال الموقف الرسمي للحكومات و وزارات الإعلام يمثل عاملا قويا في حجب التغيير و استمرار التمييز النوعي بين الجنسين ، كما انه حتى في الدول العربية التي تعد أكثر تحررا أو انفتاحا ، ما زلنا إلى اليوم يندر أن لم يرغب ، إن تجد متحدثة رسمية للحكومة أو للوزير ، و من النادر أيضا أن نجد مرافقات إعلاميات .²

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 142 .

² المرجع نفسه : ص 143 .

مع الوفود الرسمية للحكومات في المؤتمرات السياسية أو الزيارات الرسمية، و هو ما يتمثل فيه موقف الحكومات المتشبه بالتمييز المبطن ضد المرأة.

أما الأمر الآخر فيتمثل في وجود توجه معاكس لأهداف الوثيقة الرامية إلى الارتقاء بمكانة المرأة في الإعلام ، تدعّمه و تتبناه بعض الهيئات و المؤسسات الإعلامية التجارية التي قد تجد في الالتزام بنصوص الوثيقة ما يضر بمصالحها الاقتصادية متى كانت تعتمد في انتشارها على استغلال الجمال الأنثوي و تقديم المرأة كأطباق فاتحة للشهية .

هذان الأمران وددنا لو أن الوثيقة أعطت لهما اهتماما خاصا ، فهما في حقيقتهما يمثلان حواجز ضخمة تعيق النجاح في الارتقاء بمكانة المرأة في خضاء الإعلام .¹

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 143.

1-5- واقع إعلام المرأة:

ينكرر الحديث دائما عن دور وسائل الإعلام في التأثير في حياة الناس ، و تتباين الرؤى و المواقف حول دور الإعلاميين في الرفع من درجة الوعي بين شرائح المجتمع المختلفة ما يمكنها من تأدية دورها في عملية التنمية داخله بالصورة الممكنة و المطلوبة ، و كثيرا ما اهتمت وسائل الإعلام المتعددة و المختلفة بالتقصير و عدم التوضيح بل و التعنيم في بعض الأحيان و أنها كثيرا ما تشد إلى الوراء عند نكوصها عن تقديم كل شيء على حقيقته بما يلغي مسالة الجهل بالأشياء لدى المتلقي.

و عادة ما يحمل الإعلاميون الرجال منهم و النساء مسؤوليات كبيرة فيما يخص معالجة القضايا الحياتية المهمة عند الناس في مجالات الحياة المختلفة ، سواء أكانت التعليمية أم الصحية أم التنمية أم الاقتصادية أم السياسية ... الخ ، فهل يقدم لنا الإعلام مادة حقيقية عبر وسائله المتنوعة (المرئية و المسموعة و المقروءة) أم أنها تصلنا عاجزة و مقيدة و غير قادرة على فهم الهموم العامة متغاضية عن جوهر المشكلات و مضمونها ؟

للإجابة على سؤال كهذا نجد أن هناك مشكلات مزمنة و حلها يرتبط بالتطور الطبيعي للمجتمعات كقضية المرأة و لكن هذا لا يعني أن نقف مكتوفي الأيدي لنترك للزمن حلها بل علينا العمل لخلق التراكمات التي تؤدي في نهاية المطاف لتحقيق الهدف .

فالتعاقب مثلا عن تتبع دور المرأة في تحقيق التنمية المستدامة المؤثرة و بقوة في حركة المجتمع، و البعد عن التعريف بدورها و هي السياسية و القيادية و المربية و المعلمة و المستثمرة ... و غض النظر عن كشف المعوقات و العراقيل التي تقف عائقا بينها و بين إثبات وجودها و الاعتراف بأهمية دورها ، و التهافت وراء أخبار الفن والطبخ والتجميل و الموضة ، و إظهارها بصورة نمطية في وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمرئية و الإلكترونية ... كل ذلك يجعلنا نتساءل عن الطرق التي

يجب أن نستعملها نحن مع وسائل الإعلام... و نقصد بنحن هذه أصحاب الاهتمام و الإيمان بما للمرأة¹ من أهمية في الحياة تتعدى الأهمية الشكلية التي تبدو فيها ... ذلك المخلوق الجميل الرقيق و الحساس الذي لا يعرف من الدنيا شيئاً أكثر من معرفة طريقة الطبخ (العلانية) أو تتبع آخر خطوط الموضة و سرعات (الماكياج) و الحرص على تطبيقها و اللهاث وراء الاستحواذ على إعجاب الرجال الذين لا يخرجون عن نطاق إشباع رغباتهم و إرضاء غرورهم ، و الحوز على رضاهم.²

فالمرأة غالباً ما تستغل لتحقيق مأرب الرجل ، و تنفيذ خطته و استراتيجياته للسيطرة على مجريات الأمور في الحياة العامة ، فهي المستغلة للترويج لسلعة ما و فكرة ما ، و رؤية رجالية ما ، لا تصب إلا في مصلحته و قضاء حاجياته حتى عند اتخاذها كلوحة عرض لتصميمات الرجل من الثياب دورها لا يتعدى الأداة التي ستجلب الريح و المتعة له .

و من خلال نظرة أولية نجد أن صورة المرأة في الإعلام لا تزال قاصرة و تعالج بطرق سطحية فالإعلانات مثلا تكون المرأة فيها غالبا النبض و الشكل و يقدم الإعلان المرأة شكلا بعيدا عن الصورة التي تطمح إليها بحيث تكون أكثر إنسانية و لكن تلك الصورة الإنسانية لن تتحقق إلا عبر معالجة جدية لقضايا المرأة و ذلك من خلال جملة من النظم و القوانين و أيضا باتخاذ مواقف من القانون العاجز الذي يحمل للمرأة التمييز عن الرجل باعتبارها أقل منه في الحقوق و معالجة قضاياها التي تركزها الأعراف و التقاليد و الفهم الموروث عن دورها و ما تمثله للذكور ، هذا الفهم الذي عمره قرون ما زال مزدهرا في مجتمعاتنا مع وجود من يراعاه و يغذيه من أصحاب النظرة القاصرة و الذكورية البحتة و غياب الحرية و التطور في القوانين المتخلفة عن العصر الراهن .

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 133

² المرجع نفسه : ص 134

و في كل ندوة أو نشاط يخص المرأة نشهد صراعا حادا بين مؤيد لمسيرتها التحريرية وفق المعايير العالمية و المنظمات الدولية المعنية بهذا الشأن و بين من يرى أن حريتها تكمن في الالتزام بالدين و الأعراف و التقاليد ، و في الندوة التي نظمتها جمعية نسائية سورية تدعى (تجمع سوريات) كان محورها المرأة و الإعلام دارت حوارات و مداخلات هامة نظرا لتنوع الآراء و اختلاف وجهات النظر، حيث رأى البعض¹ بشكل عام أن الإعلام يشجع على الفسق و الابتذال و يعمل على إفساد الأجيال الشابة بما تعرضه الفضائيات كوسائل إعلامية من صور عارية للمرأة و بما تنشره الصحف و المجلات على أغلفتها ، و قد عبرت عن هذا الرأي السيدة (رفيدة حبش) و لكن هل تساءلت السيدة حبش عن الظروف التي دفعت بتلك الفتيات إلى هذا الواقع و هل كان الأمر بإرادتهن أم تم استغلالهن من قبل المروجين و المنتجين الساعين لجني الأموال .

و تعالت أصوات العديد من الرجال قائلين أن كرامة المرأة و قيمتها تكمن في ارتداء الملابس المحتشمة التي تصونها من الوقوع في المهالك و إفساد المجتمع و إثارة الرجال ، لكنهم أيضا لم ينتبهوا إلى سطحية نظرتهم و أن الاحتشام سلوك عام لدى الشخصية و أن الإثارة و الفتنة لا ترتبط بزي محدد و الشكل لا يحدد مقدار محافظة المرأة على جسدها أو انتهاكه².

إن المرأة التي تعنتي بشكلها لا يعني أبدا أنها تتعاطى بخفة مع شؤون حياتها ... إن الأداة الإعلامية يمكن أن تبتذل الرجل كما تبتذل المرأة فالرجل في بعض (الكليات) يظهر و كأنه دمية إذا المشكلة ليست في ظهور المرأة بهذا الشكل أو ذلك و إنما بجملة الخيارات المقدمة إليها و في ثقافة المجتمع.

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 134.

² المرجع نفسه : ص 135.

و المشكلة ليست بالمشهد المرئي و الدليل أن ثقافة الشعوب في الدول المتقدمة و التي يتم التعامل فيها مع المرأة بشكل شبه مساو للرجل و يمتلك فيها كل من الرجل و المرأة حرية الرأي و التعبير هذه القضايا الأنفة الذكر لم تعد تطرح فيها كمشكلات .

أما في مجتمعنا و في غياب المجتمع الأهلي و عدم التواصل مع المجتمع في صناعة الإعلام نرى أن هناك قطيعة بين المرأة و صناعة الإعلام.

و لأن الإعلام يمكن أن يكون السند الأساسي لتفعيل دور المرأة باعتباره شريكا لا وسيطا في النهوض بعملية التنمية فهو أحد رموز السلطة الرابعة ولا يمكن استخدامه أداة مؤقتة أو طوق نجاة نمر من خلاله فكرة ما أو نروج¹ لعملية ربحية معينة ... لهذا تأتي أهمية استخدامه وفق و توجهات المجتمع و مبادئه و قيمه فيما يخص احترام المرأة و صون كرامتها .

إن مسؤولية التعريف بقضايا المرأة و احتياجاتها و حل مشكلاتها و إبراز نجاحاتها و الإشارة إلى تميزها هو مسؤولية يجب أن تضطلع بها المرأة الإعلامية بالدرجة الأولى ، ثم إن مساهمتها في نشر الوعي حول قضاياها و مناصرتها ، و الدعوة إلى جعلها عنصرا فاعلا و كائنا مستقلا في الرأي و الفعل و الصيرورة تأتي في سياق الإيمان بأهمية تقاسم المعرفة و تبادل أفضل التجارب بينها و بين الآخرين من الرجال ، و حرصها على أن تكون هي المبادرة لتوصيل صوتها ، و التربع على قمة مكانتها التي ضمنها لها صفة المواطنة التي تسوي بينها و بين الرجل ، باعتبارها إنسانا بالدرجة الأولى و الأخيرة .

فهل تعي أهمية هذا الجانب و تنظر إلى المرأة إعلاميا على أساس أنها الأداة الفاعلة لا الوسيلة المساعدة للترويج والإعلان و التهريج ؟ ... و هل نسعى إلى تأسيس علاقة مثينة بين الإعلاميين من

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 135.

الرجال و النساء ؟ و متى ندرك أهمية دورها إعلاميا لنخرج من مرحلة اللبس و الاستفهام إلى مرحلة المشاركة والتنفيذ ؟¹

1-6- تأثير وسائل الإعلام على المرأة :

مع ضعف العقيدة في النفوس و مع تطور التقنية للاتصال السريع تمكن الغرب من ترويج أنماط فكره الفارغة و التي تشكل نكبة للإنسانية في مجال الأدب و الثقافة و الإعلام لضحالتها و تفاهتها و اعتمادها على الغرائز في صورة مشمئزة و بربرية ، و لا يخفى على أحد ما للإعلام من تأثير على أفكار و اتجاهات الناس و هي باعتبارها وسائل تختصر الزمن و المسافات لإيصال رسالتها إلى أكبر عدد من الناس ساعد على سرعة نشر الأفكار و بلورتها و تسريع تداولها و انتقالها و بذلك كان له دور كبير في خدمة المبادئ التي تروج لها و الإعلام شأنه شأن أي فن أو تقنية الأصل في استخدامها هو لأغراض إنسانية نبيلة و هي خدمة للإنسان و سعادته ، و بما أننا بصدد مناقشة قضية المرأة والعوائق الحقيقية عن الناس من غير أن تعرف الحقيقة من الباطل و من هم الذين يدعون إلى تحريرها و منحها الحقوق التي سلبت منها ؟ .

- من هم الذين تبنا قضيتها ؟ .

- هل هم الذين يشجعونها على الرذيلة و الإباحية باسم الحرية ؟ .

- أم هم الذين يجعلونها سلعة للهوهم و متعتهم باسم التحرر ؟ .

- أم هم الذين يتركونها بلا معيل و ينكلون عن الإنفاق عليها باسم المساواة ؟ .

- لنرجع ثانية إلى الإعلام ترى في أي شيء تخوض بخصوص المرأة ؟ و لأي أخبار تتعرض ؟.

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص: 136

- و أي شؤون للمرأة هي مجال اهتمامها و تعالج من قبلها ؟ .
- و هل ينصب اهتمامها في سبيل تطوير المرأة علميا و ثقافيا و هل تخاطب هموم المرأة و مشاكلها التي تنغص عليها حياتها و تعيق تقدمها ؟ .
- فيها ذكر من مضى من النسوة اللاتي خلد التاريخ ذكرهن بما أسدين للإنسانية من إنجازات و هل ... و هل ... ؟؟¹.
- و أننا لنصطدم بالواقع عندما نرى كما عائلنا من المجالات و الصفحات الفنية في الجرائد و الصحف التي تحصر هموم المرأة العصرية في أمور لا تتعدى مجال مظهرها و طرق اختيار الأزياء حسب الفصول و وفق الموضوعات التي ترسمها دور الأزياء و متابعة أخبار مسابقات الجمال بالإضافة إلى أخبار السمنة و الرشاقة و هذه الجبال المكومة من قصص و روايات الحب و الغرام و الأغاني الملتهبة ليل نهار و التي بدورها تجسد ثقافة و ما سار على دربها أما التلفزيون و السينما فحدث و لا حرج عن الأدوار التي تؤديها النساء و التي تحصر في أدوار سلبية مقبلة و نماذج مبتذلة لا تكف عن الإغواء و الإباحية فضلا عن ما يقدمه من مواد إعلامية تفرض أنماطا سلوكية و عادات اجتماعية لا تعبر عن واقعنا الاجتماعي و الأخلاقي بل تعالجها بأسلوب يختلف تماما عن أدبياتنا و شريعتنا فيا ترى هل هذه حالة طبيعية ؟².
- و هل يسهم هذا الكم الهائل من الغناء الفكري و السفه الثقافي و الخواء الروحي في بناء أمة و نهضتها ؟ .

- و هل يسهم في النهوض بالمرأة و تنمية شخصيتها ؟ .

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 129 .

² المرجع نفسه، ص 130 .

و باختصار شديد تلخص هذه المنابر الإعلامية على أن المرأة موجود ما خلق إلا للزينة و اللهو و المتعة... و تنشر ثقافة مفادها أن المرأة إنسان فاسد و لا يصلح إلا أن يكون تبعاً و أداة للمتعة الرخيصة و الإباحية و هكذا أدت تقنية وسائل الإعلام الحديثة إلى إرسال ثقافة هابطة رخيصة لترويجها بواسطة الأفلام المحشوة بالعنف و الجنس و الأغاني التي تدعو إلى الإباحية ، و المرأة بحكم وضعها الاجتماعي الضعيف تعد من أوسع قواعد الاستماع و المشاهدة للمحطات الفضائية و الإذاعات العالمية و بالتالي الأكثر تعرضاً لتأثيرها و هكذا تم تحويل المرأة إلى وسيلة للريح ، و يصرف النظر إلى كيانها كإنسان لان المرأة وحدة اقتصادية و كل البشر و كل ما يجلب المال هو جيد في نظرهم... استغلت المرأة من أجل مكاسب تجارية جرت عملية تسويق الجسد الأنثوي بواسطة آليات الرشاقة و الأدوية و المساحيق و تغيير الموضات¹ و هكذا استغلت المرأة من جهتين الأولى كونها امرأة تستعمل كأداة لتسويق المنتج و الترويج له ، و الثانية استغلالها كسوق مفتوح دائماً و هكذا أصبح الجسد وحده و لا شيء آخر هو الطريق إلى الوظيفة و إلى الشهرة و إلى الشهادة و إلى الحياة أصبح الشكل هو معيار قبول و نجاح الوظائف أي الجسد و ليس مؤهلاتها العلمية أو إنسانيتها أو عقلها أو خبراتها و ثقافتها و هكذا تم تعرية جسد المرأة و هو في جوهره تعرية لها من إنسانيتها و اختزال لجميع مواهبها و مكوناتها ، فصناعة السينما و دور الأزياء و مستحضرات التجميل أعادت صياغة المرأة في الوجدان العام و نزعت عنها مكانتها و دورها و أعرتها من إنسانيتها و كينونتها الحضارية و خصوصياتها الثقافية بحيث تصبح إنساناً بلا وعي و لا ذاكرة و لا تاريخ، و هكذا فعل الإعلام فعله في تضيق آفاق المرأة بعزلها عن هموم المجتمع و مشاغله السياسية و الثقافية فغدت مجتمعات النساء مشغولة بتوافه الأمور و كان ذلك نتيجة حتمية للعزلة التي فرضت على المرأة و أبعادها المتعمد عن قضايا و مشاغل المجتمع و تحويلها إلى آلة للإباحية

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق، ص 130.

والالتذاد، و هذا تخطيط ماكر و خبيث لتفريغ المرأة عن محتواها الحقيقي و إبعادها عن فطرتها و أصالتها و شل جميع قابليتها و طاقاتها و ذلك من خلال توجيه اهتمامها و صرف نظرها صوب أمورها مشية و سطحية تلهيها و تشغلها عن الاهتمام بما يجري حولها من حوادث و ما تمر به أمتها من ماسي و هكذا استغلت وسائل الإعلام المختلفة و سخرت لإدخال الثقافات الدخيلة و تمييع شخصية المرأة و صرف توجهاتها المبدئية و على رأسها مسخ و تشويه شخصيتها باعتبارها أهم ثغرة في المجتمع و لان قوام المجتمع و قوته يتوقفان على قوام الأسرة و تماسكها باعتبارها الخلية الأولى و نواة المجتمع و تماسك الأسرة و قوتها يتوقف على قوة من يقوم بإدارتها و الإشراف على تربية أفرادها و هكذا أبعدت المرأة عن هذا الدور العظيم¹ و زجت في لظى الأهواء و الشهوات و غرس هذه الأفكار في ذهنية المرأة تعني أنها بكل بساطة ستنتقل تلك الأفكار و الأخلاقيات إلى جيل كامل جديد دون إصلاح أو تقويم ، ربما نلوم المرأة و قد نكون على حق فهي من ناحية قد استسلمت لهذا الأسلوب الرخيص في الإعلام و هي بعلم أو بغير علم تتواطئ² مع محاولاتهم التي ترمي إلى هضم حقوقها و التقليل من شأنها و مكانتها و من ثم فان الإعلام يمارس دورا تحذيريا فيشغلها بما يمكن و ينبغي أن تستهلك و ما يجب أن تلبس و تتجمل به فيجعل آفاق طموحها ضيقة في إطارات وردية ذات محتوى هامشي في مجتمع مزيف ، و هذا كله يزيد من ضعف مكانة المرأة و يقلل من فعالية دورها في المجتمع .

و من هذا المنطلق حق على المجتمع و وسائل الإعلام فيه احترام حقوق النساء و عدم إبتاع إستراتيجية تهميش المتفقات الفاعلات اللواتي يمتلكن حضورا فكريا و عمقا اجتماعيا و يجب إطلاق الطاقات الخلافة للمرأة و استثمارها في مجالات الحياة و منحها حقها الكامل في عملية صنع القرار

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 131.

² المرجع نفسه : ص 131.

و توجيه السياسات الاجتماعية و التربوية و الإعلامية مع وضع حد للعبث و مظاهر الفساد في وسائل الإعلام بصورتها الحالية و ذلك بمراقبتها و منعها من إغراق العالم بالفساد حيث أن معظم الأفلام و البرامج التي تبث على اختلاف أشكالها و مضامينها هي في حقيقتها خطة مدروسة لقتل شخصية المرأة و مسخها تاريخيا فما عليها إلا أن تعي هذا المخطط الخبيث الذي يرمي إلى جعلها امرأة لا يهتمها إلا توافه الأمور

و أن تتحرر من المفاهيم التي تجعل منهن مجرد أجساد تشتهي و دمي للعرض و الاستمتاع لان تحرير المرأة يعني اعتاقها من كل الأسباب التي تحكم عليها بالعبودية المسلطة عليها و اكتشاف الكائن الإنساني فيها و العيش وفق مقتضياته التي تتجاوز الخصوصيات ذكورية أو أنثوية فالإنسان إنسان قبل أن يكون ذكرا أو أنثى .

و لا بد للمرأة أن تصبح ارفع صوتا و أجزا حركة و اقدر على لفت الانتباه إلى حضورها و أهمية دورها كي لا تصبح مجرد مستهلك للمادة الإعلامية و لكن بان تصبح صانعا لها و رقما هاما في حساباتها بحيث لا يتم في إطار العمل الإعلامي تجاهل مكانتها و دورها و وظيفتها في إطار الأسرة و تأثيرها في زرع القيم ، و بالعودة إلى مرجعياتنا الثقافية و الفكرية التي تتسجم مع طبيعة مجتمعاتنا نستطيع لجم فلتات الإعلام الذي يسوق الفساد و يسيء لكرامة المرأة و بالتالي نسخرها لخدمة و تثقيف المرأة و توعيتها و كل ما له صلة بتطوير شخصيتها¹.

2- دور المرأة في تنمية المجتمع و مساهمتها في تطوير مناهج الفكر :

2-1- واقع دور المرأة في تنمية المجتمع :

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 132.

على الرغم من وجود تباين في البنى الأساسية الاقتصادية و الثقافية و السياسية لبلدان العالم الإسلامي ، إلا أن الدين الإسلامي هو دين الغالبية العظمى لسكان هذه البلدان ¹.

و لما كان الدين الإسلامي أكثر تقدماً من أي دين آخر بالنسبة لمشاركة المرأة في المجتمع ، لأنه أعطى صورة متكاملة عن دور المرأة و مكانتها في المجتمع ، فالقران و الحديث و التفسير و الاجتهادات المختلفة تعطي المرأة مكانة خاصة تترجم عمليا إلى أعراف تشريعية تملئ عليها حقوقها و واجباتها سواء كانت ابنة أم زوجة أو أما ، فإننا نفترض وجود تطابق إلى حد ما في الأوضاع في هذه البلدان ، و لذلك تم اختيار بعض دول العالم الإسلامي كعينة مختارة ممثلة لباقي الدول لتتعرف على ادوار المرأة في تنمية هذه المجتمعات و حين ننظر إلى الدور الذي تقوم به المرأة في التنمية ، لا بد أن ننظر إليه في إطار التنمية الشاملة بكل أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية، و في إطار التنمية المستهدفة القائمة على الأصالة و التجديد الحضاري².

2-2- مساهمة المرأة في التنمية الاجتماعية و الثقافية :

يرجع اهتمامنا بالدور الاجتماعي و الثقافي للمرأة إلى إيماننا بالبيئة التي يعيش فيها الطفل في السنوات الأولى من عمره ، و على نموه مستقبلا ، فالمرأة تلعب دورا رئيسيا في تنمية الموارد البشرية الصغيرة، فالأسرة هي المؤسسة التربوية الأولى لتربية الطفل و تنشئته ، فيها يوضع حجر الأساس التربوي حيث يكون الطفل عجينة طيبة يتقبل التوجيه و يتعوده و يلتقط ما يدور حوله من صور و

¹ (المرجع نفسه: ص 38.

² (المرجع نفسه : ص 39.

عادات و تقاليد و ثقافة البيئة التي يعيش فيها ، و فيها أيضا يتعلم مبادئ الحياة الاجتماعية و المعارف و العادات الصحية السليمة .

و رعاية المرأة لأبنائها تبدأ قبل ميلادهم ، و ذلك من خلال اختيارها التغذية السليمة المتكاملة التي تفيد صحتها لثناء الحمل و الرضاعة ، و ذلك وقاية و حماية للأطفال ، حتى لا يتعرضون في هذه المرحلة إلى تأخر النمو أو قلة الحيوية و نقص المناعة ، و زيادة القابلية للأمراض المعدية ، ليعيشوا رجالا أصحاء أقوياء .

و تنمي المرأة طاقات أبنائها عن طريق إشراكهم في ممارسة الرياضة ، و كذلك تنمية الوعي الفكري و الثقافي لديهم ، و توعيتهم دينيا و سياسيا حتى لا يقعوا فريسة لموجات التطرف ، و ترسخ فيهم القيم و السلوك و العادات الإسلامية المطلوبة ، و هذه التنمية و التربية تقوم على أساس المساواة بين الذكور و الإناث ، فكل ما يتلقاه الطفل من عناية و رعاية و تنمية في السنوات الأولى من عمره يشكل أقصى حد ما سيكون عليه عند بلوغه ، و دور المرأة لا ينحصر في ذلك فقط بل يتعداه إلى ما تقوم به المرأة من أعمال الاقتصاد المنزلي الخاصة بترتيب المزل و تنظيفه ،¹ و تصنيع الغذاء، و توزيع دخل الأسرة على بنود الإنفاق المنزلي ، كما أنها في بعض الأحيان تتحمل المسؤولية كاملة في حالة غياب الزوج أو وفاته ، هذا بالإضافة إلى عملها خارج المنزل .

و تعتمد درجة إسهامات المرأة الاجتماعية و الثقافية على مدى الخدمات المقدمة من المجتمع التي تساعد على القيام بهذه الأدوار ، و تتمثل في منشآت للخدمات الاجتماعية كالوحدات الاجتماعية، و دور الحضانة ، و مراكز التدريب و التكوين المهني ، و مكاتب التوجيه و الاستشارات الأسرية ، و مراكز الخدمات الصحية المتمثلة في المستشفيات العامة و مستشفيات الولادة ، و مراكز

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 46.

رعاية الطفولة و الأمومة و المستوصفات ، و مراكز تنظيم الأسرة ، و منشآت الخدمات الثقافية التي تمثلت في وسائل الإعلام ، و المكتبات ، و الأندية الرياضية و الاجتماعية .

و ليست المرأة في حاجة إلى الخدمات فقط ، و لكنها في حاجة أيضا إلى إعدادها الإعداد الجيد و تمكينها من القيام بكل هذه الإسهامات ، فإذا كان المجتمع يريد الاستفادة من مساهمة النساء كاملة في التنمية ، فعليه أن يساعدن على أداء دورهن بالإعداد و الإجراءات التي تساعدن على تحمل مسؤوليتهن ، و يتضمن هذا الإعداد إلمامهن بالمعلومات الكافية في النواحي الصحية و الثقافية و البيئية ، كما يتضمن هذا الإعداد تنمية مهارتهن على استخدام هذه المعلومات في كل نواحي الحياة ، و تدعيم اتجاهاتهن ، و إيمانهن بأهمية دورهن في تنمية مجتمعهن و تنمية الوعي الثقافي لديهن لتتعرفن على ما يدور حولهن في العالم المحلي و الخارجي ، و لتعرفن حقوقهن و واجباتهن ، و هذا لا يتأتى إلا عن طريق المزيد من الخدمات التعليمية و البرامج الثقافية المقدمة للمرأة¹.

2-3- تهميش دور المرأة العربية في وسائل الإعلام :

إن الاهتمام بنهضة المرأة العربية و مشاركتها الفعالة في التنمية يتطلب تكاتف الجهود السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الاتصالية ، و ما يعيننا هنا هو الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجماهيري لخدمة المرأة العربية و تحسين مستوى حياتها ، باعتبار أن لوسائل الإعلام الجماهيري دورا

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 47.

رئيسيا في عملية التغير الاجتماعي و التنمية الشاملة ، فهي إحدى الوسائل التي تؤثر في وعي و معرفة معتقدات و قيم و عادات و سلوك الأفراد .¹

و مع نهاية عقد المرأة و بداية التسعينات ، أجريت في الأقطار العربية العديد من الدراسات ، و عقدت الندوات لبحث كيفية تناول وسائل الإعلام العربية للمرأة العربية في الصحافة المكتوبة و الراديو و التلفزيون و الإنتاج الثقافي و فنون التعبير و السينما .

و نقدم فيما يلي عرضا موجزا لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات و الندوات حول كيفية تناول وسائل الإعلام الجماهيري للمرأة العربية:

أ) أن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية تعكس الاهتمامات و الأدوار التقليدية للمرأة ، فهي الأنثى المهتمة بالطبخ و الأزياء و التجميل و الإنجاب و العلاقات الأسرية السطحية ، و هي المشغولة بالمظاهر و الشكليات .²

ب) تصور هذه المضامين المرأة على أنها عاطفية شديدة الحساسية غير قادرة على التفكير السليم أو اتخاذ القرارات و اخذ زمان المبادرة ، كما أن صورة الذات عندها سلبية تتمثل بالاستسلام لصورة الرجل .

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 76.

² المرجع نفسه : ص 77.

ج) تفتقر هذه المضامين إلى معالجة حقيقية لأوضاع المرأة العربية و قضاياها و همومها الجوهرية في المجتمع ، فالتركيز يكون عادة على القضايا ذات الطابع العاطفي و العلاقات مع الرجل (الحبيب أو الزوج) و مع الأولاد و الوالدين ، و حتى هذه القضايا تتم معالجتها عادة بسطحية دون التركيز على أسبابها الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و الدينية .

د) المرأة العربية الريفية و البدوية و الفقيرة و الكادحة و المناضلة مهمة في مضامين وسائل الإعلام العربية ، و كذلك الصغيرة السن و الكبيرة السن و السمينة ، و المعوقة و غير المتزوجة ، و حين تتناول وسائل الإعلام العربية صورة المرأة المذكورة أعلاه فهي تتناولها بشكل مشوه بعيد عن الواقع ، سواء من ناحية شخصيتها و تصرفاتها او من ناحية القضايا و المشكلات و الهموم الأساسية التي تواجهها¹.

هـ) تركز وسائل الإعلام الجماهيري على النساء الناضجات الشابات و النساء في المدن و المنتميات الى الطبقات الوسطى و العليا ، كما تركز على شريحة من النساء تمثل أقلية في المجتمع كالفنانات و سيدات المجتمع و المنحرفات .

و) أن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية لا تعكس أي دور للمرأة العربية أو تطلعاتها في عملية التنمية و تعجز عن مواكبة تطور المرأة العربية أو سوء حالها في الحياة المعاصرة.

ز) تظهر المرأة العربية في مضامين وسائل الإعلام مستهلكة غير منتجة غير مشاركة في عملية التنمية، و هي في معظم الأحيان غائبة عن ميادين الإنتاج و الخدمات و النشاط الاقتصادي، كما و تظهر غير قادرة على الإبداع في أي من هذه المجالات.

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 77.

- ح) تظهر المرأة في الإعلام العربي بعيدة عن القضايا العامة في مجتمعها مثل السكان و التنمية و البيئة و الفقر و العمل خارج المنزل و الصحة و التعليم و التغيير الاجتماعي و قضايا التشريعات العامة ، و خاصة تلك المتعلقة بوضع المرأة في المجتمع .
- ط) لا تظهر المرأة العربية في مضامين الإعلام العربية أي اهتمامات للمشاركة السياسية أو النقابية أو النضالية أو الاجتماعية أو الثقافية.
- ي) يصور الإعلام العربي عادة المرأة العاملة المتعلمة على أنها مجردة من مشاعر الأمومة أو الأنوثة ، مغتربة عن العادات و التقاليد ، و في صراع دائم لا ينتهي إلا بعودتها إلى البيت .
- ك) تظهر المرأة العربية في وسائل الإعلام بشخصية غير واضحة المعالم، إذ تبدو متأثرة بشكل كبير و غير مبرر بنموذج المرأة الغربية على حساب هويتها العربية و القومية.
- ل) تعزز وسائل الإعلام الموجهة للأطفال صورة الأنثى على أنها مخلوق ناقص تابع للرجل و عليه فإنها تعرض الأطفال إلى فكرة التفرقة بين الجنسين و سيطرة الرجل و تبعية المرأة.¹
- م) معظمها لا تزال تركز على الأدوار التقليدية للمرأة و اهتماماتها على حساب الأدوار الأخرى لها، كشريكة في الإنتاج و بناء الأسرة و في اتخاذ القرار ، و كمساهمة في مختلف جوانب الحياة و العمل و الخلق و الإبداع الفكري و الفني و الثقافي ، و كإنسانة تتساوى مع الرجل في الحقوق و المسؤوليات .
- ن) كثيرا ما تستغل مضامين وسائل الإعلام العربية المرأة باعتبارها موضوعا للجنس و أداة للجذب الجنسي و وسيلي لتشجيع و زيادة الاستهلاك و خاصة في مجال الإعلانات.

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق، ص 78.

و أن اخطر ما في (الصور النمطية) السلبية للمرأة العربية في المجتمع هو أن المرأة ذاتها عادة ما تتبقي هذه الصور السلبية الجامدة غير الواقعية إما كلياً أو جزئياً أو أنها تتظاهر بتبنيها في إطار حرصها على التقبل الاجتماعي أو التوافق الاجتماعي .

فمن المنطلقات في تكوين وعي الإعلام الإنمائي للمرأة هو التوجه إلى قوى الأسرة و التربية و الثقافة و مؤسسات العمل و أجهزة الاتصال الجماهيري لتصحيح التصورات و الأعراف الاجتماعية غير الرشيدة، و بخاصة ما ترسخ منها حول وضع المرأة، و تتناغم في تأثيراته في التكوين الاجتماعي للمواطن و اتجاهات حياته فكرياً و وجدانياً و سلوكياً ، و في إطار هذا التكوين ، يغدو الاهتمام بوضع المرأة في المجتمع على أنها مواطنة تتمتع بحقوق المواطنة كافة ، و أن السعي إلى تطوير أوضاعها لا يستمد مبرره من مجرد اعتبارها قوة اقتصادية فحسب ، إنما يتسع إلى المنظور الإنساني الكامل الذي يحقق للمرأة ذاتها و ينمي طاقاتها الفكرية و الروحية و الجسدية و الاجتماعية و العملية و الإبداعية ، و بمعنى آخر ينمي كل جوانب شخصيتها الإنسانية.

إن إعلامنا عامة شبيه بإعلام الدول النامية ، فهو استهلاكي للتسلية السطحية غير معني بحاجات الناس مباشرة ، خال من الإعلام العملي و الوصفي و الوظيفي ، تغطي عليه الإعلامية السياسية و الترفيه البدائي ، يفتقر إلى أدنى¹ درجات الوعي التربوي ، يرتاح لصورة المرأة التقليدية غير المقلقة، سيتورد الصورة الحديثة التي تستند إلى حقائق قديمة فيقع في التناقضات .

فالحديث عن تطور أوضاع المرأة لا يمكن أن يكتمل إلا بإبراز الوضع الذي تتميز به أجهزة الإعلام و سياستها ، تلك التي تلعب دوراً مهماً في تشكيل النسق القيمي و الثقافي السائد في المجتمع ، و ما يترتب عليه من علاقات و سلوكيات ، فإما أن تساعد على تغيير المفاهيم و القيم و العادات التقليدية

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 79.

المختلفة ، فتسهم بذلك في زيادة وعي الأفراد لواقعهم و بالأدوار الجديدة التي تفرضها ظروف و مقتضيات التنمية و التطور ، أو تساعد على تثبيت و تعميق المفاهيم و التصورات التقليدية، فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد بواقعهم و ذواتهم و أدوارهم الحقيقية ¹.

2-4- الإعلام و إبراز دور المرأة:

يجمع الباحثون في مجال الاتصال و الإعلام على الدور الخطير الذي يلعبه الإعلام في التأثير على المتلقي " علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر و ترويج الأفكار و القيم المتناقضة في آن واحد فهي قد تساعد على تغيير القيم و العادات و المفاهيم التقليدية فتسهم في ذلك بخلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت القيم و الرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد و ذواتهم و أدوارهم الحقيقية " ، و مما لا شك فيه أن الإعلام له دور مهم في تشكيل الوعي الثقافي و القيمي في المجتمع و يعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية .

و تكمن أهمية الإعلام في إبراز قضية المرأة و الدفع بها إلى الأمام بان يلعب الإعلام دورا بارزا في إبراز دور المرأة و المفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم و المشاركة الاجتماعية و السياسية و شغل المناصب العامة و اختيار الزوج و رعاية الأمومة و غيرها من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربية ترفيهية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام ، و ذلك إذا ما وضعت لها سياسات واضحة تتبنى قضايا المرأة تستند إلى بلورة وعي عام لدى المجتمع من خلال الآتي ²:

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص80.

² المرجع نفسه : ص 103.

- 1) على وسائل الإعلام التأكيد على وظيفة المرأة الأساسية في حماية الأسرة و دورها في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و إفساح المجال لها للمشاركة في الحياة الاجتماعية و التعريف بقضاياها و أنشطتها .
- 2) معالجة القصور في مجال مساهمة الإعلام العربي و مسانده للبرامج الخاصة بتنظيم الأسرة باعتبارها احد الخلايا الأساسية في المجتمع و للأنشطة السكانية الأخرى التي تعالج قضايا هامة كالحد من النزوح و الهجرة داخل الوطن و خارجه .
- 3) الاهتمام بالمشاكل المتعلقة بالنمو السكاني و انعكاساته على التنمية و برامج الأسرة و المشكلات الناشئة عن الهجرة بما تستحقه من اهتمام في كافة وسائل الإعلام و الاتصال المتاحة .
- 4) تعديل الاتجاهات نحو التبنّي الايجابي لمجموعة من القيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المرأة و حقوقها الأساسية مثل المساواة في حق العمل و التعليم و المشاركة السياسية....الخ.
- 5) تناول المشكلات و الظواهر السلبية ذات العلاقة بالمرأة و تحليل أسبابها و تقديم البدائل الايجابية و تبني مفاهيم جديدة .
- 6) أن يلعب الإعلام دورا في قضية المرأة و ترسيخ القيم الايجابية و ترى سلوى شعراوي : " يستطيع الإعلام أن يلعب دورا مؤثرا في خلق مناخ عام مؤيد و متفهم لقضايا المرأة و أهمية إدماجها في صنع القرار فعلى سبيل المثال استطاعت تغطية الإعلام الانجليزي الأخيرة وصول مولود جديد لرئيس الوزراء البريطاني " توني بلير " إلى الإعلان عن عزمه للتخفيف من أعبائه العملية ليكون بجوار

زوجته ذلك بالطبع ليس فقط من اجل الحرص على التماسك العائلي و لكن أيضا ضمانا لكسب أصوات النساء لإعادة انتخابه من جديد في الانتخابات القادمة " ¹.

2-5- دور الإعلام في خلق وعي حقيقي بقضايا المرأة:

يشير المشهد الراهن إلى وجود أربع تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة و قضاياها و هي : التيار التقليدي الذي يستمد مشروعيته من بعض المورثات الثقافية السلبية تجاه المرأة ، و التيار الاجتماعي التحرري الذي يرجع إلى دعوات الرواد منهم قاسم أمين و عبد الرحمان الكوالجي و خير الدين التونسي و رفاة الطهطاوي الذين طالبوا بتحرير المرأة ضمن حركة الأحياء القومي ، و التيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحصر نضال المرأة في اطر معزولة عن حركة المجتمع و يضع أولويات لا تمثل بالضرورة قضايا مهمة للمرأة العربية ، ثم التيار العولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي و مادة إعلانية جذابة و كقوة عمل رخيصة .

لقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي من المرأة و لا تزال الغلبة للتيار التقليدي و يستثمر مقولاته و يكرسه التيار العولمي أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادي بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية و الاقتصادية و الثقافية و لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعا لائقا في الإعلام المقروء و المرئي و المسموع .

و تعود بعض الأسباب إلى تخلف الخطاب الإعلامي الذي تطالب المرأة و المجتمع بان لا يكون ظلما بحق المرأة لكثير من الأسباب قد يكون أهمها تركيز الإعلام على مجموعة من القيم التراثية التي تؤكد على مشروعية التمايز الاجتماعي و الثقافي بين الجنسين باعتباره من الأمور الطبيعية التي

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 104 .

لا تقبل الجدل ، و هنالك الكثير من الشواهد التي تشير إلى ذلك و التي تتمثل في ترسيخ الصورة السلبية عن المرأة ككائن جنسي يتسم بالأنانية و التردد و السلبية بالإضافة إلى استخدامها كأداة و كرمز للجنس في الإعلانات حتى إن لم يكن لها علاقة بالسلع المعلن عنها ، و كذلك تتحاز وسائل الإعلام في معظمها للصور و الأدوار التقليدية للمرأة و يحاول حصرها في ثلاث صور متكررة و هي الأم المعطاءة و الزوجة الخاضعة و الابنة المطيعة كما لا يكف الإعلام عن تعريضها على تقليد النماذج النسائية الأمريكية و الأوروبية.¹

ينحاز الإعلام للأسر الغنية و الشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن و لا يعطي نساء الريف و البوادي ما تستحقه قضاياهن من اهتمام ، و كذلك تركز وسائل الإعلام على مراحل معينة من حياة المرأة مرحلة الشباب من سن (20-40) و هو ما يعرف بسن الخصوبة ، و لا يطرح الإعلام رؤية متوازنة لادوار و وظائف و مسؤوليات و حقوق المرأة و الطفل و الرجل داخل الأسرة العربية بل يتجاهل الإشارة إلى واجبات و مسؤوليات الرجل و يركز على الواجبات و المسؤوليات التقليدية للمرأة .

و السؤال المطروح ما العمل ؟ و كيف نغير صورة المرأة في الإعلام و خلق وعي حقيقي بقضاياها و مشاكلها ؟ و كيف نتوصل إلى إرساء سياسات إعلامية منصفة متوازنة تجاه قضايا المرأة و اشكالياتها ، سياسات إعلامية تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة في مجالات الإنتاج و التعليم و الإبداع الفني و الثقافي و العلمي و تبرز العوائق الفعلية التي تحول دون إطلاق طاقات المرأة مثل تلك المورثات الثقافية و الاجتماعية و الأمية و الفقر و البطالة و تراعي طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمعية التي يهتم بها الإعلام في كافة المجالات .

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 108.

أن الإعلام هو البديل الذي نتطلع إليه الذي يتميز بالطابع التربوي و التعليمي و يأخذ بالمنظور النقدي و يستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة. حول قضايا المرأة و يطرح رؤية نقدية تصمد أمام الإعلام التجاري و يكشف مساوئه و دوره في تزييف وعي الجمهور بوضعية المرأة وأدوارها، و من أجل تحقيق هذا يجب العمل على ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية للإعلام عن المرأة تحدد الأولويات و السياسات و البرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء و المرئي و المسموع تجاه قضايا المرأة و ضرورة التزام القيادات الإعلامية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية و الثقافية للإعلام و أدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من ¹ مورثات ثقافية و تحديات اجتماعية و طموحات إنسانية عادلة ، ضرورة الاهتمام بإعداد برامج تدريبية و تثقيفية للإعلاميين و الإعلاميات للنهوض بمستويات الوعي و الأداء الإعلامي في مجال المرأة و الأسرة. ² لن يتوقف النهوض بمستوى المرأة في المجتمع فقط بإعداد إعلام واعي بقضايا المرأة فقط و إنما انطلاقاً من ترابط قضايا المرأة مع قضايا المجتمع ككل و لكن يقع على الإعلام المجهود الأكبر لإظهار هذه القضايا إلى المجتمع. ³

2-6- المواقع الخاصة بالمرأة:

تتنوع المواقع التي تهتم بالمرأة بين خطين أساسيين يختلفان حسب رؤيتهما للمرأة : الخط الأول يرى المرأة مستهلكاً أساسياً لأنواع كثيرة من المنتجات الثمينة أو الرخيصة و لكنها تتعامل مع المرأة كزبون مدلل لكميات هائلة . من أنواع البضائع التي تنتجها المصانع و تتكدس في الأسواق و تتضمن هذه الصناعات، السياحة و السفر و الموضة و الرشاقة و الجنس و الديكور و التجميل... الخ ، أما الخط

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 108.

² المرجع نفسه : ص 109.

³ المرجع نفسه : ص 109.

الثاني فيرى المرأة إنسانا يمتلك مشاعر و أفكارا و إبداعات في فتح مساحات البوح و التبادل الفكري في منتدياته ، كما يناقش قضاياها و مشاكلها و يخاطب زواره في حيثيات هذه المشاكل و يحشد الطاقات لإحداث تغيير.¹

- مواقع الأخبار: ينطبق عليها ما سبق في الصحف و المجلات .²

2-7- الإعلام و المرأة:

و لكن أين دور المرأة في الإعلام و خاصة في الشرق الأوسط ؟ لقد أخذت المرأة دورها في الإعلام العربي بالتساوي مع الرجل ، أن لم نقل أكثر قليلا ، فهي المذيعة و المخرجة و المعدة والمهندسة، الالكترونية و الصحافية و الكاتبة و المحللة ، و هذا ما نشاهده عبر التلفزيون و نسمع عنه ، إلا أن الدراسات و الأبحاث و الأرقام هي التي تبين فعليا دور المرأة في الإعلام ، و تقول الدراسات أن إعلامنا العربي هو " مؤنث بامتياز " إذ أن 61,3% من العاملين في هذا القطاع هن إعلاميات ، و هناك حوالي أكثر من 100 مطبوعة موسومة بطابع نسائي صرف ، و هناك أكثر من 10 برامج فضائية تعاطت أو تتعاطى بشأن المرأة مثل :

-برامج قضايا المرأة على شاشة nbn .

-برامج للنساء فقط و زينة على شاشة الجزيرة .

-برامج she style على شاشة mbc.

-برامج نساء بين النجوم على شاشة السعودية .

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص 112.

² المرجع نفسه : ص 113.

و هناك قناة هي للمرأة العربية¹.

إلا أن برامج المرأة في الإذاعات العربية قليلة نسبيا و تقول الدراسات أيضا أن 94,2% من معدات و مذيوعات البرامج هن وراء نجاح البرامج .

و تؤكد الدراسات المتنوعة أن البرامج و المسلسلات و الأفلام أصبحت في كثير منها تشوه صورة المرأة ، و تسخف الدور الذي تلعبه مجتمعا ، و تركز حالة و صورة المرأة الجاهلة ، متجاهلة بذلك الدور الايجابي الذي تقوم به المرأة في تنمية المجتمع ، و يعتبر هذا إحدى سبل ممارسة العنف ضد المرأة و انتزاع أهم حقوقها ، فاعلم الصور التي عكستها وسائل الإعلام للمرأة اقتصرت على (ربة المنزل ، المرأة المستهلكة ، المرأة الجانية و القاتلة ، المرأة الجاهلة و التابعة للسلطة الرجل) ، و تبين الدراسات و البيانات أن وسائل الإعلام تركز على جوانب من حياة المرأة و تسكت عن جوانب أخرى، و تساهم بجعل المرأة في علاقاتها مع الرجل أكثر دونية ، و أن نسبة قليلة منها تطابق واقع المرأة في الحياة المعاشة .

و في دراسة أجريت في لبنان عام 2003 على شريحة 100 شخص (رجل و امرأة) حول " المرأة في الإعلام " (د.جبروم شاهين) أظهرت أن هناك من يرى أن الإعلام بالدرجة الأولى يشوه صورة المرأة، و بالدرجة الثانية يساهم في تحقيق المساواة بين الرجل و المرأة ، و في دراسة أخرى تمت على شريحة 100 شخص أيضا) حول " موقع المرأة في المؤسسات الإعلامية " تبين أن المرأة تعمل بالمرتبة الأولى كرابطة لفقرات البرامج ، أي أن هذه الوظيفة هي الموقع الأول الذي تحتله المرأة في عملها بوسائل الإعلام ، أما موقع المرأة كإدارية تشارك في صنع القرار فجاء في المرتبة ما قبل الأخيرة، و في المرتبة الأخيرة جاء المرأة مالكة لوسيلة إعلامية ، و في دراسة " لصورة المرأة الأكثر

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 121.

حضوراً في المسلسلات و الأفلام التلفزيونية العربية " تبين (و من جهة نظر النساء) أنها الأم المتفانية ، ثم المرأة الشيطانية ، ثم المرأة المستبدة ، ثم ربة منزل ، و ثم منافسة للرجل أو فاسقة ، ثم ساذجة ، ثم المعدومة السلطة ، ثم الطاهرة ، ثم المرأة الرفيعة و المخلصة في دراسة "صورة المرأة التي تنقلها المجالات العربية¹ النسائية المتخصصة عن المرأة تبين (من وجهة نظر النساء) إنها الزوجة الأنيقة ، ثم زوجات السياسيين و رجال الأعمال ، ثم النساء النجوم ، ثم المرأة الناجحة في حقل الأعمال ، ثم المرأة التي تنتمي إلى الطبقة الغنية ، ثم المرأة الناجحة في حقل الأعمال ، ثم المرأة التي تنتمي إلى الطبقة الغنية ، ثم المرأة التي تنتمي إلى الطبقة المتوسطة ، ثم المناضلة في سبيل حقوق المرأة ، ثم المرأة الريفية ، و في دراسة عن " ماذا على المرأة أن تفعل لكي تلعب دوراً أكثر فعالية في الإعلام تبين (من وجهة نظر النساء).² انه عليها الكتابة بتواتر في المجالات و الصحف عن حقوق المرأة ، و تعميق الوعي السنوي بان حقوق المرأة تؤخذ و قلما تعطى ، و تكثيف المساهمة الإعلامية في الوسائل الإعلامية الدينية ، و أنساء جمعيات أهلية تتوخى الرد و الضغط لتصحيح صورة المرأة في الإعلام ، و امتلاك وسائل إعلام متخصصة و غير متخصصة لتصحيح صورة المرأة في الإعلام.

يبدو و بشكل عام أن الإعلام العربي ما زال في طور تحريك الغرائز و المشاعر و العواطف و لم يصل بالفعل إلى مرحلة خدمة قضايا المرأة و الإنسان العربي و متطلباته ، أما القنوات الفضائية التي تبث الأغاني الحديثة فالملاحظ أن فيها الكثير من المشاهد المثيرة و الاغرائية و إلى حد لا بأس به من الإباحية الجنسية ، و الملفت للنظر أن المرأة هي الشخص المستخدم لإبراز هذه المشاهد و غزو الشاشة الصغيرة بكل ما لا يمت بصله إلى القيم الروحية و الاجتماعية للمجتمع الشرقي .

¹ زينب منصور حبيب: مرجع سابق، ص 122.

² (المرجع نفسه : ص 123.

و السؤال المطروح هو إلى أي مدى يعد الإعلام حريصا على القيم الأصيلة للإنسان و الإنسانية ؟ و إلى أي مدى هو مهتم بعرض الواقع و عدم الإفراط في تقليد و اقتباس الآخرين دون التمييز بين ما يناسب و ما لا يناسب المجتمع الشرقي ؟ و إلى أي مدى مسموح استخدام المرأة كسلعة دون إبراز قيمتها الإنسانية؟ من الواضح، انه حتى لو كان هناك إعلام بارز عن قضايا المرأة في العالم العربي الذي يتحدث عن (الفقر، الأمية، العمل، الطلاق، التمييز الجنسي...الخ) إلا أن تطبيق ذلك على ارض الواقع يختلف ، فالمرأة تظهر في الإعلام ، في غالب¹ الأحيان ، على شكل النجمة أو الفنانة أو المطربة أو الممثلة أو الراقصة أو المذيعة ، و قليلا جدا ما نراها الشاعرة أو الباحثة و الكاتبة و المفكرة ، ربما هي كذلك من وراء الستار و لكنها لا تظهر كثيرا على الشاشة ، و إلى ذلك ، فان صورة المرأة في الإعلام لا تتطابق في كثير من الأحيان مع الواقع المعاش كما ذكرت الدراسات والأرقام، ففي اغلب الأحيان تتنافى صورة المرأة العصرية مع مفهوم العلاقة الذكورية في البيت.

أن حالة التطور في واقع المرأة العربية و الانتقال من القديم إلى الحداثة تستدعي تجنب حصول صدام اجتماعي و أخلاقي في المجتمع ، و تستدعي أيضا عدم استنساخ الحداثة من الغرب على ما هي لأنها في اغلب الأحيان لا تتطابق مع النسيج الاجتماعي و القيمي في المجتمعات الشرقية ، و قد جاء مؤتمر بيكين حول المرأة عام 1995 ليؤكد على ضرورة التخلص من الصورة السلبية و التقليدية المهيمنة للمرأة في وسائل الإعلام ، و داعيا إلى خلق صورة متوازنة عن تنوع حياة المرأة و مساهماتها في المجتمع في عالم متغير².

¹ زينب منصور حبيب : مرجع سابق ، ص123.

² المرجع نفسه : ص 124.

خلاصة الفصل:

و في الاخير يمكننا القول فيما سبق ذكره في هذا المبحث ان الاذاعة تلعب دورا مهما في وسط المجتمع و لها اهداف و اهمية بالغة في المجتمع و تتمثل في التوعية و الارشاد و نشر القيم الفكرية و الثقافية. و لهذا ظهر ما يعرف بالاذاعة المحلية لانها تخاطب جمهورا محليا يقع في منطقة جغرافية محدودة تجمعهم نفس العادات و التقاليد. محاولة التغلغل في اعماق انفس هذا المجتمع المحلي و التأثير فيه من كل النواحي محاولة معالجة قضاياها و شؤونها في كل المجالات السياسية و الاجتماعية و الثقافية الدينية اقتصادية. و هذا ما يجعل المجتمع المحلي متميم بها و تعمل على حل مشاكله و التعبير عنها. و لهذا يصعب على الفرد ان يتخلى على وسائل الاعلام لانها دائما تحمل كل الاحداث التي تقع في المحيط الذي يعيش فيه.

الفصل الثالث: المعالجة المنهجية للدراسة.

تمهيد

1/ المنهج المستخدم في الدراسة.

2/ أدوات جمع البيانات.

3/ مجالات الدراسة.

4/ العينة و كيفية اختيارها.

خلاصة.

تمهيد:

تعتمد مختلف الدراسات العلمية على إتباع طرق منهجية و أساليب منظمة، يتم من خلالها التوصل إلى معلومات و حقائق حول الظاهرة محل الدراسة، كما أن مختلف البحوث و الدراسات الاجتماعية تتطلب الانطلاق وفق خطة منهجية لفك الغموض و معرفة الخفايا و بالتالي التوصل إلى نتائج للتحقق مما تم التطرق إليه في الإشكالية و التساؤلات، لذا سنحاول تطبيق الخطوات العلمية المتعارف عليها لمعالجة الظاهرة و سيتضمن هذا الفصل الجانب المنهجي للدراسة.

1. منهج الدراسة:

يعرف العلماء المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون.

كما يعرف كذلك بأنه عبارة عن مجموعة من التقنيات و الطرق المصممة لفحص الظواهر، و المعارف المكتشفة، أو المراقبة حديثا، أو لتصحيح، و تكميل معلومات، أو نظريات قديمة.

فالمنهج هو الطريقة التي تتبع للكشف عن الحقائق بواسطة استخدام مجموعة من القواعد العامة ترتبط بتجميع البيانات و تحليلها حتى نصل إلى نتائج ملموسة.¹

هو أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها للوصول إلى نتائج و حقائق حول الظواهر الموضوعية للدراسة و البحث.

يرتبط الأسلوب أو المنهج العلمي بطبيعة الظواهر الموضوعية للملاحظة و الدراسة، فالأساليب و المناهج العلمية تختلف باختلاف الظواهر و المشكلات المدروسة حسب خصائصها و موضوعاتها، هذا لا ينفي إمكانية استخدام أكثر من أسلوب في دراسة ظاهرة أو مشكلة ما.²

¹ محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية و التطبيق ، دار الجواهر للنشر و التوزيع، ط 1، مصر، سنة 2015، ص ص 19، 20.

² محمد يزيد لرينونة، أسس علم النفس، جسور للنشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2015، ص 15.

• المنهج الوصفي:

يهتم المنهج الوصفي بدقة ذكر الخصائص و المميزات للشيء الموصوف معبرا عنها بصورة كمية و كيفية، و يكثر استخدام هذا المنهج في المجالات العسكرية، و كذلك في الدراسات الإنسانية، فيما يصعب تطبيق المنهج التجريبي، و يمكن تعريف هذا المنهج بأنه طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة، او هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

هو احد أشكال التحليل و التفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة او مشكلة محددة و تصويرها كميًا عن طريق جمع بيانات و معلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة و يمكن تعريف منهج البحث الوصفي بأنه عبارة عن وصف دقيق و منظم و أسلوب تحليلي للظاهرة او المشكلة المراد بحثها، من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية و تفسيرها بطريقة موضوعية و حيادية بما يحقق أهداف البحث و فرضياته.²

و من بين المناهج العلمية اخترنا المنهج الوصفي لأنه يتلاءم و يتناسب و موضوع دراستنا، بحيث أن موضوعنا المتمثل في: دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت، تتطلب وصفا و تحليلا و تفسيرًا دقيقًا للتوصل إلى نتائج دقيقة و صحيحة بحيث تدفعنا إلى البحث و التنقيب حول الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي بأنواعه و أشكاله لدى

¹ صلاح الدين شروح: منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2003، ص 147.
² حسين محمد جواد الحبورى: منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية ، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ط2، ص 119.

المرأة الماكثة بالبيت و تفسير سلوكياتها و وصفها و تحليلها تحليلا دقيقا، مما يوصلنا إلى كشف حقيقة هذا الموضوع استنادا إلى خطوات و مراحل المنهج الوصفي.

2. أدوات جمع البيانات:

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع و إمكانيات الباحث، للحصول على البيانات و المعطيات التي تخدم أهداف الدراسة، و طبيعة الموضوع المدروس تتطلب منا الاستعانة بأكثر من أداة منهجية، و هذا للإلمام بالموضوع و لهذا الغرض اعتمدنا على الأدوات المنهجية، الملاحظة و الاستمارة كما يلي:

2-1- الملاحظة:

الملاحظة عبارة عن تفاعل و تبادل للمعلومات بين شخصين أو أكثر، احدهما الباحث، و الآخر المستجيب أو المبحوث، لجمع معلومات محددة حول موضوع معين، و يلاحظ الباحث أثناءها ردود فعل المبحوث.

كما تعرف الملاحظة بأنها: " عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر و المشكلات و الأحداث و مكوناتها المادية و البيئية، و متابعة سيرها و اتجاهاتها و علاقاتها بأسلوب علمي منظم و مخطط و هادف، بقصد التفسير و تحديد العلاقة بين ¹ المتغيرات و التنبؤ بسلوك الظاهرة و توجيهها لخدمة أغراض الإنسان و تلبية احتياجاته.²

¹ ربحي مصطفى عليان: طرق جمع البيانات و المعلومات لأغراض البحث العلمي، ط2، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 67.

² المرجع نفسه: ص 68.

2-2- الاستمارة:

حسب رأي احمد عارف العساف و محمود الوادي: هناك تعريفات عديدة و من الصعب حصرها لمفهوم الاستبانة، من بينها:

1. أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية، التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب أغراض البحث.¹
 2. مجموعة من الأسئلة المكتوبة و التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.
 3. وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، و يسمى الشخص الذي يقوم بإملاء للاستمارة بالمستجيب.
 4. أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.
 5. احد الأدوات البحثية البسيطة و المباشرة في عملية جمع البيانات التي ترتبط باتجاهات و خبرات الأفراد و علاقتهم بمواقف معينة، فيتم جمع البيانات و المعلومات عن طريق توجيه الأسئلة إلى أفراد العينة، بطريقة مباشرة و شخصية أو من خلال البريد.
- و تستخدم الاستبانة في الغالب إذا كان المبحوثون كثيري العدد، فقد يكونون مئات أو حتى آلاف أو منتشرين جغرافياً، و غير متمركزين في مكان واحد، بحيث يكون الاتصال بهم مباشرة أمراً مكلفاً أو

¹ احمد عارف العساف و محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية (المفاهيم و الأدوات)، ط2، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2015، ص 254.

غير ممكن. و في مثل هذه الحالات يمكن الاعتماد على الاستبانة أداة لجمع البيانات على افتراض أن المستجيبين يستطيعون القراءة و الكتابة بدرجة مقبولة.¹

أن استمارتنا مقدمة إلى مجموعة من المحاور المرتبطة بمتغيرات الدراسة:

تضم استمارتنا 23 سؤال تجمع بين الأسئلة المغلقة، النصف مفتوحة، المفتوحة، و هي متمثلة

كالآتي:

- **المحور الأول:** البيانات الشخصية تضم 5 أسئلة.
- **المحور الثاني:** مساهمة البرامج الإذاعية في توعية المرأة الماكثة بالبيت يضم 6 أسئلة.
- **المحور الثالث:** تأثير متابعة المرأة الماكثة بالبيت للبرامج الإذاعية في تحسين مستوى الوعي الاجتماعي لديها يضم 5 أسئلة.
- **المحور الرابع:** مساهمة المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت تضم 7 أسئلة.

¹ احمد عارف العساف و محمود الوادي: مرجع سابق، ص 255.

3. مجالات الدراسة:

يتضمن مجال البحث تحديد أطره الزمنية و المكانية و تحديد البيئة الاجتماعية التي يتم فيها، أضف إلى ذلك اثر تحديد مجال البحث يعد ضرورة منهجية تستوعبها مرحلة التعميم و مسالة ارتباط النتائج بالإطار الزمني و المكاني للظاهرة المدروسة، فانه يرتبط أوثق الارتباط بطريقة الدراسة الذي يضيف على تلك الدراسة طابع الدقة و العمق و يحمي الباحث من الوقوع في خطأ شمول هذا التعميم و من الأمور الخطرة في نطاق البحوث الاجتماعية ان يخرج الباحث من دراسة محددة لمنطقة معينة و في فترة زمنية محددة.¹

3-1- المجال المكاني:

من أهم المسائل التي تشغل بال اي باحث عند قيامه بالدراسة و هو تحديد مجالها المكاني و الجغرافي و لهذا كان اهتمامي باختيار مكان الدراسة الميدانية، فلم اجد اية صعوبة في اختيار مكان الدراسة فلقد كانت دراستنا الميدانية منصبة حول بلدية القالة و بالخصوص في حي فرنانة. تأسست بلدية القالة من الاستعمار الفرنسي في عام 1880م أما عن التقسيم الإداري فقد تم في جريدة رسمية رقم: 1984/06 و تحتل بلدية القالة مكانة هامة لمقر الولاية، حيث تبعد عن هذه الأخيرة ب: 25 كلم و تبلغ مساحتها حوالي 292 كلم²، في حين يصل عدد سكانها حسب إحصائيات 1998 إلى 25 ألف نسمة، حيث تقع بلدية و مدينة القالة في ولاية الطارف بأقصى شمال شرق الجزائر و هي اكبر بلديات ولاية الطارف مساحة.

¹ محي الدين مختار: الاتجاهات النظرية و التطبيقية في منهج العلوم الاجتماعية ، الجزء الأول، منشورات جامعة باتنة، 1999، ص 235.

3-2- المجال الزمني:

يتعلق الأمر بالفترة الزمنية التي استغرقها الباحث في إتمام مشروع بحثه و يعتمد على 5 مراحل:

أ/ المرحلة الاستكشافية: هي قراءة للمعلومات النظرية حيث بدأ المخاض الفكري في 15 مارس

2019 بعدها آتت فكرة دور الإذاعة المحلية في تنمية وعي النساء الماكثات بالبيت بعدها بدأنا

بالاستكشاف عن طريق البحث عن المراجع و المصادر و المعلومات ان كانت متوفرة حول موضوع

دراستنا و كان ذلك في 30 مارس 2019 حيث قمنا بالتنقل إلى العديد من مكاتب الولاية و خارجها.

ب/ المرحلة 2: بناء الموضوع: حيث قمنا بصياغة الإشكالية في 14 نوفمبر 2019 مع صياغة

الأسئلة الجزئية.

ج/ تحرير كافة الفصول النظرية و كان ذلك في 14 جانفي 2020 الى غاية 28 فيفري + بناء

الاستمارة من 1 مارس إلى 8 مارس 2020.

د/ من 14 مارس 2020 إلى 20 مارس تم فيها توزيع الاستمارات على المبحوثات و من 21 مارس

إلى 30 مارس 2020 تم فيها استكمال و استرجاع كل الاستمارات و بداية تفريغ البيانات و تحليلها.

هـ/ كتابة الفصول الميدانية من 2 افريل 2020 إلى 20 افريل 2020 و إنهاء طباعة المذكرة

و توقف العمل بسبب الحجر الصحي.

3. المجال البشري:

يقصد بهم الأفراد المشاركون في الدراسة أو العينة أو مجتمع الدراسة مع توضيح نسبة العينة من مجتمع الدراسة.

فالمجال البشري للدراسة العلمية هو عدد الأفراد المشتركين في موضوع البحث و مشكلته أو هم الأفراد الذين يتم التعامل معهم و الذين ستجرى عليهم الدراسة أو مجتمع البحث.

إذا استطاع الباحث إجراء دراسته على جميع أفراد المجتمع فان دراسته تكون ذات نتائج اقرب للواقع و أكثر دقة و نسمي ذلك مسحا.

و ينقسم إلى قسمين:

المجتمع الأصلي: 40.879 نسمة.

عدد المساكن الشاغرة 2640 مسكن

عدد المساكن المسكونة: 8660 مسكن.

عدد المساكن الكلي (logt): 11.303 مسكن.

عدد البنايات: 6628 بناية.

المجتمع المتاح: يكون في متناول و قدرة الباحث على إجراء بحثه و هو عدد أفراد العينة: 30 فردا.

4. العينة و كيفية اختيارها:

4-1- العينة:

هي طريقة من طرق البحث و جمع المعلومات فنأخذ عينة من مجموعة ما للانتقال من الجزء إلى الكل للتوصل إلى حكم على المجتمع في وضع بعض أفراده في ضرب من الاستقراء و ليست العينة إلا مثالا أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام في قدر من الاحتمال و كثيرا ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية و قد اعتمدنا في دراستنا إلى اختيار مجموعة من النساء الماكثات بالبيت كعينة قصدية و التي تم تعريفها بأنها تخضع إلى اختيار مقصود فيها لشروط و أهداف البحث إذ تشكل مفردة العينة ممن توفر فيها الشروط المحددة مسبقا و بالتالي فهي لا تخضع إلى اختيار كفي من طرف الباحث.¹

و أهم خصائص عينة بحثنا هي:

- أن كون المبحوثين أو عينة الدراسة من النساء الماكثات بالبيت من المجتمعات للبرامج الاذاعية الجهوية بالطارف الخاصة بالتوعية بكافة أشكالها.
- تساعدنا في معرفة آراء أفراد العينة المستهدفة.

و قد اخترنا العينة القصدية لسببين:

السبب الأول: لأنها تتناسب مع موضوع بحثنا.

السبب الثاني: اختصار الوقت و الجهد و المال.

¹ احمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2001، ص 381.

و قد اخترنا العينة القصدية لأنها ملائمة لتحقيق أهداف بحثنا و لا ترتبط بقواعد معينة و لكن لقناعتنا بشرط أن تمثل كل مجموعة في العينة حسب تمثيلها في مجتمع الدراسة.

خلاصة:

نلخص من كل ما سبق أن أي دراسة سوسولوجية لا تخلو من وجود إطار منهجي محدد، لذا حاولنا في هذا الفصل الإحاطة و إبراز معالم الدراسة مع إعطاء صورة عامة عن مسار دراستنا، حيث تطرقنا فيه إلى أهم الجوانب و الخطوات التي اعتمدنا عليها كمرحلة أساسية و بناء تاطيري للجانب النظري و التطبيقي، بداية بتحديد المنهج المناسب للدراسة " المنهج " و أدوات جمع البيانات من الملاحظة، الاستمارة مع إبراز كيفية استخدامهم و تطبيقهم في الدراسة الحالية بتحديد العينة المناسبة لموضوع الدراسة التي تخضع للبحث في إطار المجالات المحددة لاجراءها " المجال الموضوعي، الزماني و المكاني ".

الفصل الرابع: تحليل البيانات و تفسير النتائج.

تمهيد

أولاً: عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها.

ثانياً: نتائج الدراسة.

ثالثاً: صعوبات الدراسة.

يعتبر الجانب الميداني للدراسة أهم جوانب البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية لأنه يقوم

بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فبعد انتهائنا من عملية الجمع نجد أنفسنا أمام

معطيات هامة، و هذه المعطيات عبارة عن تسجيلات أو استمارات مملوءة... و من خلال ما تم

تناوله في الجانب النظري و الذي حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي

تخدم موضوع الدراسة، و ما تضمنه من فصول مختلفة و ذلك لوصف و تشخيص دور الإذاعة

المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت بقصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن

أن تزيد من توضيح و شرح موضوع الدراسة بصورة أعمق و أدق و أشمل، و الإجابة على بعض

التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية و من ثم تحقيق أهداف الدراسة و سنحاول التطرق إلى النقاط

الآتية:

• عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها.

• نتائج الدراسة.

• صعوبات الدراسة.

أولاً: عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها:

من خلال الدراسة الميدانية تحصلنا على البيانات الآتية و سنقوم بعرض البيانات الشخصية لعينة الدراسة بعد ما قمنا بتعريفها في جداول:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	السن
50	15	من (20 سنة إلى 30 سنة)
10	3	من (31 سنة إلى 41 سنة)
30	9	من (42 سنة إلى 52 سنة)
10	3	من (53 سنة إلى 63 سنة)
100	30	المجموع

المصدر: السؤال رقم 01 من الإستمارة.

كشفت لنا الدراسة الميدانية من خلال لغة الأرقام الواردة أن أفراد العينة إناث (100%). و

من خلال الجدول المعروض أعلاه تبين لنا أن أكثر المبحوثات استخداما للإذاعة يتراوح سنهن من

(20 سنة إلى 30 سنة) بنسبة (50%) و هذا راجع إلى الفراغ الذي تشعر به المرأة الماكثة رغم

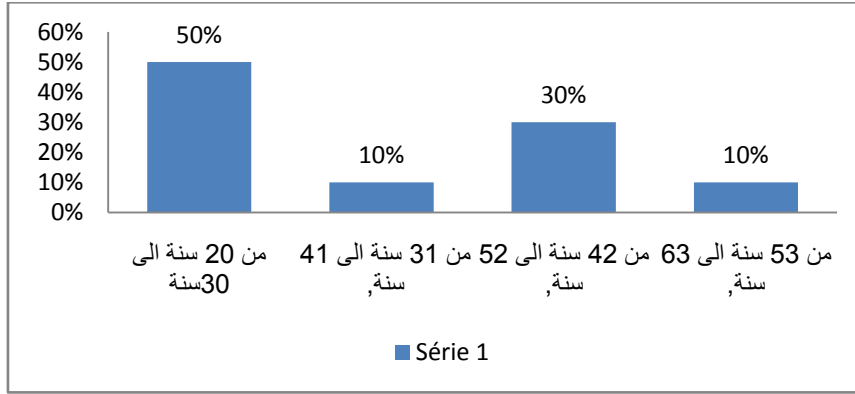
تطور التكنولوجيا. لكن الإذاعة بالنسبة لها وسيلة ترفيه و إرشاد و نصح و توجيه. أما (30%)

خاص بالنساء اللاتي يتراوح سنهن من (42 سنة إلى 52 سنة) بالتفاوت الكبير بنسبة (10%) من

يتراوح سنهن من (31 سنة إلى 63 سنة).

من هذا يعتبر السن محددًا هاما في توضيح توجه مستوى الوعي لدى المرأة الماكثة بالبيت، و الحقيقة أن درجة الوعي مرتبطة أساسا بعوامل ذات صلة وثيقة بالنمو النفسي و الاجتماعي و كذا الانفعالي للأفراد، لذلك كان لا بد من اعتبار الفئة العمرية من العناصر القوية في بناء منظومة الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت خاصة إذا تم ربط علاقة هذا المحدد بالإذاعة المحلية كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

الشكل رقم (01): تمثيل بياني يوضح متغير السن.



الجدول رقم (04): يبين أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

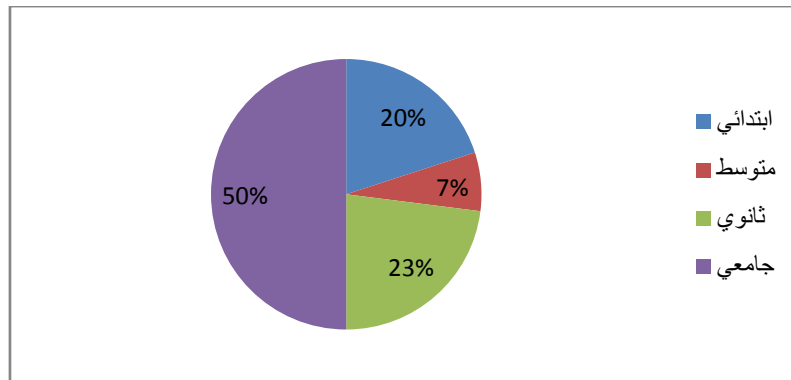
النسبة المئوية (%)	التكرار	المستوى التعليمي
20	6	ابتدائي
7	2	متوسط
23	7	ثانوي
50	15	جامعي
100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (02) من الاستمارة

تبين من البيانات الواردة في الجدول أعلاه، أن أكثر نسبة من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة يتميزن بمستوى تعليمي جامع، و هو ما تعكسه النسبة المئوية الموضحة في الجدول و المقدرة ب (50%) و هذا راجع إلى حب المعرفة و التزود بالأخبار الجديدة و اكتساب أكثر نسبة من الوعي الثقافي لديهن، تليها نسبة (23%) من هن ذات المستوى الثانوي، تفوق بقليل بنسبة (20%) ذات المستوى الابتدائي أكثر من المستوى المتوسط بنسبة (8%)، يعتبر المستوى التعليمي أكثر توجيه.

إن القراءة الإحصائية للجدول رقم (04) تعطينا انطباعا حقيقيا حول أهمية المستوى التعليمي في تحديد توجه الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت انطلاقا من استماعها للبرامج الإذاعية، فعلى الرغم من كون أغلبية أفراد عينة الدراسة هن جامعيات، إلا أن المكوث بالبيت، ساهم في تكوين ميول نحو الاهتمام أكثر بالاستماع للبرامج الإذاعية بالرغم من إمكانية استخدام وسائل أخرى سواءا للترفيه أو للتوعية، و هذا يعتبر مؤشرا هاما على مدى تأثير المستوى التعليمي في تشكيل الوعي الاجتماعي

الشكل رقم (02): دائرة نسبية توضح متغير المستوى التعليمي.



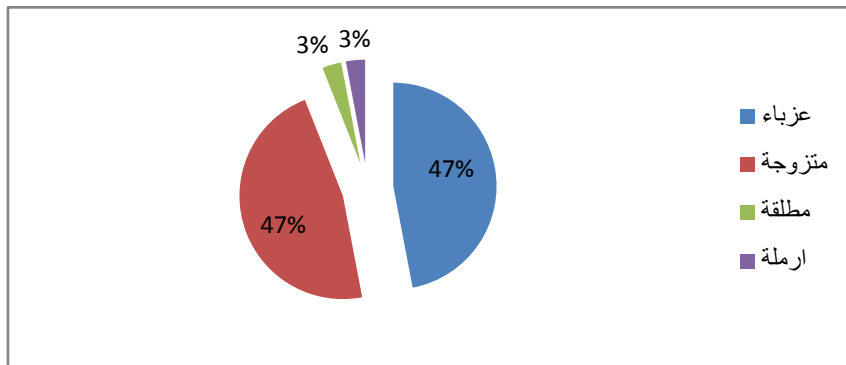
الجدول رقم (05): يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية:

الحالة المدنية	التكرار	النسبة المئوية (%)
عزباء	14	47
متزوجة	14	47
مطلقة	1	3
ارملة	1	3
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (03) من الاستمارة

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أكثر المستمعات للإذاعة متزوجات و عزباوات بنسبة (47%)، تليها نسبة المطلقات و الأرامل بنسبة (3%). و الجدير بالذكر هنا أن الانشغالات اليومية للمرأة الماكثة بالبيت لا ترتبط بكونها متزوجة او عزباء فاليوميات هي نفسها، لكن طريقة الاستماع تلعب دورا مهما في تحديد مدة الاستماع و الوقت المحدد لذلك، و هو ما يؤثر في مدى وعيها الاجتماعي ببعض القضايا و الوقائع اليومية التي تعيشها.

الشكل رقم (03) : دائرة نسبية توضح الحالة المدنية.



الجدول رقم (06) : يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع السكن.

النسبة المئوية (%)	التكرارات	نوع السكن
33	10	جماعي
67	20	فردى
100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (04) من الاستمارة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول تبين أن (67%) من النساء الماكثات بالبيت لديهن سكن

مفرد و نقصد هنا بسكن مفرد بعيد عن العائلة الكبيرة التي تتكون غالبا من الجد و الجدة و الأعمام

و العمات و الأخوال و الخالات... الخ، بحيث يكون في هذا السكن المفرد أسرة نووية متكونة من

الزوج و الزوجة و الأولاد فقط، و هذا راجع إلى حب الحرية و التصرف في شؤون المنزل كما يريدن

و لا يريدن أن تكون لهن سلطة عليهن ، بينما نسبة (33%) لديهن سكن جماعي و قد يكون هذا

راجع إلى احترام العادات و التقاليد التابعة لكل عائلة، و قد يكون السبب مادي متمثل في عدم توفر

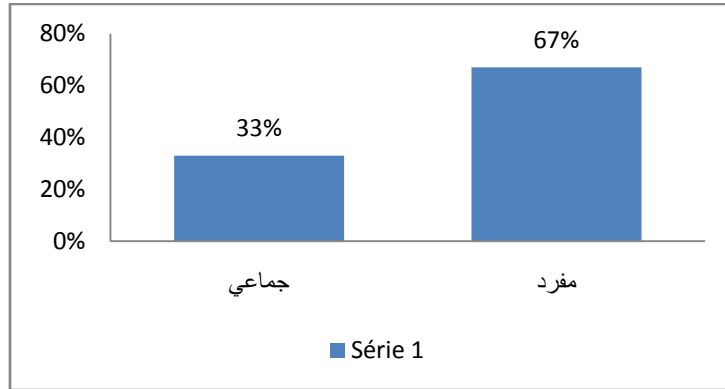
السكن و غلاء الكراء و نقصد بالسكن الجماعي الذي يضم العائلة الكبيرة كما ذكرناه سالفًا.

و الحقيقة أن نوع السكن سواء كان فردياً أو جماعياً، يؤثر في مدى متابعة البرامج المعتادة بالنسبة

للمرأة الماكثة في البيت، إضافة إلى تأثير ذلك في مسالة أفضلية برنامج على آخر و من ثم أنواعا

من البرامج دون الأخرى

الشكل رقم (04): تمثيل بياني يوضح نوع سكن المبحوثات.



الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متغير الأصل الجغرافي.

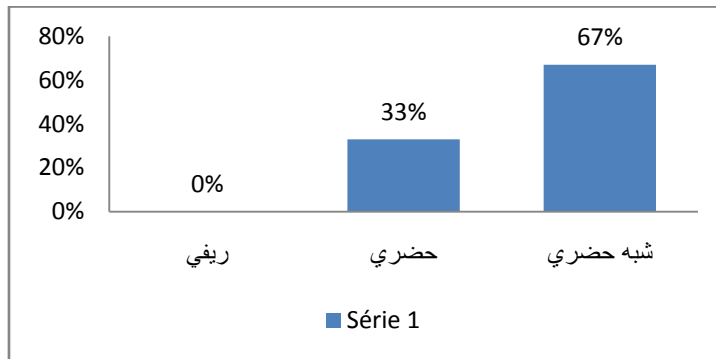
النسبة المئوية (%)	التكرار	الأصل الجغرافي
0	0	ريفي
33	10	حضري
67	20	شبه حضري
100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (05) من الاستمارة

تبين القراءة الإحصائية للجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثات ينتمين إلى مناطق شبه حضرية، و هو ما تعكسه النسبة المئوية المتمثلة في (67%)، و نقصد بالمناطق الشبه الحضرية هي التي تحمل خصائص المناطق الحضرية و الريفية عمرانياً، بينما نجد أن (33%) من المبحوثات هن من المناطق الحضرية و غالباً وسط المدينة.

بالرغم من ذلك نجد هذا التصنيف مجحظا في بعض الجوانب، و لكن ما يهمنا نحن هو مدى تأثير هذا البعد في المسألة المتعلقة بالبرامج الإذاعية و درجات وعي المرأة الماكثة بالبيت اجتماعيا ببعض القضايا التي تدور من حولها و التي تؤثر و تتأثر بها طبعا.

الشكل رقم (05): تمثيل بياني يوضح الأصل الجغرافي للمبحوثات.



الجدول رقم (08): يبين الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما بالنسبة لعينة الدراسة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية (%)
التلفاز	11	37
الإذاعة	6	20
الانترنت	11	37
الصحف و المجلات	2	6
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (06) من الاستمارة

يتبين لنا من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه رقم (08) أن نسبة (37%) من النساء الماكثات بالبيت من يستخدمون التلفاز و الانترنت، و هذا ربما راجع إلى التطور التكنولوجي و غزو الانترنت على عقول العديد من النساء بما تحتويه هذه الأخيرة من تنوع في كافة المجالات موضة و جمال، طبخ، موسيقى... الخ بينما في التلفاز و هو الذي أدخلت عليه صيغة الرقمنة، و أصبح كلما بكل ما يريده المرء للترفيه عن نفسه، و كذلك التزود بالمعلومات المتنوعة، بالتفاوت الكبير بنسبة (20%) من المبحوثات ممن يستمعن للإذاعة و يرجع ذلك إلى حب البرامج الإذاعية و التمسك بها و قد لا يكون لديهن أجهزة متصلة بالانترنت تعوضهن عن الإذاعة، فيما تبقى نسبة (6%) من يستخدمن الصحف و المجلات كوسيلة لإشباع رغباتهن المعرفية.

جدول رقم (09): يبين مكانة الإذاعة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية (%)
جيدة	14	47
متوسطة	9	30
ضعيفة	7	23
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (07) من الاستمارة

تبين الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة (47%) من النساء الماكثات بالبيت تمثل بدرجة جيدة ما تستمع المبحوثات للإذاعة أكثر نسبة من الدرجة المتوسطة بنسبة (30%) و تبقى نسبة (23%) من النساء الماكثات و المستمعات للإذاعة بنسبة ضعيفة. و هذا يدل لوجود أسباب قد تعود بالمرأة إلى اهتمامها بما تقدمه الإذاعة من برامج، و دورها في التوعية الاجتماعية، إضافة إلى مدى تلبية رغباتهن النفسية و الاجتماعية و المعرفية.

جدول رقم (10): يبين الفئة الأكثر استماعاً للبرامج الإذاعية مع المرأة الماكثة بالبيت:

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
العائلة	7	23
الزوج	2	7
بمفردها	21	70
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (08) من الاستمارة

توضح لنا من خلال المعطيات التي في الجدول أعلاه أن نسبة (70%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة من يستمعن للإذاعة بمفردهن و هذا قد يكون راجع إلى حب الحرية في اختيار البرامج الإذاعية و اختيار الوقت المناسب الذي تريد فيه الاستماع بينما نجد نسبة (23%) من المبحوثات من يستمعن للإذاعة مع العائلة و هذا قد يكون راجع إلى التشاور و تبادل الآراء و الأفكار حول برنامج معين يعبر عن رغباتهن في الأخير نسبة (7%) من النساء الماكثات من يستمعن للإذاعة مع الزوج و قد تكون هذه البرامج حول الأسرة ليستفيدا منهما هما الاثنتين.

و الحقيقة أن الفئة التي تستمع للبرامج الإذاعية مع المرأة الماكثة بالبيت تؤثر في طبيعة البرنامج المستهدف، فميولات الرجل تختلف عن ميولات المرأة، و الاحتياجات المعرفية و النفسية كذلك تختلف، لذلك نجد أن أغلبية المستمعين أو المستمعات للبرامج الإذاعية يفضلون الاستماع بطريقة فردية.

جدول رقم (11): يبين مدى تركيز الإذاعة في برامجها.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	27	90
لا	3	10
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (09) من الاستمارة

تؤكد المعطيات الامبريقية المستقاة من الميدان و الموضحة في الجدول أعلاه أن نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يجدن أن الإذاعة تركز على برامجها الإذاعية و ذلك قد يكون راجع إلى النصائح و الإرشادات كذلك المعلومات المعرفية التي تقدمها الإذاعة من خلال برامجها الإذاعية بينما نجد (10%) من يجدن أن الإذاعة لا تركز على برامجها الإذاعية و هذا قد يعود إلى دور الإذاعة و ما تقدمه من برامج و قصورها لمضامين تلبي رغبات و اهتمامات العينة.

و المقصود بالتركيز هنا، هو مدى التخصص في البرامج التي تقدمها الإذاعة المحلية، فغالبا ما نجد التنوع بين البرامج التربوية و الدينية و التفاعلية التي تستقطب عددا كبيرا من المستمعين و خاصة النساء الماكثات بالبيت.

الجدول رقم (12): يبين الفئة العمرية المستهدفة من البرامج الاجتماعية الإذاعية.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	25	83
لا	5	17
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (10) من الاستمارة

يوضح لنا من خلال المعطيات التي في الجدول أعلاه أن نسبة (87%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يرون أن البرامج الاجتماعية تخاطب جميع الفئات العمرية فهناك برامج مخصصة للأطفال و برامج مخصصة للنساء و برامج مخصصة للسانقين و كل فئات

المجتمع بينما نسبة (17%) من النساء الماكثات بالبيت من يرون أن الإذاعة المحلية لا تخاطب جميع الفئات العمرية بل تراها تخاطب الجميع بلغة واحدة.

جدول رقم (13): يبين مدى التأثير المباشر للبرامج الإذاعية في سلوكيات المرأة

الماكثة بالبيت.

			النسبة المئوية (%)	التكرارات	الاحتمالات
النسبة المئوية (%)	التكرار	في حالة الإجابة ب "نعم"	90	27	نعم
20	6	الاهتمام بصحة أفراد عائلتك			
23	7	التشبع بالثقافة الدينية			
17	5	التعرف على الثقافات الأخرى و ميزاتها			
30	9	الاهتمام بالصحة الجسمية و النفسية و الجمالية			
90	27	المجموع			
			10	3	لا
			100	30	المجموع

يتضح لنا من خلا الجدول رقم (13) أعلاه أن نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت المستمعات للإذاعة المحلية من يرون أن هذه الأخيرة تؤثر مباشرة في سلوكها من خلال الاهتمام بالصحة الجسمية و النفسية و الجمالية بنسبة (30%) تليها نسبة (23%) من خلال التشبع بالثقافة الدينية، ثم تأتي نسبة 20% من خلال الاهتمام بصحة أفراد عائلتها و يأتي في الأخير نسبة (17%) من خلال التعرف على الثقافات الأخرى و ميزاتها بينما (10%) من يرون أن الإذاعة لا تؤثر مباشرة على سلوكهن، فعلى الإذاعة التمتع بالمواصفات التي تؤهلها لان تكون عرضة و إقبالا من خلال تميزها بالمصداقية و الأسلوب المتميز و حرصها على إفادة الجمهور و معرفة اهتماماتهم و رغباتهم، عن طريق تنوع برامجها العامة و الاجتماعية خاصة، و مدى حرص جمهور النساء الماكثات على الاستماع و الإقبال و التوجه نحو البرامج التفاعلية التي تلبى اهتماماتهن و رغباتهن.

جدول رقم (14): يبين مدى تأثر المرأة بمقدمي البرامج الاجتماعية.

			النسبة المئوية (%)	التكرار	الاحتمالات
النسبة المئوية (%)	التكرار	في حالة الإجابة بنعم	83	25	نعم
23	7	تتبعين النصائح و الإرشادات			
10	3	نبرة الصوت			
50	15	حسب الموضوع و أهميته			
83	25	المجموع			
			17	5	لا
			100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (12) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية في الجدول أعلاه أن نسبة (83%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يتأثرن بمقدمي البرامج الاجتماعية و قد ارجعن ذلك إلى حسب الموضوع و أهميته بنسبة (50%)، و بنسبة (23%) من يتبعن النصائح و الإرشادات، و نسبة (10%) منهن من ارجعن ذلك لنبرة الصوت، بينما نسبة (17%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية لا يتأثرن بمقدمي البرامج الإذاعية، و هو ما يبرز مدى اهتمام المبحوثات بمثل هذه القدرات و الكفاءات. و هذا يبين مدى اهتمام عينة الدراسة بهذه القدرات و الصفات التي يتمتع بها مذيعي البرامج الاجتماعية بالطارف و حرصهم على التحلي بها لتكون أكثر تأثيرا و وصولا إلى عقلية الجماهير و قدرتهم على إيصال المادة الإذاعية مما تجلب اهتمام أفراد العينة للبرامج الإذاعية.

و الحقيقة أن تأثر المستمعات بمذيعي و مذيعات البرامج ينبع عن شخصية هؤلاء، ناهيك عن مدى قدرتهم على تفهم احتياجات النساء الماكثات بالبيت اللاتي تعانين من فراغ كبير قد تملؤه البرامج المقدمة من خلال الإذاعة المحلية.

جدول رقم (15): يوضح مدى استيعاب المستمعات المواضيع الاجتماعية التي تبثها الإذاعة المحلية.

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الاحتمالات
50	15	كبير
40	12	متوسط
10	3	قليل
0	0	منعدم
100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (13) من الاستمارة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (15) أعلاه أن نسبة (50%) من المبحوثات من يستوعبن المواضيع الاجتماعية المبرمجة بالإذاعة المحلية بشكل كبير تليها (40%) ابدوا برأيهن أن استيعابهن متوسط، فيما يرجع نسبة (10%) استيعابهن قليل، و يبقى (0%) منعدمة، فعلى إذاعة الطارف الاهتمام ببرامجها الاجتماعية و تحسينها و تطويرها و تعميمها بما يلي اهتمامات جمهور النساء ليحسن استيعابهن حتى يثق المستمع بها بشكل اكبر و تصبح ذات دور فاعل في عملية التوعية الاجتماعية للمرأة خصوصا.

جدول رقم (16): يبين مدى فاعلية الإذاعة المحلية في زيادة الوعي الاجتماعي للمرأة من خلال المعلومات المقدمة.

			النسبة المئوية (%)	التكرارات	الاحتمالات
النسبة المئوية (%)	التكرارات	في حالة الإجابة ب "نعم"			
3	1	محرارية الآفات الاجتماعية	73	22	نعم
3	1	تحسين السلوك الاجتماعي و تعديله			
7	2	إتباع النصائح و الإرشادات الطبية			
27	8	التشبع بالثقافة الدينية			
10	3	معرفة كيفية تسيير شؤون الأسرة و المنزل.			
23	7	التعرف على الثقافات الأخرى و ميزاتها			
73	22	المجموع			
			27	8	لا
			100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (14) من الاستمارة

تبين من خلال الجدول بان (73%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية يرون أن الإذاعة المحلية قدمت معلومات كافية لزيادة الوعي الاجتماعي لديهن لأسباب أولها التشبع بالثقافة الدينية بنسبة (27%)، يليها السبب الثاني ألا و هو التعرف على الثقافات الأخرى و ميزاتها بنسبة (23%) بالتفاوت الكبير السبب الثالث و هو معرفة كيفية تسيير شؤون الأسرة و المنزل، تليها نسبة (7%) من خلال إتباع النصائح و الإرشادات الطبية تليها بنسبة (3%) لكل من محاربة الآفات الاجتماعية و تحسين السلوك الاجتماعي و تعديله، بينما نسبة (23%) من يرون أن الإذاعة المحلية لا تقدم معلومات كافية لزيادة الوعي الاجتماعي للمرأة، فعلى الإذاعة القيام بدراسات لمعرفة أي الموضوعات التي تسعى في تنمية الوعي الاجتماعي للنساء عموما و الماكثات خصوصا دون أن ننسى جمهورها العريض محل الاستماع.

جدول رقم (17): يوضح مدى رضا المرأة الماكثة بالبيت على البرامج المقدمة من

خلال الإذاعة المحلية.

			النسبة المئوية (%)	التكرار	الاحتمالات
			67	20	راضية
			30	9	نوعا ما
النسبة المئوية (%)	التكرار	في حالة الإجابة بعدم الرضا	3	1	غير راضية
		لا تقدم جميع النصائح التي تحتاجها المرأة			
	1				
	3				
%	1	المجموع	100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (15) من الاستمارة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أعلاه أن نسبة (67%) من النساء الماكثات بالبيت

و المستمعات للإذاعة المحلية راضيات على البرامج المقدمة من طرف الإذاعة المحلية بينما نسبة

(30%) من هن راضيات نوعا ما، تأتي في الأخير نسبة (3%) من هن غير راضيات على البرامج

المقدمة من طرف الإذاعة و حسب رأيهن لأنها لا تقدم جميع النصائح التي تحتاجها المرأة في حياتها

اليومية، و هو ما يبرز أهمية الإذاعة في تقديم المعلومات الاجتماعية و مدى تناسبها لرغبات جمهور

النساء ، و دورها في تنمية الوعي الاجتماعي لديهن سعيا لاستقطاب أكثر نسبة من المستمعات

فيلحظ نوع من التقصير في هذا الجانب. و هنا يجب التنويه بان رضا المرأة هنا يعود إلى أهمية و حساسية البرامج التفاعلية المقدمة و التي تمس الحياة اليومية و الواقع المعيش.

جدول رقم (18): يوضح تقييم المرأة الماكثة بالبيت للبرامج المقدمة من خلال الإذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
جيدة	14	47
متوسطة	16	53
ضعيفة	0	0
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (16) من الاستمارة

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (18) أعلاه أن نسبة (53%) من النساء الماكثات

المستمعات للإذاعة المحلية يقيمون البرامج المقدمة من طرف الإذاعة أنها متوسطة تليها نسبة

(47%) من يرون أنها جيدة، و تأتي في الأخير النسبة المنعدمة أي صفر من يرون إنها ضعيفة، و

هنا يتبين مدى اهتمام المستمعات الماكثات بالبرامج الاجتماعية و حرصهن على تواجدها حتى تلبى

رغباتهن و تتكفل بعرض كل الموضوعات و الخبرات التي يحتجنها.

جدول رقم (19): يوضح المدة الزمنية المخصصة للاستماع لبرامج الإذاعة.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
اقل من نصف ساعة	12	40
من ساعة إلى ساعتين	8	27
ثلاث ساعات فأكثر	10	33
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (17) من الاستمارة

تؤكد المعطيات الإحصائية بان (40%) من النساء الماكثات بالبيت يستمعن لإذاعة الوادي اقل من نصف ساعة و قد يكون هذا راجع إلى ضيق الوقت و انشغال المرأة بالأمر المنزلية و (33%) يستمعن لها من ثلاث ساعات فأكثر و نجد في المرتبة الأخيرة 27% تمثل نسبة المستمعات للإذاعة من ساعة إلى ساعتين.

و غالبا ما ترتبط المدة بالانشغالات اليومية الروتينية المنزلية للمرأة و التي قد تلهيها عن متابعة بعض البرامج المفصلة.

جدول رقم (20): يوضح طبيعة البرامج المفضلة لدى المرأة الماكثة بالبيت.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
البرامج الدينية	9	30
البرامج الصحية	4	13
البرامج السياسية	1	3
البرامج الثقافية	8	27
البرامج الاجتماعية	8	27
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (18) من الاستمارة

أكدت المعطيات الميدانية أن البرامج الدينية تحتل المرتبة الأولى عن بقية البرامج الأخرى و أكثر اهتماما عن غيرها من البرامج فاتضح لنا أن غالبية المبحوثات ميولهن للبرامج الدينية بنسبة بلغت (30%)، فيما يرجع البرامج الثقافية و الاجتماعية في المرتبة الثانية تلت ذلك اهتماما من جمهور الماكثات بلغت نسبتها (27%)، و تحتل البرامج الصحية المرتبة الثالثة بنسبة (13%) فيما تبقى البرامج السياسية احتلت المرتبة الرابعة تقل اهتماما عن غيرها بلغت نسبتها (3%)، و هذا ما دل على درجة وعي الماكثات المستمعات من خلال اهتماماتهن للبرامج الدينية و الرغبة الواضحة في حب الاطلاع و التقفه في أمور الدين و المتابعة المستمرة لهذه البرامج.

جدول رقم (21): يبين الفترة الأنسب بالنسبة للمرأة للسمع للبرامج الإذاعية الاجتماعية بكافة أشكالها.

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الاحتمالات
57	17	الفترة الصباحية
30	9	الفترة المسائية
13	4	الليل
100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (19) من الاستمارة

يتبين لنا من خلال الشواهد الكمية للدراسة أن نسبة (57%) من النساء الماكثات و المستمعات لإذاعة الطارف في الفترة الصباحية أكثر مجالا من الفترات الأخرى، و (30%) يستمعن خلال الفترة المسائية و بنسبة (13%) يستمعن خلال الليل، و هذا يدل على مدى الحضور الفعلي لاستماع الماكثات للإذاعة و بغالبية خلال الفترة الصباحية باعتبارها الوقت المسموح تجد فيها المرأة متعتها و بعض وقتها.

جدول رقم (22): يوضح مدى كفاية المدة الزمنية لاكتساب المعلومات و المعارف.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم كافية	25	83
لا غير كافية	5	17
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (20) من الاستمارة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (22) أعلاه أن نسبة (83%) من الماكثات المستمعات

يرون أن المدة المخصصة للبرامج الاجتماعية كافية لاكتساب المعلومات و المعارف ، بينما نجد

(17%) من يرون أن المدة المخصصة غير كافية لاكتساب المعلومات و المعارف، و هنا يرجع

لاكتفاء الإذاعة و تعميمها بشمول الموضوعات و تقديمها للعديد من المعلومات مع التجديد و التنوع

التي تلبي رغبات المبحوثات، فعلى الإذاعة دائما أن تحتوي للمعلومات الأساسية التي تحقق هدفها

التوعوي الاجتماعي عن طريق برامجها الاجتماعية من خلال تأثيرها على العواطف و المشاعر و

تفكير المبحوثات.

جدول رقم (23): يوضح مدى تنوع المواضيع الاجتماعية التي تبثها الإذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
المواضيع الدينية	4	14
المواضيع الثقافية	7	23
المواضيع الصحية	2	7
المواضيع الاقتصادية	1	3
المواضيع السياسية	1	3
مواضيع اجتماعية متنوعة	15	50
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (21) من الاستمارة

تبين لنا من خلال المعطيات الميدانية للجدول بان نسبة (50%) من الماكثات المستمعات يرون أن الإذاعة تبث دائما البرامج الاجتماعية المتنوعة (23%) يرون أنها تبث المواضيع الثقافية، تليها (14%) من يرون أن الإذاعة تبث المواضيع الدينية، بالتفاوت الكبير (7%) من يرون أنها تبث البرامج الصحية، و في الأخير (3%) من يرون أنها تبث المواضيع الاقتصادية و السياسية، و هو ما يبين قوة الإذاعة في بث العديد من المجالات في آن واحد التي أثارت صدى في نفسية المستمعات و أثرت عليهن.

جدول رقم (24): يوضح مدى ملل المستمعات للبرامج الإذاعية المحلية.

		النسبة المئوية (%)	التكرارات	الاحتمالات
النسبة المئوية (%)	التكرارات	في حالة الإجابة ب " نعم "		
		23	7	نعم
13	4	عدم التجاوب مع المذيع		
7	2	عدم القدرة على الإقناع		
3	1	صعوبة فهم الموضوع		
23	7	المجموع		
		77	23	لا
		100	30	المجموع

المصدر: سؤال رقم (22) من الاستمارة

توضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة (77%) من الماكنات المستمعات لا يشعرون

بالممل أثناء متابعة برامج الإذاعة المحلية الاجتماعية بينما نجد (23%) من يشعرون بالممل و هذا

راجع لأسباب أولها عدم التجاوب مع المذيع بنسبة (13%) يليها السبب الثاني ألا و هو عدم القدرة

على الإقناع بنسبة (7%) و في الأخير صعوبة فهم الموضوع بنسبة (3%)، و هذا يبرز دور

الإذاعة في تنوع برامجها الاجتماعية حتى لا يشعر المستمع بالملل عامة و النساء الماكثات بالبيت خاصة.

جدول رقم (25): يبين مدى مساهمة البرامج الإذاعية التي تبث من خلال الإذاعة المحلية في الرفع من مستوى الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	27	90
لا	3	10
المجموع	30	100

المصدر: سؤال رقم (23) من الاستمارة

أكدت معطيات الجدول أعلاه بان نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية ساهمت الإذاعة المحلية في رفع مستوى الوعي الاجتماعي لديهن و هذا راجع إلى ما تقدمه الإذاعة من برامج متنوعة و معارف و ما توليه من اهتمامات المستمعات إلى الاهتمام بالبرامج و المتابعة المنتظمة لها بينما نجد نسبة (10%) من لم ترفع الإذاعة المحلية لهن من المستوى الاجتماعي لديهن و هذا قد يكون راجع إلى تدخل بعض الوسائل الإعلامية الأخرى التي غطت على أهمية الإذاعة و دورها في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت.

ثانيا: نتائج الدراسة:

إن الحصول على نتائج في نهاية كل بحث علمي أمر ضروري و هو الهدف الرئيسي الذي يطمح إليه كل باحث، فلا تكتمل الدراسة إلا باستخلاص هذه النتائج و التي تعبر عن المعطيات الميدانية المتحصل عليها من المبحوثين، لذا سنذكر في هذا الجانب النتائج المتعلقة بدراسة دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت، دراسة ميدانية بمدينة القالة، حيث تحصلنا على النتائج التالية:

النتيجة الرئيسية:

للإذاعة المحلية دور في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت.

النتائج العامة:

فيما يتعلق بالسؤال الفرعي الأول الذي أثارته الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج

التالية:

توصلت الدراسة من خلال نتائج الجدول رقم (06) أن نسبة (37%) من النساء الماكثات بالبيت من يستخدمون التلفاز و الانترنت و هذا ربما راجع إلى التطور التكنولوجي و غزو الانترنت على عقول العديد من النساء بما تحويه هذه الأخيرة من تنوع في كافة المجالات موضة و جمال، طبخ،

موسيقى... الخ بينما في التلفاز و هو الذي أدخلت عليه صيغة الرقمنة و أصبح ملما بكل ما يريده المرء للترفيه عن نفسه و كذلك التزود بالمعلومات المتنوعة.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (07) إلى أن نسبة (47%) من النساء الماكثات بالبيت تمثل بدرجة جيدة ما تستمع المبحوثات للإذاعة.

كما أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (08) إلى أن نسبة (70%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة من يستمعن للإذاعة بمفردهن و هذا قد يكون راجع إلى حب الحرية في اختيار البرامج الإذاعية و اختيار الوقت المناسب الذي تريد فيه الاستماع.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (09) إلى أن نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يجدن أن الإذاعة تركز على برامجها الإذاعية و ذلك قد يكون راجع إلى النصائح و الإرشادات كذلك المعلومات المعرفية التي تقدمها الإذاعة من خلال برامجها الإذاعية.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (10) إلى أن نسبة (87%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يرون أن البرامج الاجتماعية تخاطب جميع الفئات العمرية فهناك برامج مخصصة للأطفال و برامج مخصصة للنساء و برامج مخصصة للسائقين و كل فئات المجتمع.

كما أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (11) إلى أن نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت المستمعات للإذاعة المحلية من يرون أن هذه الأخيرة تؤثر مباشرة في سلوكها من خلال الاهتمام بالصحة الجسمية و النفسية و الجمالية بنسبة (30%).

و ما يمكن ملاحظته بعد عرضنا لنتائج السؤال الأول أن تساهم البرامج الإذاعية في توعية المرأة الماكثة بالبيت من خلال النساء الماكثات بالبيت تمثل بدرجة جيدة ما تستمع المبحوثات للإذاعة كذلك أن هذه الأخيرة تؤثر مباشرة في سلوكها من خلال الاهتمام بالصحة الجسمية و النفسية و الجمالية.

أما فيما يتعلق بالسؤال الفرعي الثاني الذي أثارته الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج

التالية:

توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (12) إلى أن نسبة (83%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية من يتأثرن بمقدمي البرامج الاجتماعية و قد ارجعن ذلك إلى حسب الموضوع و أهميته بنسبة 50%.

أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (13) إلى أن نسبة (50%) من المبحوثات من يستوعبن المواضيع الاجتماعية المبرمجة بالإذاعة المحلية بشكل كبير.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (14) إلى أن نسبة (73%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية يرون أن الإذاعة المحلية قدمت معلومات كافية لزيادة الوعي الاجتماعي لديهن لأسباب أولها التشبع بالثقافة الدينية بنسبة (27%).

أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (15) إلى أن نسبة (67%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية راضيات على البرامج المقدمة من طرف الإذاعة المحلية.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (16) إلى أن نسبة (53%) من النساء الماكثات المستمعات للإذاعة المحلية يقيمون البرامج المقدمة من طرف الإذاعة أنها متوسطة.

و من خلال هذه النتائج و المتعلقة بالسؤال الثاني توصلت الدراسة إلى أن متابعة المرأة الماكثة بالبيت للبرامج الإذاعية في تحسين مستوى الوعي الاجتماعي لديها أن الإذاعة المحلية قدمت معلومات كافية لزيادة الوعي الاجتماعي لديهن لأسباب أولها التشبع بالثقافة الدينية.

أما فيما يخص السؤال الفرعي الثالث الذي أثارته الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (17) إلى أن (40%) من النساء الماكثات بالبيت يستمعن لإذاعة الوادي اقل من نصف ساعة و قد يكون هذا راجع إلى ضيق الوقت و انشغال المرأة بالأمور المنزلية.

أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (18) إلى أن البرامج الدينية تحتل المرتبة الأولى عن بقية البرامج الأخرى و أكثر اهتماما عن غيرها من البرامج فاتضح لنا أن غالبية المبحوثات ميولهن للبرامج الدينية بنسبة بلغت (30%).

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (19) إلى أن نسبة (57%) من النساء الماكثات و المستمعات لإذاعة الطارف في الفترة الصباحية أكثر مجالا من الفترات الأخرى.

أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (20) إلى أن نسبة (83%) من الماكثات المستمعات يرون أن المدة المخصصة للبرامج الاجتماعية كافية لاكتساب المعلومات و المعارف.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (21) إلى أن نسبة (50%) من الماكثات المستمعات يرون أن الإذاعة تبث دائما البرامج الاجتماعية المتنوعة.

أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (22) إلى أن نسبة (77%) من الماكثات المستمعات لا يشعرن بالملل أثناء متابعة برامج الإذاعة المحلية الاجتماعية.

كما توصلت الدراسة و من خلال الجدول رقم (23) إلى أن نسبة (90%) من النساء الماكثات بالبيت و المستمعات للإذاعة المحلية ساهمت الإذاعة المحلية في رفع مستوى الوعي الاجتماعي لديهن و هذا راجع إلى ما تقدمه الإذاعة من برامج متنوعة و معارف و ما توليه من اهتمامات المستمعات إلى الاهتمام بالبرامج و المتابعة المنتظمة لها.

و من خلال هذه النتائج و المتعلقة بالسؤال الثالث لث توصلت الدراسة إلى أن مساهمة المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت من خلال أن المدة المخصصة للبرامج الاجتماعية كافية لاكتساب المعلومات و المعارف كذلك ساهمت الإذاعة المحلية في رفع مستوى الوعي الاجتماعي لديهن و هذا راجع إلى ما تقدمه الإذاعة من برامج متنوعة و معارف و ما توليه من اهتمامات المستمعات إلى الاهتمام بالبرامج و المتابعة المنتظمة لها.

بعد عرضنا للنتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التي أثارتهما الدراسة نتوصل إلى الإجابة على التساؤل المركزي الذي تمحورت حوله دراستنا.

أن للإذاعة المحلية دور في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة بالبيت من خلال أن الإذاعة المحلية ساهمت في رفع مستوى الوعي الاجتماعي لديهن و هذا راجع إلى ما تقدمه الإذاعة من برامج متنوعة و معارف و ما توليه من اهتمامات المستمعات إلى الاهتمام بالبرامج و المتابعة المنتظمة لها.

ثالثاً: صعوبات الدراسة:

من البديهي أن تواجه أي باحث بعض الصعوبات و العراقيل خلال جمع المادة العلمية الخاصة بموضوع بحثه، و أثناء النزول إلى الميدان للتطبيق العملي و من الصعوبات التي واجهت هذا البحث ما يلي:

- قلة المراجع و المصادر المتعلقة بموضوع الدراسة بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف، باعتبار الموضوع جديد و إن وجدت فهي مراجع قديمة تجاوزها الزمن.
- قلة المعلومات الخاصة بموضوع البحث.
- ضيق الوقت بين فترة التريص و انجاز المذكرة و خاصة في هذه المرحلة مع ظهور فيروس كورونا المستجد.
- صعوبة التعامل مع العينة في عدم التجاوب بسبب فيروس كورونا.

خاتمة

خاتمة:

لقد بحثت الدراسة المتعلقة بدور الاذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى النساء الماكثات بالبيت من خلال العلاقة بين الاذاعة و الوعي متوصلة الى الخلاصة التالية:

- ان التركيز على الاذاعة المحلية شكل من اشكال الاذاعات الاخرى تلعب دورا في تنمية الوعي من خلال الافراد من فئة النساء الماكثات و ذلك بالتركيز على الاذاعة كوسيلة، و الوعي الاجتماعي كبعد من ابعاد التنمية الشاملة يصقل الشخصية و يضبط الواقع.
 - تعد الاذاعة اهم مصادر التوعية تساعد افرادها على الالمام بمختلف الموضوعات و الحقائق التي تسهم في تنمية وعيهم، و لكي تؤدي دورها تقوم بمجموعة من الوظائف و الانشطة التي تتكامل لتحقيق هذا الدور.
 - الاذاعة تلعب دورا هاما في نشر الوعي الاجتماعي من خلال تقديم موضوعات باقل تكلفة و اكثر جاذبية و تنوعا تصل الى جماهير عريضة مختلفة التأثير تحرك عواطفهم و استمالتهم للموضوعات ببساطة لما تتميز به من الجذب و الايحاء و السرعة.
- و بناءا على المعطيات توصلت الدراسة الى ان الاذاعة المحلية لها دور في تنمية وعي الافراد من المستمعين من النساء الماكثات الا ان هذا الدور يبقى متوسطا، و يتبقى قوله في نهاية الدراسة هو ان مساهمة الاذاعة في تنمية وعي المرأة هو اهتمامها بالموضوعات المفضلة لديها تكون ضمن رغباتها تلبية لحاجاتها، و عدم تحيزها و تمسكها بالموضوعية و جعل المرأة جمهور يلقى الاهتمام يعرض الموضوعات التي تهتم المرأة و تخصص برامج اجتماعية مختلفة تخاطب اهتمامات المرأة في امورها الحياتية اليومية، و بذل مزيد من الجهود اضافة الى تطوير برامجها و تحسينها بما يلاءم رغبات جمهور النساء الماكثات.

فهرس المحتويات

قائمة المصادر و المراجع

1/ القواميس و المعاجم و الموسوعات:

1. إبراهيم مذكور و آخرون : معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ،

1975

2. إحسان محمد الحسن: موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، بيروت، ط 1، 1999

3. احمد حسين اللقاني ، علي الجمل : معجم المصطلحات التربوية ، المعرفة في المناهج و طرق

التدريس، عالم الكتب ، القاهرة ، 1996

4. احمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2001

5. كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية ، انجليزي عربي ، دار الجيل للطبع و النشر و

التوزيع ، بيروت ، 1994 ، ط2 ، م1

6. محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2004

2/ الكتب باللغة العربية:

7. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979

8. إحسان حفطي: علم اجتماع التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2004

9. احمد جمال ظاهر : دراسات الفلسفة السياسية ، دار الكندي ، الأردن ، ط 1 ، 1988

10. احمد زايد : علم اجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية ، مؤسسة نوميديا للثقافة و

العلوم ، 1984

11. احمد عارف العساف و محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية

(المفاهيم و الأدوات)، ط2، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2015

12. أسامة لغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث ، عالم المعرفة، مطابع الرسالة
سلسلة 117، الكويت
13. اسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، دار أسامة للنشر و
التوزيع، الأردن ، 2011.
14. إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، دار أسامة للنشر و
التوزيع، الأردن، 2011،
15. إقبال إبراهيم مخلوف : العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية ، اتجاهات نظرية ،
دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، د،ط
16. إمام شكري إبراهيم احمد القطان : الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين ، مركز
الإسكندرية ، الإسكندرية ، 2009
17. إياد شاکر البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن
، ط 1 ، 2003
18. بهاء الدين إبراهيم سلامة : الصحة و التربية الصحية، دار الفكر العربي، القاهرة، د، ط
19. جمال العيفة : مؤسسات الإعلام و الاتصال (الوظائف ، الهياكل ، الأدوار) ، ديوان
المطبوعات الجامعية ، 2010
20. حسين محمد جواد الحبورى: منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية) ،
دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ط2
21. خالد حامد : مدخل إلى علم الاجتماع ، جسور للنشر و التوزيع ، ط 3 ،المحمدية،
الجزائر، 2015،

22. درويش أية حريير : سلطة وسائل الإعلام في السياسة ، ترجمة اسعد أبو ليدة ، دار
البشير للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 2 ، 2000
23. درويش لية جريير : سلطة وسائل الإعلام في السياسة ، ترجمة سعد أبوليدة ، دار
البشير للنشر و التوزيع عمان ، ط 2 ، 2000
24. الدسوقي عبده إبراهيم : التغيير الاجتماعي و الوعي الطبقي (تحليل نظري) ، دار
الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2004
25. ربحي مصطفى عليان: طرق جمع البيانات و المعلومات لأغراض البحث العلمي ، ط2،
دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2014
26. رقية طه جابر الحلواني : دور المرأة المسلمة في التنمية ، دراسة عبر المسار التاريخي
، ط 1 ، 2006
27. رقية طه جابر الحلواني : دور المرأة المسلمة في التنمية ، دراسة عبر المسار التاريخي
، ط 1 ، 2006
28. رقية طه جابر الحلواني : دور المرأة المسلمة في التنمية ، دراسة عبر المسار التاريخي
، ط 1 ، 2006
29. زهير احدان : تاريخ الإذاعة و التلفزة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1984
30. زينب منصور حبيب : الإعلام و قضايا المرأة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط
1 ، 2011
31. سلوى عبد الله عبد الجواد و أمل محمد سلامة غياري : الاتصال الاجتماعي في الخدمة
بين النظرية و التطبيق ، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2002 ، ط 1
32. سمير نعيم احمد: النظرية في علم الاجتماع، د، ن، القاهرة، 2006

33. سهير جاد ، سامية احمد علي : البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون ، ط 2 ، دار
الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ، 1999
34. سهير محمد حسن: بحث التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتسبة ، تجربة عين
الصيرة ، جمعية الرعاية المتكاملة ، مكتبة عين الصيرة ، د ، ت
35. سوزان يوسف و هبة بهجة : إنتاج البرامج للراديو و التلفزيون ، مكتبة الشباب ، القاهرة
1993 ،
36. الشاعر عبد المجيد و آخرون : الصحة و السلامة العامة ، اليازوري العلمية للنشر و
التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2001
37. شكري صابر ، موسى حلس : الوعي الاجتماعي العربي تحليل سوسيولوجي ، مكتبة
دار المنارة ، غزة ، 2002
38. شهيناز طلعت : وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية ، دار الكتب العلمية للنشر و
التوزيع ، القاهرة ، ط 1 ، 1980
39. صادق الأسود: علم الاجتماعي السياسي : جامعة بغداد ، بغداد ، ط 1 ، 1990
40. صالح ذياب هندي : اثر وسائل الإعلام عل الطفل ، دار الفكر ، الأردن ، ط 2 ،
2008
41. صفرة الهام و آخرون : الاتصال التنموي في الجزائر - الأسس و الوظائف و
الاستراتيجيات ، معهد الآداب و اللغات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال
42. صفرة الهام و آخرون : الاتصال التنموي في الجزائر - الأسس و الوظائف و
الاستراتيجيات ، معهد الآداب و اللغات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال

43. صفرة الهام و آخرون : **الاتصال التنموي في الجزائر - الأسس و الوظائف و الاستراتيجيات** ، معهد الآداب و اللغات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال
44. صلاح الدين شروح: **منهجية البحث العلمي للجامعيين** ، دار العلوم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2003
45. طارق السيد: **علم اجتماع التنمية**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007.
46. طارق سيد احمد: **الإعلام المحلي و قضايا المجتمع** ، دار الفكر الجامعية، ب ب ن، 2004
47. طارق سيد احمد: **الإعلام المحلي و قضايا المجتمع** ، دار الفكر الجامعية، ب ب ن، 2004
48. طارق سيد احمد: **الإعلام المحلي و قضايا المجتمع** ، دار الفكر الجامعية، ب ب ن، 2004
49. طه عبد العاتي : **نجم الاتصال الجماهيري في المجتمع الغربي الحديث** ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2009
50. عاطف العبد عدلي ، ماجي الحلواني : **الأنظمة الإذاعية في الدول العربية** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987
51. عامر إبراهيم القندلجي : **الإعلام المعلومات و الانترنت** ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2013 ، ط 1
52. عامر مصباح : **الإقناع الاجتماعي** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط 2 ، 2006

53. عبد الباسط عبد المعطي: الوعي التنموي العربي، ممارسة بحثية ، دار الموقف العربي
للصحافة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 1983
54. عبد الدائم عمر الحسن: أسس الكتابة و الإنتاج الإذاعي بالراديو ، دار الفرقان ، عمان
، 1998
55. عبد الرحمان العيسوي : الإسلام و العلاج النفسي ، دار الإسلام و العلاج النفسي ،
الإسكندرية ، د.ت
56. عبد الشافي حيدر : إرشادات صحية ، جمعية الهلال الأحمر لقطاع غزة ، غزة ،
2002
57. عبد العزيز شرف : الأساليب الفنية في التحرير الصحفي ، دار قباء للطباعة و النشر
و التوزيع ، القاهرة ، 2000
58. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال ، دار الكتاب المصري،
القاهرة، ط 2، 1989
59. عبد الله محمد عبد الرحمن : سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ،
2002
60. عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، المركز الجامعي للطباعة
الالكترونية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987
61. عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، المركز الجامعي للطباعة
الالكترونية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987
62. عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، المركز الجامعي للطباعة
الالكترونية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987

63. عبد المجيد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 2 ، 1996 ،
64. عبد الملك عبد العزيز الشلهوب : بحث مقدم حول دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي ، د،ط ، دت
65. عبير أمين: تزييف وعي الشباب بين العولمة و الدعاة الجدد ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، 2006 ،
66. علاء الحسنون: تنمية الوعي ، دار الغدير للطباعة و النشر و التجليد ، إيران ، ط 1 ، 2003
67. علي الحوات : النظرية الاجتماعية اتجاهات أساسية ، منشورات جامعة الفاتح ، ليبيا ، 1997
68. علي غربي : علم الاجتماع و الثنائيات النظرية التقليدية المحدثه ، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، قسنطينة ، 2007 ، ص 129 .
69. فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني لطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2003
70. فضاة وفاء منذر: التثقيف الصحي في مجالات التمريض ، مكتبة النشر للتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2004 ،
71. فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 ،
72. فهمي العدوي : إدارة الإعلام ، دار أسامه للنشر و التوزيع ، الأردن : عمان ، 2010 ،

73. فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان،
2014
74. فيصل عبير عبد المنعم: علم الاجتماع و تنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية و
العالمية، المكتبة المصرية للنشر و التوزيع، المنصورة، 2009
75. كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري و الإعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات
(، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، ط1 ، 2014
76. ماجي الحلواني حسين: مقدمة في الفنون الإذاعية و السمع بصرية ، مركز جامعة
القاهرة، القاهرة، 1991
77. محمد الجوهري و آخرون : علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال ، دار المعرفة
الجامعية ، الإسكندرية ، 1999
78. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،
الجزائر ، ط 2 ، 1986
79. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،
الجزائر ، ط 2 ، 1986
80. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،
الجزائر ، ط 2 ، 1986
81. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،
الجزائر ، ط 2 ، 1986
82. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،
الجزائر ، ط 2 ، 1986

83. محمد السيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، ط 2 ، 1986
84. محمد جلال الغندور : البحث العلمي بين النظرية و التطبيق ، دار الجوهر للنشر و التوزيع ، ط1، مصر، سنة 2015
85. محمد صاحب سلطان : العلاقات العامة و وسائل الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2011
86. محمد عبد الفتاح محمد : العلاقات العامة منظمات الرعاية الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسنديرية ، 2006
87. محمد محمود مصطفى : الإعلام الفعال تجارب محلية و دولية ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن ط 2 ، 2004
88. محمد يزيد لرينونة، أسس علم النفس، جسور للنشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2015
89. محمود عبد المنعم شحاتة : التدخين بوابة المخدرات ، مكتبة الزهراء ، القاهرة ، 1991
90. محي الدين مختار: الاتجاهات النظرية و التطبيقية في منهج العلوم الاجتماعية، الجزء الأول، منشورات جامعة باتنة،
91. محي الدين مختار: محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981
92. مسفر بن علي القحطاني : الوعي الحضاري مقاربات مقاصدية لفقه العمران الإسلامي ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر
93. مصطفى حميد كاظم الطائي : الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع ، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2007 ، ط 1

94. مصطفى محمد عيسى فلاتة : الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم ، جامعة الملك

سعود ، المملكة العربية السعودية ، 1991

95. منى سعد الحديدي ، سلوى إمام علي : الإعلام و المجتمع ، الدار المصرية اللبنانية ،

القاهرة ، 2004 ، ط1

96. نورالدين تواتي : الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية ،

ط2 ، الجزائر ، 2009

97. هادي نعمان: إشكالية المستقبل في الوعي العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ،

بيروت ، 2003

98. ياسر نعيم عد الله: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي

لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية، دار الراهة للنشر والتوزيع ،الأردن، ط1 2018

99. يحيى بن شرف و أبو زكريا النووي : شرح النووي على مسلم ، باب جواز خروج المعتدة

البائن و المتوفى عنها زوجها في النهار لحاجتها ، دار الخبر ، الكويت ، 1996

100. يوسف مرزوق : فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ،

2009

3/ الكتب الأجنبية:

101. Andrée Michel : **femme, sexisme et société**, éd puf , France ,

1997 , p 172 .

4/ المجالات:

102. داود بورقيبة : عمل المرأة و أثره على التنشئة الاجتماعية للطفل ، مجلة دراسات ،

العدد 57 ، أوت 2017

103. سالم علي: الوعي بين الفرد و الجماعة و الممارسة ، مجلة الفكر العربي المعاصر ،

1990

104. عبد الله بوجلل : الإعلام و قضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي ، المستقبل

العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 147 ، بيروت ، 1991

105. عبد الله بوجلل : الإعلام و قضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي ، المستقبل

العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 147 ، بيروت ، 1991

106. علي اسعد وطفة: التحديات السياسية و الاجتماعية في الكويت و الوطن العربي ، بحث

في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت ، مجلة عالم الفكر ، الكويت العدد 3 ،

المجلد 31 يناير مارس 2003

107. هيثم فيصل علي : بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار ،

مجلة الانبار ، العدد الثالث ، 2010

5/ المذكراتو الرسائل الجامعية:

108. البقيع ادم إسحاق أبو الزاكي : دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية ، دراسة

تطبيقية على برامج إذاعة نبالا ، لنيل درجة ماجستير في علوم الاتصال ، جامعة السودان

للعلوم و التكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا و علوم الاتصال ، السودان ، 2012

109. حورية بن عياش : صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات

الشخصية : السن ، المستوى التعليمي و صورة الذات ، رسالة ماجستير ، معهد علم النفس و

العلوم التربوية ، جامعة قسنطينة (1994 – 1995)

110. رانيا عبد الرحمان و دسوقي محمد الأخرس : دور الصحافة و الإذاعة المدرسية في

تنمية وعي الطلاب ، ماجستير ، قسم أصول العربية ، كلية العربية ، 2004

111. سماعيل زهرة : دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الماكثة في البيت ، إذاعة تيارت نموذجا ، مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر ، جامعة عيد الحميد بن باديس ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، مستغانم ، 2012 - 2013
112. شانم بن لافي الهمزاني : تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه و مستوى الوعي الديني بالتطبيق على مسلمي ألبانيا ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، قسم علم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية ، كلية العلوم الاجتماعية ، السعودية ، 1995
113. شعباني مالك : دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ، جامعة منتوري ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا ، قسنطينة ، 2005 - 2006
114. غزال مريم و شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس ، تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة قاصدي مرباح ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، ورقلة ، 2013/2014
115. فؤاد علي العاجز: دور التربية الترويحية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانويين من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة و سبل تطويره ، الجامعة الإسلامية ، مجلة الجامعة الإسلامية ، غزة ، المجلد 17.2009 ، ص ، ص

116. ليليا شاوي : دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين ،
مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير لعلوم الإعلام و الاتصال ، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر
، 2008 – 2009 ،
117. محمد حسين أبو عرقوب : دليل المفهوم و التطبيق للراديو المجتمعي ، مشروع دعم و
تأييد الإذاعات المجتمعية في المنطقة العربية ، عمان، 2011
118. محمد سعود العريفي : العلاقة بين الوعي الاجتماعي و الحد من انتشار العقاقير
المخدرة ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، د،ت
119. محمد سليم مسعد الحارثي : الوعي الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى
طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض ، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة
الماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص التأهيل و الرعاية الاجتماعية ، جامعة نايف العربية
للعلوم الأمنية ، كلية الدراسات العليا ، الرياض ، 1434 – 1435
120. محمد عبد الله محمد الحورش: الوعي و المشاركة السياسية لدى المواطن اليمني ،
دراسة ميدانية، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية ،
كلية الآداب و العلوم ، جامعة الشرق الأوسط، عمان ، 2010
121. مليكة الحاج يوسف : أثار عمل الأم على تربية أطفالها ، دراسة ميدانية لبعض
الأمهات العاملات بمدينة الشارقة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية
العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، 2002 ،
122. مليكة زيد : دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت ، مذكرة
تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية ، تخصص دعوة إعلام و اتصال ، جامعة

الشهيد حمة لخضر ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم العلم الاجتماعية ، شعبة العلوم الإسلامية ، الوادي ، 2014 – 2015

123. موسى عبد الرحيم حلس : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، دراسة ميدانية على عينية من طلاب كلية الآداب ، جامعة الأزهر بغزة ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، غزة ، المجلد 12 ، العدد 2 ، 2010
124. مؤيد أطلال: الوعي الإنساني من التأمل المجرد إلى الممارسة الثورية ، دراسات عربية فكرية اقتصادية اجتماعية تصدر شهريا عن دار الطليعة، بيروت، العدد 05، آذار – مارس 1975

125. ناصر علي مهدي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12 ، العدد 2.2010

6/ المواقع الالكترونية:

126. عبد الكريم بكار : الوعي مكونات الوعي – الإعلام و تشكيل الوعي و الصورة الذهنية ، أكاديمية بناء المفكر ، 2 ماي 2001 ، 17:48 مساء ، تمت زيارة الموقع بتاريخ 28 / 12 / 2019 . . [https:// www.facebook com/ not 423182347716384](https://www.facebook.com/not423182347716384) .
127. احمد مختار مكي : دراسة تأثير مقرر التربية الدينية في الوعي الديني لدى طلاب كلية التربية ، شعبة التعليم الابتدائي ، جامعة أسيوط ، 2000 ، تمت زيارة الموقع بتاريخ 30 / 12 / 2019 ، [http://makkyeducation .arabblogs.com/reshtl](http://makkyeducation.arabblogs.com/reshtl) .

128. أفنان بنت محمد تلمساني : ورقة عمل عنوانها (أهمية و اثر وعي المرأة بحقوقها و واجباتها) ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة ، 2001 ، تمت الزيارة بتاريخ 2019 / 12 / 31 ، <http://uquedu sa/page/ar/ 93199952> ،
129. جميلة زيان : الإعلام و دوره في التواصل الديني (مقال ، 15 فبراير 2014 ، تمت الزيارة بتاريخ 2019 / 12 / 31 ، الساعة 14:37 ، <http://islamatina/com./news 1309.html> ،
130. محمد بالروين : من اللاوعي إلى الوعي السياسي ، الأربعاء 2 يوليو 2008 ، تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020/01/01 ، على الساعة 10:05 ، <http://www,libya,watanona, com. /adab/ mberween/mba /html/2078>
131. باديس لونيس : الثقافة و وسائل الإعلام ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، السبت 15 فيفري 2014 . تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020/01/03 ، <blogspot.com/2014/02/blog.post.15html>.

الملاحق

الملحق رقم 02:

بطاقة تقنية لإذاعة الطارف المحلية:

- ❖ التسمية: إذاعة الطارف الجهوية.
- ❖ الموقع : تقع إذاعة الطارف الجهوية في أقصى الشرق الجزائري، بمنطقة ذي أهمية، تتوسط مختلف الهياكل الإدارية الجديدة للولاية، كما أنها تقع على الطريق الوطني رقم 82 عند المحور المؤدي إلى طريق القالة و منها إلى تونس الشقيقة.
- ❖ المقر: مساحته 3484 م² منها 437 م² مبنية.
- ❖ مكونات المقر: طابق علوي و آخر ارضي في هذا الأخير يوجد أستوديو البث، الإنتاج، خلية للمراسلات، مركز البث و الذبذبات و مكاتب. أما الطابق العلوي به الإدارة و المالية.
- ❖ تاريخ الإنشاء: أنشئت إذاعة الطارف الجهوية في 2010/06/01 و انطلق بها أول بث في 2010/06/30.
- ❖ المديرية: بن حملات الهام.
- ❖ عدد العمال: المدير + 32 عامل +1 موزعون كالتالي:
5صحفيين، 4 منشطين، 5 مخرجين، 5 مهندسي صوت، 3 إداريين، 5 أعوان امن، 3 سائقين، 2 عمال نظافة.
- ❖ الحاضرة بها 4 سيارات.
- ❖ رقم الهاتف: 038.30.29.31.
- ❖ الموجة:

يمكن التقاط برامج إذاعة الطارف الجهوية على 5 ترددات على موجة FM الموجة
الأولى الرئيسية 88.3 و 4 موجات إعادة بث لمناطق الظل و هي على التوالي 94.6،
96.0، 98.4، 101.4.

الملحق رقم 03

الهيكل التنظيمي لمؤسسة إذاعة الطارف الجهوية

