

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -  
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة  
قسم: علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

## دور إذاعة الاغواط في تنمية الثقافة الجمالية لدى المرأة

### المحلية

دراسة ميدانية على عينة من مستمعات برنامج "عالم الصباح ركن التجميل" بإذاعة الجزائر  
من الاغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال  
تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

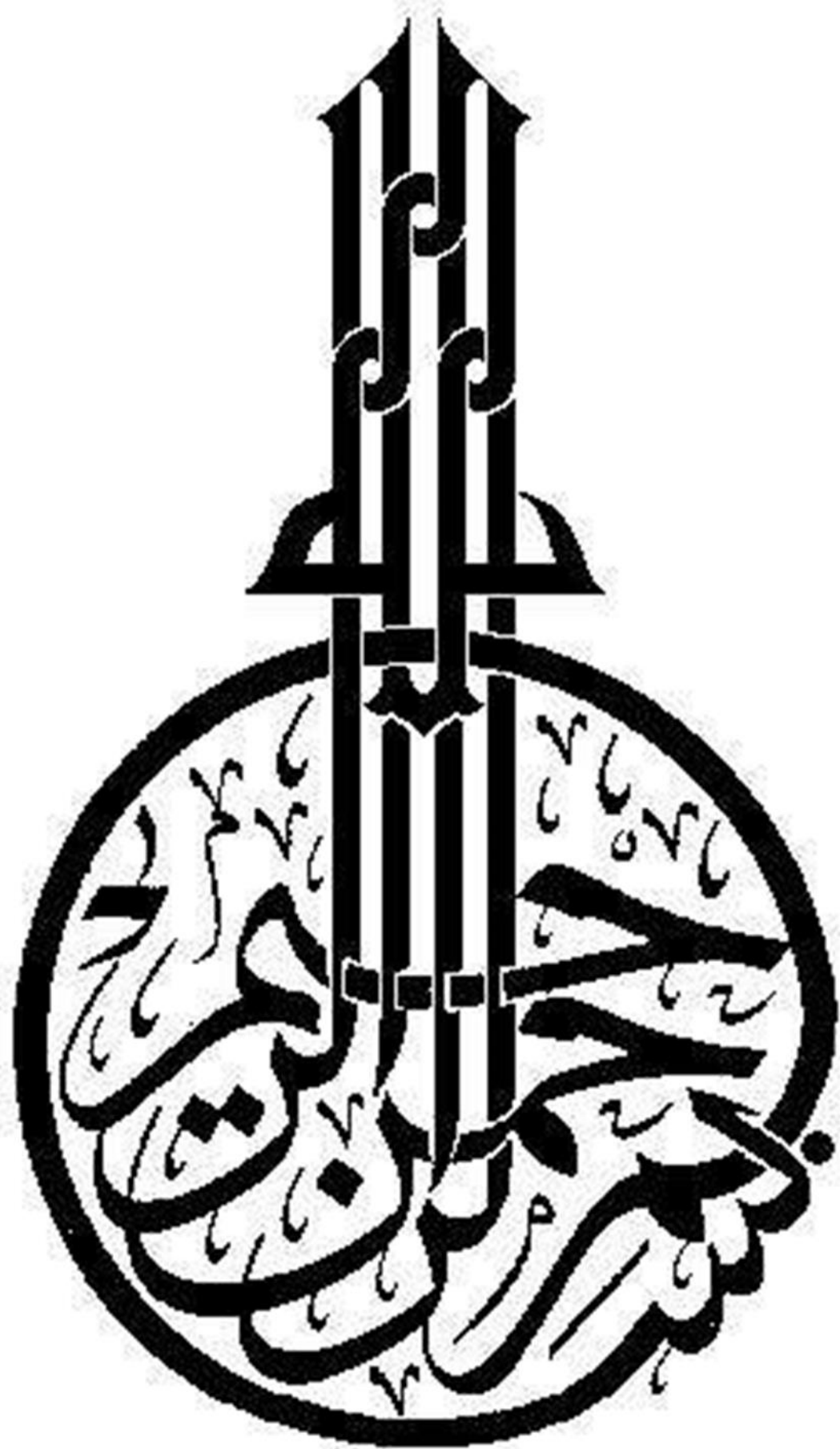
إعداد:

د. ذهبية ايت قاسي

حورية شقنن

| الصفة           | الدرجة العلمية | أعضاء اللجنة      |
|-----------------|----------------|-------------------|
| رئيسا           | أ.د.           | د. عطالله طريف    |
| مشرفا ومقررا    | أ.د.           | د. ذهبية أيت قاسي |
| ممتحنا و مناقشا | استاذ محاضر    | د. موسى جخدم      |

السنة الجامعية 2024/2023



## كلمة شكر

الحمد لله الذي علّم الإنسان ما لم يعلم، نشكره ونحمده على أنه  
أعاننا ويسر لنا السبيل حتى  
فرغنا بحمده وتوفيقه من إتمام هذا العمل العلمي الذي يعدّ ثمرة  
جهدنا وجهد العديد ممن ساعدونا.

يشرفني أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من مدّ يد المساعدة لنا  
وساهم من قريب أو من بعيد في انجازه، وأخصّ بالذكر استاذتي  
المحترمة المشرفة آيت قاسي زهيدة ام سيرين على جهودها و  
صبرها و تعاونها معنا دون أن ننسى فضل الدكتورة المحترمة  
بومدين زوليخة على تعاونها معنا و ما قدمته لنا من  
معلومات و جهد و إلى كل اساتذتي المحترمين جميعا دون  
استثناء على ما قدموه لنا طيلة مشوارنا الدراسي الجامعي.

شقنان حورية

## الإهداء:

قال تعالى: "يرفع الله الذين آمنوا والذين أتوا العلم درجات".

نسأل الله تعالى عز وجل ان يرفعنا في درجاته العلى وأن يحشرنا في زمرة اهل العلم عنده وأن يجعل عملنا هذا شاهدا علينا

أهدي هذا العمل إلى روح الغالين على قلبي امي الحبيبة و ابي الحبيب رحمة الله عليهما .

كذلك اهديه إلى من يدعمني دائما سندي زوجي ياسين التاوتي، كذلك الى إخوتي وأخواتي كل واحد باسمه وخاصة أختي الكبرى التي هي في مقام أمي فليحفظها الله والعائلة الكريمة دون استثناء، وإلى صديقاتي و كل زملائي و زميلاتني في مشوار الدراسة كما هديه إلى كل من ساندني و شجعني وساعدني في إنجاز هذا العمل .  
شقنان حورية



# الفهرس

| الباب الأول: الإطار المنهجي للدراسة            |  |
|--|--|
| أ_ث  | مقدمة  |
| الفصل الاول: الأسس المنهجية للدراسة            |  |
| 06-05  | 1. الاشكالية   |
| 06   | 2. الأسئلة الفرعية   |
| 10-06  | 3. تحديد مفاهيم الدراسة                                      |
| 11-10  | 4. أسباب اختيار الموضوع                                      |
| 12-11  | 5. أهداف الدراسة   |
| 12   | 6. أهمية الدراسة   |
| 12   | 7. صعوبات الدراسة  |
| 25-13  | 8. الإطار المرجعي للدراسة                                    |
| 28-25  | 9. الدراسات السابقة  |
| الفصل الثاني: ماهية الإذاعة المحلية في الجزائر |  |
| 30   | تمهيد  |
| 36-31  | المبحث الاول: نشأة وتطور الإذاعة في العالم وخصائصها واهدافها |
| 36-31  | المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة في العالم                   |
| 38-36  | المطلب الثاني: خصائص الإذاعة واهدافها                        |
| 40-39  | المبحث الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر وخصائصها           |
| 40-39  | المطلب الأول: نشأة وخصائص الإذاعة المحلية في الجزائر         |
| 43-40  | المطلب الثاني: وظائف الإذاعة المحلية وأهدافها                |
| 44   | خلاصة الفصل الثاني   |
| الفصل الثالث: البرامج الاذاعية ومفهوم الجمال   |  |
| 46   | تمهيد  |
| 47   | المبحث الاول: مفهوم البرامج الإذاعية                         |
| 47   | المطلب الأول: التعريف بالبرامج الإذاعية                      |
| 52-47  | المطلب الثاني: نواع البرامج الإذاعية                         |

|   |  |
|---|--|
| 54-52                                     | المطلب الثالث: الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية |
| 55  | المبحث الثاني: مفهوم الجمال                              |
| 55  | المطلب الأول: التعريف بالجمال                            |
| 65-56                                     | المطلب الثاني: معايير الجمال                             |
| 66  | خلاصة الفصل الثالث                                       |
| الباب الثاني: الإطار الميداني للدراسة     |  |
| الفصل الرابع: الإجراءات التطبيقية للدراسة |  |
| 69  | تمهيد  |
| 70  | المبحث الأول: المنهج المستخدم وحدود الدراسة              |
| 70  | المطلب الأول: منهج البحث وكيفية استخدامه                 |
| 72-70                                     | المطلب الثاني: الحدود البشرية والزمانية للبحث            |
| 72  | المبحث الثاني: تقنيات جمع البيانات والأساليب الإحصائية   |
| 73-72                                     | المطلب الأول: تقنيات جمع البيانات وكيفية استخدامها       |
| 74 - 73                                   | المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث     |
| الفصل الخامس: تحليل معطيات البحث          |  |
| 76  | تمهيد  |
| 77  | المبحث الأول: تحليل خصائص عينة ومعطيات البحث             |
| 79-75                                     | المطلب الأول: تحليل خصائص عينة البحث                     |
| 86-80                                     | المطلب الثاني: تحليل معطيات البحث                        |
| 87  | المبحث الثاني: استخلاص نتائج البحث                       |
| 87  | المطلب الأول: استخلاص نتائج المحور الأول                 |
| 88-87                                     | المطلب الثاني: استخلاص نتائج المحور الثاني               |
| 88  | الاستنتاج العام  |
| 91-90                                     | الخاتمة  |
| 97-93                                     | المراجع المعتمدة   |
| الملاحق                                   |  |

قائمة الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول  | الرقم |
|--------|---|-------|
| 75     | يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن  | 01    |
| 78     | توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي   | 02    |
| 79     | يمثل توزيع افراد العينة حسب الحالة المهنية  | 03    |
| 80     | يمثل توزيع افراد العينة حسب الحالة الاجتماعية   | 04    |
| 82     | يمثل إقبال مفردات العينة على الاستماع لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل   | 05    |
| 82     | يمثل اهتمامات المبحوثات في برنامج عالم الصباح وفقا لوضعيتهم المهنية   | 06    |
| 84     | مدى توافق وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل مع أوقات المبحوثات   | 07    |
| 85     | يمثل الدافع لاستماع المرأة المحلية لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل تبعا للاستفادة من الخلطات التي تم تجربتها. | 08    |

قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل  | الرقم |
|--------|--|-------|
| 19     | نموذج كاتز للاستخدامات والاشباكات                          | 01    |
| 78     | الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب متغير السن        | 02    |
| 79     | الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي  | 03    |
| 80     | الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة المهنية    | 04    |
| 81     | الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية | 05    |

## الملخص باللغة العربية:

هدفت دراستنا إلى الوصول إلى الإجابة عن الإشكالية التالية: هل لبرنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر إذاعة الجزائر من الاغواط دور في تنمية الثقافة الجمالية عند المرأة المحلية؟ وذلك من خلال طرح الاسئلة الفرعية التالية

أ. هل لبرنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر إذاعة الجزائر من الاغواط دور في اكتساب المرأة عادات وأنماط وقيم جمالية عصرية؟

ب. هل لمواضيع برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر إذاعة الجزائر من الأغواط دور في زيادة دوافع استماع المرأة المحلية؟

وللوصول إلى اجابات شافية عن هذه الأسئلة إستخدمنا أداة الملاحظة وتقنية الإستبيان وخلال دراستنا الحالية انتهجنا المنهج الوصفي، ولتفريغ بياناتنا إحصائيا اعتمدنا على برنامج الحزم الاحصائية spss الإصدار 0.24 وقد توصلنا في الأخير الى ان الاذاعة المحلية لها دور كبير في نشر ثقافة الجمال وهذا من خلال نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها على مستوى ولاية الاغواط لبعض النساء المحليات اللواتي يتابعن برنامج عالم الصباح ركن التجميل ويطبقن الوصفات التجميلية بمقر عملنا.

**الكلمات المفتاحية:** برنامج عالم الصباح (ركن التجميل)، إذاعة الجزائر من الاغواط، الثقافة الجمالية المرأة المحلية

### Summary in Arabic:

Our study aimed to answer the following question: does the Alam Al-Sabah (Beauty Corner) program in Radio Algérie de Laghouat have a role in the development of the aesthetic culture of local women? This is done by asking the following sub-questions

A. Does Laghouat's Radio Algérie program Alam Al-Sabah (Beauty Corner) have a role to play in women's acquisition of modern aesthetic habits, styles and values

B. Do the themes of the Alam Al-Sabah (Beauty Corner) program broadcast on Radio Algérie from Laghouat have a role in increasing the listening motivations of local women? To reach satisfactory answers to these questions, we used the observation tool and the questionnaire technique. During our current study, we adopted the descriptive approach, and to empty our data statistically, we relied on the statistical package program (SPSS), version 0.24. We finally concluded that local radio has a major role in spreading the culture of beauty, and this is through the results of the study. The field we conducted at the level of Laghouat state for some local women who follow the Alam Al-Sabah program, Beauty Corner, and apply cosmetic recipes at our workplace.

**Keywords:** Alam Al-Sabah program (beauty corner), Radio Algeria from Laghouat, local women's aesthetic culture

## الباب الأول: الجانب المنهجي للدراسة



# مقدمة

يعتبر الجمال قيمة حضارية في غاية الأهمية للإنسان ، فهو يسهم في الارتقاء بالفرد والسمو بالمجتمع، ويجعل الحياة أكثر إشراقاً وحيوية، وهو سمة بارزة من سمات الوجود، والإنسان بفطرته يدرك جمال الكون، وما فيه من النظام والتناغم والتناسق كما يرى تجليات الجمال في أنواع المخلوقات، وظهوره في عامة الأشياء. فالإحساس بالجمال، وإعطاء النفس حظها منه من شأنه أن يهذب المشاعر، ويسمو بالذوق البشري، وكلما تسامى الإحساس بالجمال لدى الإنسان والوعي بأبعاده الحسية والمعنوية وتفاعل معه، تعالت إنسانيته، وارتقى في سلوكه.

وقد تميزت المرأة عن الرجل و لحقب طويلة، بماهيتها الجسدية حتى أصبح تقديرها على مستوى الجسد والمظهر و ما يمكن أن يقدمه من متعة وخدمة للرجل، أكثر من تقدير جمالها الروحي. وهو ما حفل به التراث الأدبي في نظم الشعر والروايا والقصة والمسرح و غيرها وهذا ما مهد في عصرنا الحالي لظهور صورة المرأة "المغرية"، "الفاطنة"، "الساحرة"، "المفعمة بالحيوية و الأنوثة بشكل جسدها المميز، هذه الصورة جعلت المرأة تلهث وراء شغفها من أجل زيادة جمالها الظاهري بل والتنافس مع غيرها لتحضى بتقدير الرجل ورضاها عن نفسها، وذلك لاستعادة إشراقة مظهرها حتى وهي في مرحلة الشيخوخة، أو في حالة تعرضها لتشوه أو فقد أحد أعضاء جسدها كالأسنان مثلاً أو الشعر . ولتحقيق هذه الغايات أصبح اللجوء لأطباء الجراحة التجميلية و للمتخصصون في مجال التجميل ولخبراء التجميل... من الهواجس التي تسيطر على المرأة ان لم نقل من المسلمات بغض النظر عن مكانتها الاجتماعية أو وسطها حتى وإن كان بنسب متفاوتة

حسب الحاجة والمحيط الاجتماعي والوضع المادي سواء كانت مودل في عالم الأزياء أو ملكة جمال أو موظفة أو مأكثة بالبيت يبقى الهدف واحد وهو حصول المرأة على تلك اللمسة على وجهها وجسدها لتكون أكثر جاذبية وأنوثة وإثارة، وذلك بالجوء الى التجميل أو الى استخدام المستحضرات الطبيعية المتوارثة عن الجدات والأمهات واستعمال الكريمات الصيدلانية وغيرها المناسبة لشد بشرتها ونظارتها لتصبح أكثر جمالاً وجاذبية.

وتجدر الإشارة إلى أن معايير الجمال قد اختلفت منذ القدم بين الأمم والشعوب والحضارات في كيفية تحديد أسلوب التعامل مع الجمال، ومع طريقة توظيف الجمال والاستمتاع به في الحياة الواقعية، إلا أن الغرب اليوم أصبح له حضور فاعل في عالم الجمال من خلال ابتكاراته لمختلف المستحضرات والتجهيزات الخاصة بالجمال والجراحة التجميلية، وكذا طرق التسويق لها بل وحتى خلق نوع جديد من السياحة وهو السياحة التجميلية، ونفس الشيء بالنسبة للمجتمعات العربية حتى وإن كانت بوتيرة متفاوتة فقد اهتمت هي الأخرى بهذا المجال خاصة وأن الاهتمام بكل ما يخص الجمال و جمال المرأة خصوصاً هو تراث متوارث من حضارة بلاد الرافدين والحضارة المصرية، وهذا الإهتمام تبلور بتأطير ثقافة الجمال لدى المرأة العربية بعدد الطرق منها ظهور محلات وورشات لتنمية ثقافة الجمال وتجنيد كافة وسائل الإعلام والاتصال منها البرامج التلفزيونية و بعض القنوات المتخصصة لهذا الغرض وكذا الإذاعة التي تعد واحدة من وسائل الإعلام التي من خلال برامجها الخاصة بالجمال تستهدف برسالتها الإعلامية جمهور عريض، حيث تكتسب الكلمة المذاعة قوة إيجابية لأنها تتميز بخاصية السرعة الفائقة التي تنتقل بها محطة الراديو إلى أذن

المستمع ، و كونها وسيلة إعلامية مهمتها التغيير الإيجابي والتأثير ونشر الوعي بغية تنمية الثقافة الجمالية على وجه الخصوص، وذلك بطرح موضوع الجمال في شكل تفاعلي لتمير معلومات ونصائح للمرأة بخصوص جمالها الظاهري.

وفي نفس السياق تبلور موضوع دراستنا حول دور الاذاعة المحلية في تنمية ثقافة الجمال لدى المرأة المحلية، وذلك من خلال محاكاة عينة من النساء المحليات بولاية الأغواط اللواتي كن يتابعن برنامج عالم الصباح ركن التجميل عبر إذاعة الجزائر من الأغواط وكن قد قصدن قاعة التجميل بالمستحضرات الطبيعية مجال عملنا.

ولبلوغ أهداف دراستنا فقد صممنا بحثنا وفق بابين، حيث عُنون الباب الأول بالإطار المنهجي للبحث، والذي تفرعت عنه مجموعة من الفصول، إذ تضمن الفصل الأول: الأسس المنهجية للبحث، والذي تناولنا فيه مجموعة من المحطات تمثلت في: (مقدمة البحث، ثم الإشكالية وكذا الأسئلة الفرعية، ومن ثمة تحديد المفاهيم ، وكذا أسباب اختيار موضوع البحث، وصولاً إلى أهداف البحث وأهميته وتوضيح الإطار المرجعي للبحث ، وصولاً إلى بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة بمتغيرات بحثنا، وإلى نتائجها وكيفية الإستفادة منها)، في حين جاء عنوان الفصل الثاني: ماهية الإذاعة المحلية في الجزائر والذي شمل (نشأة الإذاعة في الجزائر وخصائصها وأهدافها، ثم الإذاعة المحلية في الجزائر) أما الفصل الثالث فقد جاء مُعنون ب: البرامج الإذاعية ومفهوم الجمال في حين خصصنا الباب الثاني للدراسة الميدانية والذي جاء بعنوان: الإطار الميداني للدراسة والذي تناولنا فيه وفق تسلسل منطقي

لمسار بحثنا (الفصل الرابع الذي كان حول الإجراءات التطبيقية للدراسة والذي تضمن المحطات التالية: (المنهج المستخدم وحدود الدراسة، مجتمع و عينة الدراسة ، تقنيات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث)، أما الفصل الخامس جاء تحت عنوان تحليل معطيات البحث والمتمثلة في ( تحليل خصائص عينة معطيات البحث ، واستخلاص نتائج البحث)، وصولاً إلى استنتاج عام حول نتائج نتائج محاور البحث، لنختم في الأخير بحثنا بخاتمة تضمنت مجموعة من التوصيات المقترحة من طرفنا.



1. الإشكالية
2. الأسئلة الفرعية
3. تحديد مفاهيم الدراسة
4. أسباب إختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. صعوبات الدراسة
8. الإطار المرجعي للدراسة
9. الدراسات السابقة



## 1. الإشكالية

أصبحت ثقافة الجمال قضية اجتماعية تواجه مجتمعاتنا النساء اللاتي يتزايد اهتمامهن بها تشغل حيزا كبيرا في حياتهم، ذلك أن اتباع متطلبات الجمال تجاوز البحث عن الظهور بشكل جميل ومقبول إلى ما أشبه بالهوس بآخر الصيحات والصرعات في مجال الجمال سواء ما يتعلق بالعناية او الظهور بشكل أفضل (رموش، اظافر)، ولا يختلف اثنان على أن الاهتمام اللافت للنظر بالجمال يخص جنس النساء أكثر من الرجال.

وعلى الرغم من أن البعض يرى في اتباع الجمال له اثار سلبية كثيرة منها إهدار الوقت وتبذير الأموال وتفسخ الشخصية وانحلالها بسبب التقليد الأعمى للآخرين، والدخول في حلقة مفرغة من خلال الركض وراء مجارة ما يستحدث في مجال الجمال التي تتغير بشكل سريع جدا واستغلال المرأة للتسويق والبيع وضياع الهوية العربية والمميزات الخاصة بشخصية المرأة المحلية وثقافتها وتراثها .

إلا أن الجمال والوسامة والجاذبية سعي دائم قلما تجد من يتغاضى عنه وسحر يؤثر على كل من حوله، إن أثر الجمال في حياتنا يتجاوز حدود رغباتنا البسيطة ويتعداها الى التأثير في جوانب قلما تخطر ببالنا، إذ يشهد الوطن العربي والعالم في السنوات الأخيرة إقبال متزايد من النساء على مستحضرات التجميل<sup>1</sup>

و تعتبر الإذاعة المحلية أحد روافد الإعلام المحمي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط مع بعضها البعض، بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة، ويعتمد المجتمع المحلي اعتمادا كليا على كل ما في الإذاعة من أفكار، بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الإعلام المحلي<sup>2</sup>

وقد ساهمت الإذاعة المحلية بشكل كبير في توسيع الافاق المعرفية لدى المرأة في شتى الميادين التي من ضمنها ميدان التجميل عبر الحصص المبرمجة للفئة المعنية بهذا المجال

<sup>1</sup> رجاء طه القحطاني وآخرون ، "عمليات التجميل والصورة الذهنية للجمال بين الضرورة والهوس بالمجتمع السعودي"، مجلة مركز حضارات البحر المتوسط، المجلد 07، العدد01، يناير 2023، ص 229.

<sup>2</sup> رشيد خضير، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي دراسة في الوسائل والأساليب-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الشبيد حمة لخضر-الوادي العدد 15 ، مارس، 2016 ص 108

الا وهي المرأة المحلية، فقد سايرت اذاعة الاغواط عبر برامجها جل التطورات الحاصلة في مجال الجمال لتواكب بذلك اهتمامات المرأة المحلية التي تعتبر من اهم جماهيرها، وذلك بسبب الانتشار الكبير لهذه الموضة ، وبناء على ما سبق نطرح الاشكالية التالية :

هل لبرنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الاغواط دور في تنمية الثقافة الجمالية عند المرأة المحلية؟

## 2. التساؤلات الفرعية : بناء على ما سبق نطرح الاسئلة الفرعية التالية

أ.هل لبرنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الاغواط دور في اكتساب المرأة عادات وأنماط وقيم جمالية عصرية؟

ب.هل لمواضيع برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الأغواط دور في زيادة دوافع استماع المرأة المحلية؟

## 3.تحديد مفاهيم الدراسة

فالبحث هو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الباحث للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة بغاية توصيلها لغيره من الناس، وعلى الباحث أن يحدد المفاهيم الرئيسية في بحثه والتي تكون غالبا مذكورة في عنوان البحث، وعند تحديد مفاهيم البحث لابد أن يراعى الباحث:

- التعريف الواضح والدقيق لهذه المفاهيم دون غموض أو تأويل.
- الرجوع إلى قواميس اللغة العربية والأجنبية.
- تحديد مصطلحات المفهوم ومشتقاته ويتم تقسيم المفهوم إلى مصطلحات ويتم تحويلها إلى متغيرات ومؤشرات ثم ترجمتها إلى أسئلة في أداة جمع البيانات.
- تحديد المفهوم بشكل إجرائي<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> زوليخة بومدين، «دور فاعلية أسلوب العمل في ديناميكية التخطيط الاستراتيجي: دراسة تحليلية للاستراتيجيات العملية بمؤسسة الحماية المدنية بالأغواط أنموذجا»، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع التنظيم، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أبو القاسم سعد الله -الجزائر 2-، الجزائر، 2020، 2021، ص ص 6، 7.

### 1.3 مفهوم الدور:

- الدور لغة: هو المهمة أو الواجب المنوط بشخص ما في عمل معين، داور الأمور أي طلب العلاج أدار الرأي و الأمر أي أحاط بهما.

- الدور اصطلاحا: هو نمط من سلوك الفرد أو المجتمع تحدد في ضوء ما يؤديه من أعمال وأقوال في جماعة في إطار الثقافة. الدور اجرائيا: هو مجموعة المهام التي تؤديها إذاعة الاغواط باعتبارها مؤسسة إعلامية، حيث تقوم بمعالجة مختلف القضايا والمواضيع المحلية المتنوعة التي من بينها موضوع الثقافة الجمالية إذ يعد ترميمها ونشرها من الأدوار الأساسية التي تقوم بها برامجها النسائية .

### 2.3 مفهوم التنمية:

- التنمية لغة: نَمى الشيء نماء أو نمواً، وكثر، أنمى الشيء جعله نامياً وهي النمو وارتفاع الشيء من مكانه إلى مكان آخر<sup>1</sup>

- التنمية اصطلاحا: يرى "التويجري" «أن التنمية هي المعادل الموضوعي لتنمية المجتمع ثقافيا، ولتنمية الثقافة اجتماعيا واقتصاديا، لتكون الثقافة عنصرا فاعلا في تطوير آليات النمو، ولتدعيم الجهود التي تسخر للنهوض بمستويات الحياة، ولترفيه الإنسان، وللرفع من قدراته ولتحسين أوضاعه، وتفعيل إسهامه في تقدم المجتمع»<sup>2</sup>

والتنمية تعبيراً أساسياً في كل أنماط الحياة السائدة تتيح هذا التغيير نوعي وكمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري، وفي المجتمع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي .... ويعرفها "روجرز" بأنها «عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدول، وهي مجموعة الوسائل والطرق التي تستخدم من أجل توحيد جهود الأهالي والسلطات العامة بهدف تحيين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي بين المجتمعات القومية والمحلية»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سامح، المعجم الوجيز، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ط1 ، 2007، ص 336

<sup>2</sup> العزيز بن عثمان التويجري ، التنمية الثقافية من منظور إسلامي ، المملكة المغربية ، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو للنشر والتوزيع ، ط02، 2015، ص 11.

<sup>3</sup> صفة إلهام وآخرون، الاتصال التنموي في الجزائر، الأسس والوظائف والاستراتيجيات، معهد الآداب واللغات قسم علوم الإعلام و الاتصال، ص04.

### 3.3 مفهوم ثقافة الجمال:

- الثقافة لغة: إن أصل، كلمة ثقافة هو: ثقف، ولها معنيان رئيسيان متباينان في اللغة العربية:

\* الأول: ثقف في القاموس: ثقفه: أي صادفه أو أخذه أو ظفر به أو أدركه.

\* الثاني: ثقف، يتثقف، ثقفا وثقافا: صار حاذقا، خفيفا، فطنا، ومنه: ثقف الكلام: أي حذقه وفهمه بسرعة، وثقف الولد: هذبه وعلمه، وثقفه تثقيفا: سواه وثاقفه فثقفه: غالبه فغلبه في الحذق.<sup>1</sup>

- الثقافة اصطلاحا: يرى "فاروق خورشيد" «أن الثقافة أرحبُ من أن يُحصر في هذين العنصرين، فلو أخذنا على سبيل المثال الموروث الشعبي كجزء مهمٍ من الثقافة، فإن هذا الموروث يشكل عالمًا رحبًا من الذاكرة الجزائرية، والذاكرة العربية لكونه يتكوّن من عالم متشابك من الموروث الحضاري، والبقايا السلوكية، والقولية التي بقيت عبر التاريخ، وعبر الانتقال من بيئة إلى أخرى، ومن مكانٍ إلى آخر.. وهي سلوكيات، وأقوالٌ راسخةٌ في أذهان الناس إلى يومنا هذا في العقل والضمير العربيين بخاصة، ولا تُستثنى دولةٌ عربية في هذا».<sup>2</sup> وأيضا الموروث الثقافي حسب "أحمد زياد" يضمّ البقايا الأسطورية، أو الموروث الميثولوجي العربي القديم، كما يضمّ الفولكلور العربي في البيئات العربية المختلفة سواء أكان الفولكلور القولي، أو الفولكلور النفعي، أو الفولكلور الممارس، وسواء ظلّ على لغته الفصحى، أو تحوّل إلى العاميات المختلفة السائدة في كلّ بيئة من هذه البيئات، ويضيف "أحمد زياد" إلى أبعد من ذلك فيرى: «إن التراث الشعبي إبداع عفوي أصيل، يحمل ملامح الشعب، ويحفظ سماته، ويؤكد عراقتة، ويعبر عن همومه اليومية، ومعاناة أفرادها على مختلف مستوياتهم، وهو صورة لروحهم العامة، مشعورهم المشترك».<sup>3</sup>

### 4.3 مفهوم الجمال

لطالما ترددت لفظة (إنه جميل) في الحياة اليومية دالة في ذلك على القدر الذي بثه فينا

<sup>1</sup> خلفاوي حكيم، «ثقافة المؤسسة وأثرها على مستوى الانضباط والتسيب»، رسالة ماجستير في علم النفس العمل والتنظيم،

كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران-02، الجزائر، 2017-2018، ص 23.

<sup>2</sup> فاروق خورشيد، الموروث الشعبي، دار الشروق، بيروت، ط 1، 1992، ص 12.

<sup>3</sup> أحمد زياد محبك، دراسة تحليلية للحكاية الشعبية، دار المعرفة، بيروت، (ب ط)، 2005، ص 62.

تلك الأشياء الجميلة، لونه الساحر أو تناسق شكله، ييؤء باستحواذه عن سر يجذب نحو  
وكون الجمال صفة نسبية راجع للذوق العام والخاص معا، لقي ذلك تفاوت بين بني البشر  
في إيجاد تعريف جامع مانع، فاختلفت الآراء وتعددت المذاهب، ولكنهم متفقون على أنه  
الجمال لإحساس وذوق وشعور رائع !

#### - الجمال لغة:

جاء معنى الجميل في كتاب "العين" بمعنى بهاء وحسن. ويقال: «جاملت فلانا مجاملة  
إذا لم تُصِفِ له المودَّةَ وماسحته بالجميل.» ويقال: «أجملت في الطلب، والجملَة جماعة  
كل شيء بكماله من الحساب وغيره. وأجملت له الحساب والكلام من مجمل كرم<sup>1</sup> ،  
فهو «الجميل يدل على الحُسْن في الخُلُقِ والخُلُقِ في قاموس المحيط جميل، كأمر  
وعُرابٍ ورُمانٍ. والجميلة والتامةُ الجِسْمِ من كل حيوانٍ . وتجمَلَّ: وجاملَه: لم يُصِفِه الإخاء  
بل ماسحه بالجميل، أو أحسنَ عِشْرَتَهُ. وجمال كأن لا تفعل كذا، إغراءً، أي الزم الأجمَل  
ولا تفعل ذلك»<sup>2</sup>

#### - الجمال إصطلاحا

يقول "أبو ريان" «إننا في مجال البحث الجمالي أمام ظاهرة تستعصي على التعريف ما  
دما في مجال الوجدان والشعور لا في مجال العقل والقضايا المنطقية.»<sup>3</sup> أما "كانط"  
فيرى «أن الأساس الجمالي" يكمن في انسجام الفهم والمخيلة، بفضل حرية تحرك هذه  
الأخيرة. فضلا عند ذلك أن العبقرية المبدعة للأفكار الفنية والتي بدورها قد لا يرى النور  
أي صنيع فني، تكمن هي نفسها في الانسجام بين الفهم والمخيلة، هذا الانسجام تفسره  
جميع الخواطر الجمالية لدى كانط»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الخليل بن أحمد الفراهيدي، العين، مج1 ، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، (ب ط)، 2003، ص 261

<sup>2</sup> مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، قاموس المحيط، دار الكتب العلمية، ج 1 ، بيروت، لبنان، 1999، ص 470.

<sup>3</sup> محمد علي أبو ريان، فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط5، (ب س ن) ، ص75 .

<sup>4</sup> دني هويمن، علم الجمال، ترجمة: ظافر الحسن، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 1975، ص61

## - الثقافة الجمالية إجرائيا:

هي التركيز على جمال المرأة وزينتها وإبراز الجاذبية فيها ويتركز أيضاً على العناية بمظهر البشرة والشعر والجسم، حيث لا تتجسد معالم التجميل في المستحضرات فقط بل يتعدى ذلك إلى تركيب العدسات والرموش واللاظافر والعناية بالوجهة ففي يومنا هذا لم يعد الحديث عن ثقافة الجمال أمراً عابراً بل هو منهج حياة يسمح لنا بإظهار جمالنا الخارجي وكذا شخصيتنا.

### 5.3 مفهوم المرأة المحلية:

- المرأة لغة: المرأة من مرأ، اسم من مرئ الطعام وجمع نساء ونسوة من غير لفضها وهي مؤنث الرجل<sup>1</sup>

- المرأة اصطلاحاً: المرأة هي ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل وفي الأصل الحلقة ونختلف معه في البيئة الفيزيولوجية لقوله تعالى: «وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنْثَى» آل عمران 36، أي في البناء الفيزيولوجي وبالتالي في المهام تستند لكل وقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم وجود غارق بين الرجل والمرأة جسدياً ونفسياً وثقافياً وعقلياً وليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل والمرأة إنما الظروف الاجتماعية والاقتصادية والعقائدية أوجدت هذه الفروق<sup>2</sup>

## - المرأة المحلية إجرائيا

نعني بمفهوم المرأة المحلية هي تلك المرأة بجميع اطيافها الاجتماعية والعمرية المتتبعة لبرنامج عالم المرأة (ركن التجميل) عبر اذاعة الاغواط والتي تستمع لمحتواه وتتفاعل معه.

### 4. أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل البحث هو مرحلة إختيار الباحث لموضوع يساهم في إثراء المجال

المعرفي، وهناك مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

<sup>1</sup> مليكة زيد ، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، دراسة ميدانية ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية - تخصص، دعوة وإعلام واتصال ، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -2014-2015، ص 24.

<sup>2</sup> هيثم فيصل علي، العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث، 2010، ص 480

#### 1.4 الأسباب الذاتية:

- الخوض في هذا الموضوع ومحاولة سبر أغواره وتغيير الفكرة النمطية المترسخة لدى الكثير من الطلبة الباحثين بأنه حكر على بعض التخصصات الأخرى كأثروبولوجيا الجسد بسبب نقص الدراسات فيه لاسيما في حقل الإعلام والاتصال .
- محاولة مني نقل خبراتي من برنامج عالم الجمال وتجربتي مع المستمعات عبر الأثير حتى تكون ملهمة للطلبة لكي يرفعوا التحدي للخوض فيها.
- الرغبة في نقل مخرجات برنامج عالم الصباح ركن التجميل في شكل بحث علمي للوصول الى النتائج التي احرزها هذا البرنامج تنمية ثقافة الجمال لدى المرأة الأغواطية المحلية .
- الرغبة في التعرف على ما يبرزه برنامج عالم المرأة من قيم سلبية وإيجابية في مجال ثقافة الجمال والذي نجح في استمالة عدد كبير جدا من جمهور اذاعة الاغواط لاسيما المرأة المحلية.

#### 2.4 الأسباب الموضوعية:

- محاولة التعرف على أهمية الاذاعة المحلية في حياة المرأة الأغواطية .
- يعتبرموضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب ندرة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تبرز دور الاذاعة الأغواط في تنمية ثقافة الجمال لدى المرأة المحلية
- المساهمة في نشر الوعي لدى المستمعات بمختلف الفئات العمرية في الجزائر حول استخدامهن مستحضرات التجميل عبر برامج الاذاعة".

#### 1.5 أهداف الدراسة:

- هناك مجموعة من الأهداف نصبوا إلى تحقيقها تتمثل فيما يلي:
- معرفة الخصائص أو الصفات العامة لجمهور اذاعة الاغواط عامة والمرأة المحلية بصفة خاصة والتي توجه سلوكها وتنمي ثقافة الجمال لديها.
- التعرف على العادات والأنماط الجمالية العصرية التي تكتسبها المرأة المحلية من خلال الإستماع لبرنامج عالم الصباح (ركن التجميل).
- الوصول إلى الدوافع التي تجعل من المرأة تخصص وقتا لمتابعة برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر الأثير.

- الوصول الى دور برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الأغواط في تنمية قيم الجمال لدى المرأة المحلية.

## 6. أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته باعتباره يستهدف مجموعة كبيرة من المستمعات وهم جمهور اذاعة الاغواط إذ رأينا أن هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات الجزائرية ، وتستفيد منها على العموم الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وطلبة قسم الإعلام والاتصال والمهتمون بمواقع بالاذاعة المحلية والمرأة وثقافة الجمال خصوصا، وبما أن هذه الثقافة تعتبر قديمة الضهور حديثة التداول، فإن الباحث يأمل أن تفتح هذه الدراسة الباب واسعا أمام الدارسين والباحثين، للخوض أكثر في غمار ثقافة الجمال لدى المرأة المحلية .

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على المرأة المحلية وتأثرها ببرامج الاذاعة المحلية عموما وبرنامج عالم المرأة خصوصا، مما يخلق بعض النقاط المهمة التي توضح الاثر الكبير على المرأة المحلية نظرا لانعدام الدراسات التي تناولت ثقافة الجمال لدى المرأة المحلية يمكن أن تكون هذه الدراسة بمثابة إثراء للدراسات الإعلامية والاجتماعية.

## 7. صعوبات البحث:

خلال قيامنا ببحثنا لقد صادفتنا مجموعة من الصعوبات ولعل أهمها:

- صعوبة ضبط العينة، وهذا بسبب عدم تزامن البحث مع البرنامج لأن برنامج عالم الصباح ركن التجميل قد تم ايداعه خلال سنتي 2017 إلى 2019 كل يوم ثلاثاء من الساعة التاسعة إلى العاشرة صباحا وفي هذه الفترة كانت النساء المحليات يتفاعلن مع مواضيع الركن حول الخلطات الطبيعية وفي نفس التوقيت كان منهن بعض الزبونات اللواتي يقصدن صالون التجميل الخاص بنا. ولظروف خارجة عن نطاقنا انقطعت عن اعداد البرنامج وانقطعت معه علاقتي مع الكثير من المستمعات اللواتي يقمن عبر بلديات ودوائر وضواحي ولاية الأغواط وبقيت علاقتي قائمة مع بعض مستمعات المقيمت بالولاية واللواتي مازلنا يترددنا على صالون التجميل بالخلطات الطبيعية وهن اللواتي عملت جاهدة للوصول اليهن وانتقائهن من بين الكثيرات خلال انجازي لهذه المذكرة .

## 8. الإطار المرجعي:

على الباحث أن يختار المقاربة النظرية التي تبدو له أنها الأكثر ملائمة مع موضوع بحثه وإما أن يحاول طرح مقاربة نظرية جديدة تتجاوز المقاربات القائمة<sup>1</sup> وفي بحثنا هذا يمكننا تبني نظرية الاستخدامات و الإشباع لأنها الأنسب لتأطير طرحنا القائم على استخدام الإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية لتحقيق الهدف المنشود من خلال إطلاق العنان للمادة الإعلامية والمتمثلة في برنامج "عالم الصباح ركن التجميل" لتتكفل بمهمة تنمية الثقافة الجمالية لدى المرأة المحلية المتابعة لهذا البرنامج والتي أيضا قد ارتادت على صالون وصفات الجمال التي تحقق حاجاتهم وإشباع شغفهم من الخلطات الطبيعية للوصول الى جسم وبشرة مشرقة.

والأکید أن بحوث الاستخدام و الإشباع لطالما تسعى إلى الإجابة عن التساؤل: لماذا يستخدم المتلقي وسائل الاتصال؟ ومن خلال هذا التساؤل يمكننا أن ندرك بأن هذه الدراسات تعتبر المتلقي نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية، ومن خلال هذا التركيز على المتلقي يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام ومحتوياتها لأمر كثيرة قد لا تكون لها علاقة بالهدف الذي يريده القائم بالاتصال، ذلك أن الأفراد بدلا من أن يكونوا مستقبلين لرسائل الاتصال فإنهم يسعون إلى استخدام وسائل الاتصال بما يتفق مع حاجاتهم ويشبعون بذلك حاجات عديدة لديهم وليس بالضرورة أن يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام، فالفرد قد يلجأ إلى بدائل أخرى غير وسائل الإعلام لإشباع حاجاته<sup>2</sup>

وتعتبر نظرية الاستخدام و الإشباع تحولا نوعيا في البحوث الإعلامية من رؤية الجمهور على انه عنصر غير فعال إلى رؤيته على أنه فعال بحيث ينتقي أفراد هذا الجمهور الوسائل و المضامين الإعلامية التي يفضلونها من وسائل الإعلام<sup>3</sup> ويشير كل

<sup>1</sup> رشيدة سبتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار التنوير، الجزائر، ط1، 2014، ص 49.

<sup>2</sup> سميرة شيخاوي، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + الثاني، دمشق، 2010، ص، 449.

<sup>3</sup> صالح سعود، الاعلام القديم و الاعلام الجديد، جدة، شركة المدينة المنورة للطباعة و النشر، 2002، ص20

من "وينر" و "تانكارد" إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات، حيث أجريت العديد من الدراسات من هذا المنطلق أو المنظور على قراءة الكتب، مسلسلات الراديو، والصحف اليومية، الموسيقى الشعبية وأفلام السينما.

### أ.المساهمات الأصيلة في صياغة نظرية الاستخدامات و الإشباعات.

لقد ساهمت مجموعة من الدراسات في تشكيل هذا النظرية، وجل هذه الدراسات أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية وفي السويد، من بينها:  
دراسة "هيرتا هيرزوغ" "":

الدراسة الأولى: في عام 1940، أجريت الباحثة "هيرتا هيرزوغ" دراسة حول مسألة إشباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برنامج ألعاب إذاعي وهو برنامج "Quiz"، وقد خلصت في دراستها إلى الكشف عن مجموعة من الرغبات المشبعة التي أفصح عنها المستجوبون، وتلخصت هذه الاشباعات في:

• التنافس: ويعني أن المستمع للبرنامج يشارك عن بعد في المنافسة ويحاول أن يتنافس ويتبارى مع المتنافسين في البرنامج من خلال محاولته للإجابة عن الأسئلة التي يطرحها منشط البرنامج.

• التربية: بمعنى التعليم، فمن خلال استماع الفرد إلى هذا البرنامج يتمكن من إشباع رغبته في المعرفة، بحيث من خلال الاستماع إلى الأسئلة والأجوبة يكتسب المستمع معلومات جديدة وهو ما يساهم في الرفع من رصيده المعرفي.

التقييم الذاتي: ويقصد به أن المستمع يقارن نفسه بالمتنافسين من جهة ومن جهة ثانية يقيم ذاته ونفسه من خلال الأجوبة المقدمة في ذلك البرنامج.

الدراسة الثانية: أجرتها الباحثة عام 1942 واندرجت هذه الدراسة تحت عنوان "ماذا نعرف حقيقة عن مستمعي المسلسلات الإذاعية اليومية" حيث كان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على الاشباعات التي تتحصل عليها السيدات من وراء الاستماع إلى المسلسلات الإذاعية، وخلصت في دراستها إلى أن النسوة يتابعن هذه المسلسلات بهدف التسلية، ومنهم من يتابعها لأنها تساعدن في حياتهن اليومية حيث تقدم لهن توجيهات في طرق التعامل مع الآخرين ومنهن من يتابعها بغية التثقيف والاستمتاع بالقصة الموجودة في

المسلسل، وعليه توصلت الباحثة إلى تصنيف مجموعة من الأشباع التي يحققها جمهور المسلسلات الإذاعية اليومية، يمكن توضيحها كالآتي:

• **التنفيس العاطفي:** فمن خلال الاستماع إلى المسلسلات الإذاعية يحاول المستمع التخلص من الشحنات التي تكون بداخله وقد تكون هذه الشحنات عاطفية أو غريزية وتوترات و القلق، وقد عبر "فرويد" Freud " عن التنفيس العاطفي بمفهوم آخر هو إزالة العقد.

• **أحلام اليقظة:** بحيث أن المستمع يتخيل نفسه في نفس الوضعيات أو الأماكن أو الأدوار التي يصورها المسلسل ويتحدث عنها.

• **السلوك الاجتماعي اللائق:** فالمستمع من خلال الاستماع إلى المسلسلات يكتسب ويتبنى سلوكيات وطرق في التعامل مع الآخرين وكيفية التصرف إزاء وضعيات ومواقف معينة في الحياة اليومية بحيث يعمل على توظيف تلك السلوكيات وفق المجتمع الذي يعيش فيه وقواعده ومعاييره.

كما استخلصت "هيرتا هيرزوج" أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها

- دراسة "برنارد بيرلسون" والتي أجراها عام 1945، حيث استغل بيرلسون توقف ثمانية صحف عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك وقد تمحورت هذه الدراسة حول الإجابة عن التساؤل الآتي: ماذا كان يعنيه اختفاء تلك الصحف بالنسبة للقراء؟ وما الشيء الذي افنقده القراء في هذه الفترة؟<sup>1</sup> وقد أجرى دراسته في نفس السياق الذي أنجزت فيه الدراسة السابقة لـ "هيرتا هيرزوج" مستعملا تقنيات الإحصاء عن طريق إجراء سبر الآراء للتعرف على واقع أحوال قراء هذه الصحف أمام هذا الإضراب.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن السبب في ارتباط الأفراد بتلك الصحف هو أن هذه الأخيرة تقوم بعدة أدوار من بينها أنها تقدم المعلومات العامة أو التفسيرات حول الشؤون العامة للحياة اليومية:

<sup>1</sup> سميرة شيخاوي ، مرجع سابق ذكره ، ص43

كما استنتج "بيرلسون" أن القراء الأكثر اهتماما وتعلقا بالأخبار هم أكثر من يحسون بنقص وغياب هذه الصحف، ويصل هذا النقص إلى حد جعل تعاملهم مع الآخرين وخاصة الأقربين منهم أكثر صعوبة وعليه يعتبر "بيرلسون" أن الصحيفة عموما تعد من عوامل الإحساس بالأمان لدى الأفراد.

ب. دراسة "ويرنر وهانري": وأجريت هذه الدراسة عام 1948م وتمحورت حول الإشباع الذي يتحصل عليها المستمعون من وراء الاستماع إلى المسلسلات الإذاعية اليومية، وتوصل الباحثين إلى أنه من الرغبات الأساسية التي يشعبها جمهور المستمعين من هذه المسلسلات الإذاعية هو أنها تساعدهم على تجاوز النقائص الاجتماعية، بمعنى أن المستمعين من خلال متابعتهم للمسلسلات اليومية يتعرفون على بعض القيم والمواقف والمعايير والسلوكيات التي يتقبلونها ويتبنونها وقد يطبقونها في تفاعلاتهم اليومية.

ج. دراسة "وليف وفيسك": وأجريت هذه الدراسة عام 1949 حول سلسلة الرسوم الهزلية الخاصة بالأطفال، بهدف الكشف عن العلاقة بين الرسوم الهزلية الكاريكاتورية والأطفال، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال وهي<sup>1</sup>:

- تقديم معلومات حول العالم الحقيقي.
- تقديم صورة البطل الذي لا يقهر.
- فرصة للتماهي بالبطل.

وكل وظيفة تتطابق مع مراحل متتالية من النمو ومرتبطة بحاجاته المحددة عند الأطفال. كما توصل الباحثان أيضا إلى أن الاستعمال المفرط لسلسلة الرسوم الهزلية مرتبط بنزاعات عصبية وإعاقات فيزيقية:

وفي عام 1954 أتى الباحث "ماكوبي" بمفهوم إحباط الحياة المنزلية حيث وجد بأن إحباط الحياة المنزلية يدفع الأطفال إلى استخدام التلفزيون والإقبال عليه بكثافة.

وفي عام 1955 وبعد دراسات عدة قال "كاتز" و "لازارسفيلد" بأن السؤال الذي يجب أن يطرح هو "ليس ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ وإنما ماذا يفعل الجمهور بوسائل

<sup>1</sup> صالح مهدي محسن العامري ، العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي ،دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية ، المجلد 21 ، العدد 2 ،

سوريا ، 2005 ، ص137

الإعلام؟ وهو السؤال الأساسي الذي أصبحت تركز عليه معظم البحوث الإعلامية حيث ساهم في تغيير اتجاه الأبحاث من المنبه الاستجابة إلى الاستخدام و الإشباع.

د. دراسة "بلوملر" و زملائه:تكتسي هذه الدراسة أهمية خاصة في صياغة نظرية الاستخدام و الإشباع، وقام بهذه الدراسة "بلوملر" و زملائه بمركز التلفزيون بجامعة "Leeds" عام 1969 والتي أراد فيها الباحثون تجاوز إحدى فرضيات الاستخدام و الإشباع وهي "الهروبية" "exapisme" التي كان يقول بها نقاد الثقافة الشعبية وهل أن الاستخدامات تذهب إلى أبعد من هذا المفهوم<sup>1</sup>

وتمحورت دراسة "بلوملر" و زملائه حول وصف أفراد الجمهور لتجربتهم الذاتية مع وسائل الإعلام وما هي بالضبط الوظائف التي تؤديها مضامين معينة في ظروف خاصة، وقد ركزت هذه الدراسة على التلفزيون:

وللإجابة عن هذه الإشكالية قام "بلوملر" بصياغة مجموعة من الفرضيات للدراسة تمثلت في:

- أن مشاهدة التلفزيون موجهة نحو هدف.
  - المشاهدون هم وحدهم يستطيعون الكشف عن هذه الأهداف والاهتمامات والدوافع كونهم مشاركون في العملية الاتصالية. هناك أنماط متنوعة للدوافع وإشباع الرغبات.
  - إشباع الرغبات والدوافع والاهتمامات والوظائف يمكن معالجتها كوحدات مفاهيمية مختلفة للتحليل.
  - إن استعمال وسائل الإعلام يمكن وصفه كعملية تفاعلية تربط المحتوى والاحتياجات و الإدراك والأدوار بالسياق الاجتماعي حيث يوجد الشخص، وأن التجربة الاجتماعية تخلق بعض الاحتياجات التي بعضها موجه نحو وسائل الإعلام للإشباع.
- وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج جد مهمة صاغها الباحثان "بلوملر" و "غورفيس" عام 1972 في أربعة تصنيفات شكلت أساس نظرية الاستخدام و الإشباع، وهي:
- التحويل:** ويقابل مفهوم الهروبية، وتم استخدام مفهوم التحويل عوض الهروبية لأن المفهوم الأول هو علمي أكثر من الثاني، ويقصد بالتحويل أن المشاهد ينهمك في

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سابق ذكره ، ص67

القصص لدرجة تجعله ينسى همومه وأتعب حياته كما انه يسعى إلى التنفيس العاطفي من جانب ومن جانب آخر الهروب من عبء المشاكل والروتين اليومي.

فالتحويل إذا يمكن تفكيكه إلى 3 عناصر هي:

• الهروب من مشقات الروتين اليومي.

• الهروب من أعباء الحياة.

• التنفيس العاطفي.

• **العلاقات الشخصية:** ويقابلها مفهوم التفاعل الاجتماعي الشبهي<sup>1</sup> والتي يسعى من خلالها المشاهد إلى:

• المرافقة: من خلال المشاهدة بمعنى أن الفرد يعيش افتراضيا مع الشخص والوضعيات التي يشاهدها في المحتويات الإعلامية

• المنفعة الاجتماعية: وتعني أن الأفراد يتحصلون على معلومات وصور يستعملونها في تفاعلاتهم الاجتماعية.

• **الهوية الشخصية:** ويقابلها العمليات النفسية والتي يسعى من خلالها المشاهد إلى تعزيز القيم ويمكن توضيح ذلك من خلال 3 عناصر هي:

• مرجعية شخصية: بحيث أن الأفراد يحاولون أثناء استعمالهم لوسائل الإعلام أن يتعرضوا إلى المحتويات التي تتفق مع قيمهم ومواقفهم.

• استشفاف الواقع: وذلك من خلال المحتويات القريبة من الواقع كالأخبار، أو حتى تلك البعيدة عن الواقع كالمسلسلات للإطلاع على ما هو جديد في ميادين عدة.

• تعزيز القيم: من خلال التعرض لما يتوافق مع قيم الفرد وتجنبه لما يتنافر ويتعارض مع قيمه.

• **حراسة المحيط:** من خلال الإطلاع على ما يجري من أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية.

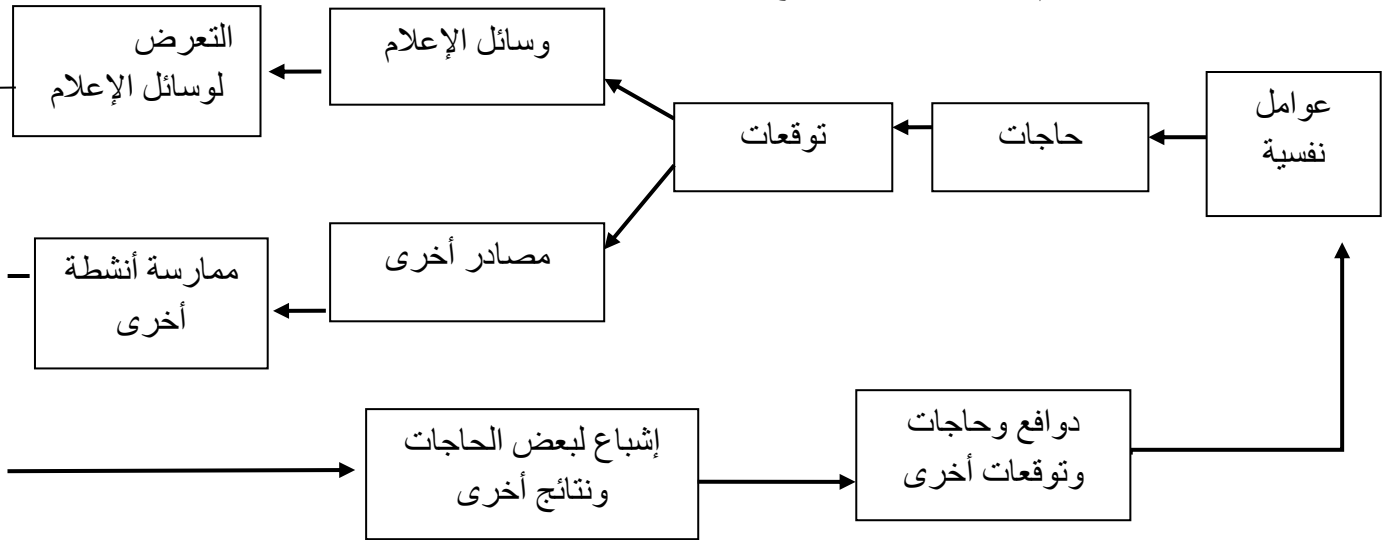
الدراسات الحديثة في نظرية الاستخدام و الإشباع:نتيجة للتطور التكنولوجي الذي شهده مجال وسائل الإعلام والاتصال سواء من ناحية الوسيلة بذاتها أو من ناحية محتوياتها ظهرت دراسات عديدة في الثمانينات ركزت على دراسة استخدام التلفزيون و الإشباع

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سابق ذكره ، ص 68

الذي يتحقق لمستخدميه، غير انه بظهور الانترنت بدأ الباحثون يسلطون الضوء و اهتماماتهم البحثية على دراسة هذه الوسيلة وما تحققه من إشباع لمستخدميها، ومن هذه الدراسات التي أنجزت خلال هذه الفترة نذكر<sup>1</sup>:

### هـ. فرضيات النظرية

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
  - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.
  - أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
  - أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
  - للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية.<sup>2</sup>
- الشكل رقم 01: يمثل - نموذج كاتز للاستخدامات والإشباع -



(المصدر: مرزوق عبد الحكيم العادلي، 2004، ص 12).

<sup>1</sup> باديس لونيس ، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت ، دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص 34

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، ط، 2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2000 ،

## و. عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1- الجمهور النشط: لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يرد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقد المحتوى المطلوب، إذ يرى بلمر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد فقد حدد كل من "ليفي" و "ويندال" أن نشاط الجمهور له بعدان:<sup>1</sup>

أ - التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية- الانشغال- المنفعة)

ب- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الانتقاء قبل التعرض- الانتقاء أثناء التعرض- الانتقاء بعد التعرض)

**ثانياً: الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية. فالفرد إذا اختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية و يتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية لهذا يرى كاتز انه ما لم تعرف الحاجات النفسي التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع.

**ثالثاً: الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:** أشار كاتز أن الحاجات تتبع أساساً من الأفراد ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم ، ورأى بلمر انه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولاً ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة

<sup>1</sup> مرزوق عبد الحكيم العادلي ، الاعلانات الصحفية ، دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، ط 1 ، دار الفجر ،

القاهرة ، مصر ، 2004 ، ص، 12،

بتلك الحاجات. وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام (الحاجة هي من يولد الدافع

وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يلي:

1- الحاجات الأساسية: مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، الانتماء.

2- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها كما صنف الدوافع إلى:

\* دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق اشباعات فردية.

\* دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته، أي كما يرى دينيس ماكويل أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية.

رابعا- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وعموما تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والاشباعات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والانتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها. لهذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة اجتماعية لأخرى أي تبعا للقيم والسمات الثقافية السائدة

خامسا- اشباعات وسائل الإعلام: وفق مدخل الاستخدامات والاشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباعات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادي الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة

دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباع التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الاشباع إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- الاشباع المطلوبة: أي الاشباع التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها و تحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباع يتحقق.

ب- الاشباع المحققة: أي الاشباع التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباع حقيقية لحاجات الجمهور.<sup>1</sup>

## 2. العلاقة بين الاستخدام و الإشباع والتأثير:

العلاقة بين الاستخدام و الإشباع: يعد "كاتز" و "بلومر" من الأوائل الذين اهتموا بصياغة علاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها، من خلال اللجوء إلى بدائل أو مصادر مختلفة والتي تعد وسائل الإعلام واحدة منها. حيث ركزا الباحثين من خلال إعادة تمحيصها للبحوث السابقة على بحث أجري في السويد عام 1968 والذي طرحا فيه الباحثان ثلاثة فروض أساسية هي كالآتي:<sup>2</sup>

• إن جوهر الفرضية الخاصة بالاستخدام هو اعتبار المتلقي ايجابي ونشط في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام.

• يكون الاختيار في يد المتلقي بحسب الحاجة التي يريد إشباعها.

• تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات.

فمن وجهة نظر الباحثين، أن كل فرد مدفوع بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تخلق لديه حاجات معينة، فيبدأ الفرد في رسم توقعات عن المصادر التي يمكن أن تلبى من وتشبع حاجاته، سواء من خلال وسائل الإعلام أو مصادر أخرى من خلال ممارسة أنشطة متعددة كالذهاب إلى النوادي، المقاهي الاجتماع بالأصدقاء... الخ.

<sup>1</sup> مرزوق عبد الحكيم العادلي المرجع السابق ، ص15

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي ، استخدامات التلفزيون و اشباعاته في سلطنة عمان، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد 8 أوت - أكتوبر 2000، ص57

وعندما يقع اختياره على أحد تلك المصادر فإنه في هذه الحالة يتم إشباع بعض الحاجات ولكن في نفس الوقت تخلق وتتولد لدى الفرد حاجات أخرى وهو ما يؤدي إلى نشوء توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد تجعل الفرد يستعيد الدورة مرة أخرى بهدف إشباع كل الحاجات، وهكذا تتولد الحاجات وتتكرر عمليات إشباعها.

### \*نموذج "كاتز" و "بلومر" للاستخدام و الإشباع\*

وفي إطار آخر اهتم "روزينجرين" ببناء نموذج للاستخدام والإشباع يحدد فيه أهمية الحاجات التي حددها "ماسلوا" إلى جانب المشكلات التي قد يتعرض إليها الفرد في دفع الفرد إلى سلوك معين لإشباع تلك الحاجات من جهة وإيجاد حلول لتلك المشاكل وهي كلها تؤدي إلى الفعل المتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو وسائل ومصادر أخرى.

**العلاقة بين الاستخدام و التأثير:** من بين النماذج التي تناولت العلاقة بين الاستخدام و التأثيرات نموذج "ويندال" للاستخدام والتأثير، بحيث يرى هذا الباحث بأن المحصلة النهائية لاستخدام وسائل الإعلام هو تراكم التأثير أو تتابعه وهذه العلاقة تأخذ ثلاثة أشكال:<sup>1</sup>

- إذا كان الفرد قد استخدم وسائل الإعلام كعامل وحيد لإشباع حاجاته فإنه في هذه الحالة يمكن وصف المحصلة النهائية لهذا الاستخدام بالتأثير.
- قد تعتبر المخرجات النهائية نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام أكثر من استخدام خصائص محتوياتها، في هذه الحالة يصبح استخدام وسائل الإعلام هو السبب الرئيس لمحصلة العملية الاتصالية وبالتالي تعتبر هذه المحصلة بمثابة نتيجة.
- عندما تتحد المحصلة النهائية للعملية الاتصالية من خلال خصائص المحتوى وتأثير استخدامه كعامل وسيط فإنه في هذه الحالة تحدث عمليتان تكون السبب في تتابع التأثيرات، البعض من هذه التأثيرات يحدث بتأثير خصائص المحتوى والآخر بتأثير عملية الاستخدام.

<sup>1</sup> حسني محمد نصر ، مرجع سابق ذكره ، ص ، 24

لكن على الرغم من نجاح هذا النموذج في الربط بين الاستخدام والتأثير إلا أن هناك صعوبات ترتبط بعدم وضوح مخرجات عملية الاتصال الجماهيري<sup>1</sup>، بحيث يصعب التمييز بين ما هو تأثير أو مجرد نتيجة أو تتابع للتأثير.

### 3. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدام و الإشباع والرد عليها

ساهم نظرية الاستخدام و الإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام و اشباعاته، على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال وإيجابي، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال، إلا أن صوراً من الانتقادات وجهت إلى هذا النظرية يمكن توضيحها كالآتي:<sup>2</sup>

- يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدام و الإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين:
- يتبنى مدخل الاستخدام و الإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، حيث لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.
- يعتبر مدخل الاستخدام و الإشباع، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام هادف ومقصود لكن هناك من يرى أن استخدام وسائل الإعلام يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم العادة والتعود، فمثلاً مشاهدة برامج معينة قد تعود إلى العادة أو إلى شعبيتها
- يرى "دينس ماكويل" أن نتائج نظرية الاستخدام و الإشباع يمكن أن تتخذ كذريعة لإنتاج محتوى إعلامي هابط خاصة عندما يرى البعض بأن ذلك المنتج يلبي حاجات المتلقين في مجالات التسلية والترفيه.

الانتقادات التي وجهها بلومر لنظرية الاستخدام و الإشباع: يرى "بلومر" أن الإشكالية التي تطرح في تطبيق نظرية الاستخدام و الإشباع هي عدم التحديد الواضح لمفهوم

<sup>1</sup> نوي إيمان، استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 23، 22.

<sup>2</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط 2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص 26

النشاط الذي يوصف به الجمهور المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع، حيث هذا المفهوم قد يحمل عدة معاني منها المنفعة. كما أن اعتبار الفرد نشيط يقوم بانتقاء واختيار الوسائل ومحتوياتها بحسب اهتماماته واحتياجاته، فالمتلقي انتقائي يختار بنفسه ولا يقبل بأن يفرض عليه أي شيء حتى من قبل وسائل الإعلام وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام ويلغي فرضية تأثير وسائل الإعلام.

فحسب "بلوملر"، تطبيق مدخل الاستخدام و الإشباع يطرح العديد من التساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام إذ يتدخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو لمحتواها مع كثافة التعرض والاستخدام.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى ذلك فإن "بلوملر" يرى بأن بحوث الاستخدام و الإشباع ركزت على الاختيار الكلي لوسائل الإعلام ومحتوياتها، وأغفلت البحث عن ماذا يفعل الجمهور بتلك المحتويات.<sup>2</sup>

### الرد على الانتقادات:

يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدام و الإشباع في ردهم على الانتقادات التي وجهت لهذا المدخل، أن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغييرات في سلوكيات أفراد الجمهور تجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أن يتغير مضمونها ونوعها بغية إرضاء المتلقي<sup>3</sup> بمعنى أن هناك تغييرات متبادلة في سلوك الأفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال بالإضافة إلى ذلك فإن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدام و الإشباع فقط، وإنما هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتسم سلوكه بالتغير وعدم الثبات.

### 9. الدراسات السابقة:

يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية، تكتسي أهمية بالغة أثناء مرحلة البحث العلمي، نظرا لدورها في إفادة الباحث بالأفكار والمراجع والمصادر وكذلك معرفة الصعوبات التي من الممكن مصادفتها أثناء البحث... إلخ، كان من المستحيل إيجاد

<sup>1</sup> نوي إيمان، المرجع السابق، ص 25

<sup>2</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف، الكرجع السابق، ص 28

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 60

دراسات تناولت نفس متغيرات (الإذاعة المحلية -ثقافة الجمال)، فبعض الدراسات جعلت من الثقافة بصفة عامة محور إهتمامها، وبعضها ركزت على متغير الإذاعة المحلية، أما الدراسة الحالية فقد حاولت ربط الإذاعة المحلية بثقافة الجمال ، ولهذا تم الإكتفاء بالدراسات المذكورة أدناه لما لها من جوانب مشتركة مع موضوع البحث:

1. دراسة الضيف 2007 هي عبارة عن رسالة ماجستير بعنوان: "دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية القناة الأولى نموذجاً، دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر 1 ، حيث كانت أهداف الباحثة تتمحور حول معرفة دور القناة الأولى للإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية من خلال البرامج التي تقدمها ومدى مساهمتها في البناء الفكري وتلبية الإحتياجات الثقافية للمستمعين، ومعرفة مكانة التنمية الثقافية في القناة الأولى للإذاعة الوطنية.

كذلك إعتمدت على المنهج المسحي الوصفي، وذلك بالقراءات الإحصائية ومجموع التكرارات من خلال إجابات المبحوثين، كما وظفت الباحثة أكثر من أداة بحثية في جمع البيانات منها الملاحظة، الإستبيان والمقابلة وبلغت العينة المدروسة من الطلبة 200 مفردة.

توصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يرون أن الإذاعة ضرورية في متابعة الموضوعات الثقافية، فهي الجهاز الثقافي الذي يمكن أن يساهم في عملية التنمية الثقافية من خلال البرامج الثقافية التي تبثها حسب الباحثة وقراءاتها النظرية والإحصائية، كما إستنتجت أن القناة الأولى للإذاعة الوطنية لا تعطي مكانة كبيرة للتنمية الثقافية، وهذا الأمر تتحكم فيه عدة عوامل ومؤثرات داخلية وخارجية، كما أنها تساهم بشكل متوسط في عملية التنمية الثقافية، أون البرامج الثقافية بالإذاعة الوطنية لا تزال تحتاج إلى التطوير والتحسين أكثر حتى تلقى إهتمام كبير في حدوث عملية التنمية الثقافية.

لتختم دراسة الباحثة على أن مساهمة الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية يتطلب الإستمرارية وبذل المزيد من الجهود مع تغيير الخطط والإستراتيجيات في التنمية الثقافية.

2. دراسة لطيف 2012 تمثلت هذه الدراسة في أطروحة دكتوراه موسومة ب: "دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي"، دراسة تحليلية ميدانية هدفت إلى محاولة الكشف عن الأدوار الثلاثة التي تلعبها الإذاعة إذا ما تم النظر إليها كوسيلة وأداة التنمية

الشاملة، وهذه الأدوار التي صاغتها الدراسات الأمامية في مجال التنمية تتجسد في الدور الأصيل والدور المساعد والدور الثانوي، ف جاء هذا البحث من أجل الكشف عن أداء إذاعة بسكرة لهذه الأدوار حيث عاداته، وأنماط إستماعه لبرامج إذاعته المحلية وتفضيلاته وكذا آرائه فيما يخص الخدمات الإذاعية المقدمة بإعتبارها أهم عنصر في العملية الإتصالية. وبالنسبة للدراسة التحليلية فقد تمثل مجتمع الدراسة الكلي في مجموع البرامج الإذاعية التي قدمتها إذاعة بسكرة المحلية، وذلك من خلال فترة زمنية تمثلت في دورة إذاعية مكونة من ثلاثة أشهر، وهي دورة جانفي، فيفري، مارس 2011، وجاء إختيار مفردات العينة من طرف الباحثة بشكل قصدي تمثلت في "اليوم" وذلك لإعتبارات موضوعية وجيهة، وقد إستخدمت الباحثة منهج تحليل المحتوى.

وقد تم إختيار عينة مكونة من 300 مفردة من مجتمع ولاية بسكرة، وبناءً على خصائص العينة وطبيعة الموضوع وأهدافه، إستعانت الباحثة بنوعين من العينات تمثلت العينة الأولى في عينة المناطق الجغرافية، وانتهت في إختيارها إلى العينة الحصصية. و قد جاءت النتائج العامة لهذه الدراسة كالآتي:

على الرغم من إنتقاطهم موجات الأثير بوضوح تام، إلا أنهم لا يشاركون في مواضيع برامج الإذاعة، وإن شاركوا فنسبة قليلة منهم يكون عن طريق الإتصال الهاتفي من أجل تقديم الشكر و الإمتنان للإذاعة على خدماتها، أما ما يدعو إلى الإرتياح هو إستماعهم لبرامج الإذاعة بمشاركة آخرين لهم خاصة بصحبة الأهل، وهذا ما نراه على الصعيد السوسيولوجي، كما أنهم لا يكتفون بالإستماع المشترك معهم وإنما يناقشون ما يثير إهتماماتهم في برامج الإذاعة من مواضيع تهم الشأن المحلي الخاصة.

وفي جانب الخدمات الإذاعية، يرى المستمعون أن برامج إذاعة بسكرة تقدم لهم ما يحتاجونه من خدمات إذاعية ولكن بنسبة قليلة، كما أن الحاجة التي تقدمها لهم أكثر هي إهتمامها بمشكلات الناس اليومية بالعرض والتحليل و المناقشة، و هذا أمر إيجابي بحسب الإذاعة، كما أنها تعبر عن واقعهم المعيشي بنسبة قليلة أيضا، والأسوء على حد رأيهم أنها لا تقدم لهم حل ولا لمشاكلهم اليومية، كما لا تحدث فيهم التغيير الملموس فيما يخص سلوكياتهم و عاداتهم.

وعموما فإن الخدمة الإذاعية لإذاعتهم تبقى ناقصة إلى حد ما، وتحتاج إلى تطوير وتحسين حتى تضاهي الإذاعات الجهوية الأخرى ذات الخدمة الإذاعية العالية الجودة، لا سيما من توفيرها لبرامج تدريبية على المهارات اللازمة في حياتهم اليومية، حيث عبروا بشدة عن إحتياجهم لهذا النوع من الخدمة الإذاعية على غرار الخدمات الأخرى.

وخلاصة ما توصلت إليه الباحثة من مجموع النتائج عموما، أنه عندما تكون إذاعة بسكرة تقوم إلى حد ما بأدوارها التتموية إزاء مجتمعها المحلي، أي إلى حد يجعلها تؤدي دورها الإعلامي و كذا دورها الأصيل، وفي المقابل تقصر في أداء دورها المساعد فهذا يعد عائقا أساسيا أمام تحقيق الأثر على الأفراد المحليين، خاصة منها الأثر المرغوب فيه والمرجو من وراء تطبيق السياسة التتموية للخطة الإذاعية، ما يؤدي بالقول إلى أن فاعلية الدور لا تقتصر على مجرد أدائها لأدوارها التتموية وإنما يتطلب ذلك ما يسمى بالتغذية العكسية، حيث لا بد لتلك الأدوار المؤداة على مستوى البرامج الإذاعية أن يكون لها أثرها على مستمعيها من الجمهور المحلي، وهذا لن يتحقق إلا بالتخطيط الإذاعي الكفء والمبني على أساس الترابط والتكافؤ بين محتوى البرامج وخصوصية المنطقة المحلية.

تعليق عام:

أما الدراسات الأخرى فقد وضحت بشكل جلي صورة التأثير العام الذي تمارسه الإذاعة المحلية على المرا المحلية في جانب ثقافة الجمال بصفة خاصة، من خلال إبراز الأدوار العديدة، ومدى فاعليتها عن طريق قياس التغذية العكسية والتي تلخص الآراء الداعمة لمحتوى البرامج الإذاعية والآراء التي تشيد بتحسين الأدوار بتخطيط كفى مبني على أساس يحترم خصوصية الجمهور المحلي والمنطقة المحلية.



## الفصل الثاني:

ماهية الإذاعة المحلية في الجزائر

- المبحث الاول: نشأة وتطور

الإذاعة ،خصائصها واهدافها

- المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

في الجزائر



## تمهيد

تُعرّف الإذاعة لدى مُختلف الشعوب بأنّها: إما وسيلة للاتصالات المباشرة ما بين أقوام وفئات وشعوب، أو وسيلة ترويج للسلع التي يريدون نشرها وإذاعتها بأسلوب ينسجم مع قيمة هذه السلعة، أو دار للثقافة الاجتماعية والدينية والأخلاقية، أو دار لبثّ مختلف السلوكيات والمعتقدات وعادات الشعوب والبشر بصفة عامة على مختلف أنواعهم، أو دار للفن بما أن الفن -هو عموماً- واجهة وحضارة أي أمة من الأمم. وعلى مدى تقدير الأمة للفنون تكون رفعتها حضارياً، ويكون تقدمها إنسانياً. فالحضارات تقوم على الفنون والآداب، وتشجّع القيم الإنسانية المنفتحة، وتسعى إلى إنماءها وإثرائها.

## المبحث الاول: نشأة وتطور الإذاعة في العالم وخصائصها وأهدافها.

الإذاعة كوسيلة إعلامية فرضت وجودها سابقا، لم تكن وليد تجربة أو صدفة، بل مرت بمراحل عديدة ومتباينة في مختلف أنحاء العالم وبشكل خاص في الوطن العربي، فأهمية الإذاعة إقتضت لها فروعاً محلية في كل بلد ومثال ذلك الجزائر، والتي أولت إهتمامها بالإذاعات المحلية نظراً لدورها المهم في معالجة قضايا المجتمع وتوجيهه وفقاً للقيم والمعايير الاجتماعية الحقة، بما يضمن الأمثلية في خدمة الثقافة الاجتماعية والأخلاقية عن طريق ما تقدمه من برامج متنوعة حفاظاً على النظم والإرث القيمي بخلق الوعي لدى المجتمع وكل حسب خصوصيته ومحليته، فهي موجهة بالدرجة الأولى إليه، وملتزمة بالطابع المحلي ونوعية الحياة في ذلك المجتمع، ولعل دورها الأساسي هنا بالنسبة للمجتمع هو محاولة التفاعل مع أفرادِهِ و إعتقاداً على ذلك ستعرض الدراسة في هذا العنصر نشأة وتطور الإذاعة ثم خصائص و أهداف الإذاعة.

## المطلب الأول: نشأة الإذاعة وتطورها في العالم

تعتبر الإذاعة المسموعة من أكثر وسائل الثقافة ذيوفاً وانتشاراً، فهي وسيلة إعلامية هامة تختلف عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى وذلك لأنها تتخطى الحواجز وتصل إلى كل مكان، ويساعد على انتشارها سهولة انتقائها من جهة وتلبيتها لجميع أو معظم الرغبات من جهة أخرى مما يعطيها فرصة التأثير المستمر، لأن السامع لا يمل الاستماع منها. وبخاصة أنها تحاول إرضاء جميع الأذواق ومختلف المستويات الثقافية من أطفال، شباب، مثقفين وحتى أميين فهي تخاطب عقول السامعين بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية، لذلك تصاغ الملذة الإذاعية في عبارات بسيطة يدرك معانيها المثقف وغير المثقف ولأنها تعتمد على الكلمة المسموعة والتأثيرات الصوتية بالدرجة الأولى، وهي توفر لجماهيرها برامج متنوعة وهامة كالبرامج الثقافية، التاريخية، الدينية، الأدبية، العلمية وحتى الترفيه منها والتي يتوافر عليها العديد من أهل الخبرة وغيرهم ، زيادة على ذلك، فإن ساعات البث الإذاعي كثيرة

مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى إضافة أنه يمكن استعمالها في أي مكان كان، سواء كان ذلك داخل البيوت أو خارجها وحتى مرافق العمل<sup>1</sup>.

### 1. نشأة الإذاعة وتطورها في العالم الغربي

بدأت مقدمات اكتشاف الراديو في 21 يوليو 1826 م<sup>2</sup>، وبداية الراديو كانت الدولة تسيطر عليه بالكامل من خلال تمويله من طرفراس مال الدولة كما أن هذه الأخيرة سعت وراء غرض تجاري من خلاله مربح لملء فراغ خزائن الدولة كما أنها تسعى لإرضاء شعوبها، وخلق الاستقرار عن طريق استخدام الراديو وبدءا من القرن التاسع عشرة بدأ التطور التكنولوجي السريع يأخذ مسارا جديدا وتتالت الاختراعات واحدة تلو الأخرى ، وكانت البداية باختراع التلغراف الكهربائي 1844 م<sup>3</sup>، الذي يسمح بإرسال واستقبال المعلومات في شكل وموز وأثناء عملية تطوير التلغراف تنبأ العالم الرياضي اسكتلندي اسمه " جيمس مكسويل " سنة 1860 م بوجود موجات كهرومغناطيسية<sup>4</sup> وفي سنة 1888 م ، أثبتت العالم الألماني هينريش هيرتز صحة طرق الموجات الكهرومغناطيسية ، وخصائص وسرعتها التي تبلغ 300 مليون متر في الثانية وهي سرعة الضوء ، وأطوالها التي تتراوح بين 15000 متر وملي متر واحد<sup>5</sup>، ونجح ماركوني في إثبات نظرية هرتز من خلال التجارب التي أجراها خلال الفترة من 1894 حتى 1899 عندما نجح في إرسال أول برقية لاسلكية، وقد استفاد ماركوني من هذه التجارب وطبقها على أجهزة تعتمد على هذه النظريات من نتائج العديد من التقنيات والبحوث السابقة ومنها تجارب " هرتز " و "فارادي " و"ماكسويل " حول الأمواج الكهرومغناطيسية .

<sup>1</sup> جبار العبيدي و محمد عبد الجبار سلام، موضوعات إعلامية، مركز عبادي للدراسات و النشر، صنعاء،(ب ط)،1995، ص 65

<sup>2</sup> حسن علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، القاهرة ، دار العربية للنشر والتوزيع ، ط02، 2012، ص 25

<sup>3</sup> فؤاد أحمد الساري ، وسائل الإعلام النشأة والتطور ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ،2011، ص 304

<sup>4</sup> رضوان بلخيري ، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال النشأة وتطورها ، دار جسور المحمدية للنشر والتوزيع، الجزائر ، 2014، ص131.

<sup>5</sup> إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ، دار الفكر العربي ، القاهرة، ط02، 1985، ص 252.

واكتشف عام 1896 م مبدأ الاتصال بالراديو عن طريق نقل إشارة كهربائية عبر الفضاء وحقق الاتصال الصوتي بين السفن المتباعدة<sup>1</sup>.

ومن خلال هذه البوادر الأولية التي مهدت لظهور الإذاعة كانت مع بداية القرن التاسع عشر، ولم يكن ظهورها وليد صدفة أو نابع من فراغ، بل جاء نتيجة للعديد من الدراسات التي قام بها رواد أوائل في مجالات متعددة<sup>2</sup>، بالإضافة إلى العديد من التطورات في المجالات العلمية كالرياضيات وعلم الفيزياء وغيرها، حيث يرجع فضل اختراع المذياع إلى الإيطالي (جاليلو ماركوني) باعتباره أول من اكتشف واستخدم نظام إرسال أول إشارة إلى مسافة 04 أمتار ثم واصل تجاربه وتحسيناته لنظام الإرسال والاستقبال على مدى سبع سنوات، وفي تاريخ 1901/09/12 تمكن من إرسال موجات الراديو عبر المحيط حققه ماركوني<sup>3</sup>.

بعد ذلك تضافرت جهود العلماء في جميع أنحاء العالم لتطوير الإذاعة، ففي عام 1904 نجح العالم الإنجليزي (جون فليمينج) في اختراع "الصمام الثنائي" الذي يحول الترددات الصوتية إلى ترددات كهربائية، وفي عام 1906 استطاع الأمريكي (لي دي فورست) اختراع المكبر "الصمام المفرغ" أو "الصمام الثلاثي" فكانت طفرة كبرى في تنمية الإلكترونيات، وكان لهذين الاختراعين دلالة كبيرة في تطوير الإذاعة، ففي عام 1910 لي دي فورست "أن ينقل صوت الموسيقى من دار الأوبرا" متروبوليتان "بنيويورك" وكان يتم استقبال هذه الموسيقى على شاطئ البحر بواسطة الهواة، وبذلك إكتملت جميع العناصر الإذاعية على النحو الذي عليه الآن.

ثم بدأ استخدام الإذاعة اللاسلكية للأغراض الشعبية خلال الحرب العالمية الأولى (1914-1918) أدى الاستخدام العسكري للإذاعة اللاسلكية إلى تحسين معدات الأجهزة، وتم تدريب آلاف العاملين على استخدام الإشارات اللاسلكية وكان هؤلاء الرجال العسكريون هم طليعة العمل الإذاعي بعد عودتهم إلى الحياة المدنية، كذلك حدثت تغييرات كثيرة في الحياة الاجتماعية بعد الحرب العالمية، فقد أسفرت الخبرات المريرة للحرب العالمية الأولى عن

<sup>1</sup> عزام محمد أبو الحمام ، الإعلام الثقافي ، دار أسامة، الأردن، (ب ط) ، 2010، ص 134.

<sup>2</sup> ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، (ب ط) ، 1999، ص 11.

<sup>3</sup> إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، (ب ط)، 1985، ص 18.

زيادة وعي المواطن العادي بأهمية السياسة وضرورة المشاركة في وضع السياسات الحكومية حتى يمكن تجنب الكوارث الحربية قبل وقوعها، وبذلك أصبح رجل الشارع في حاجة ملحة إلى من يمدّه بالمعلومات التي تساعد في تكوين الرأي الصحيح، وفي نفس الوقت أدى ظهور الصحف الشعبية وانتشارها على نطاق واسع إلى زيادة التوقعات باستخدام اللاسلكي ليمارس دوراً أساسياً في عملية الإتصال الجماهيري وهذا يدل على أن البدايات الأولى للإذاعة لم تكن تقنية فحسب فقد برزت من خلال وظيفتها الإعلامية وتأثيرها الاجتماعي الديناميكي.

وكان الألمان والكنديون قد سبقوا العالم في استخدام الإذاعة كوسيلة إتصال شعبية منذ عام 1919<sup>1</sup>، ثم تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية في نوفمبر عام 1920 عندما أذاعت محطة " KDKA " نتائج إنتخابات الرئاسة الأمريكية بين نوكس وهاردنج، وهي تعتبر أول إذاعة منتظمة في العالم<sup>2</sup>، وبالفعل كانت هذه البداية الحقيقية للإذاعة.

وخلال العشرينيات بلغ عدد الدول التي تستخدم الإذاعات المنتظمة نحو أربعين دولة، ولم تكن جميعها من الدول الصناعية المتقدمة، وإنما ضمت دولاً أخرى مثل: أفغانستان، مصر، الأرجنتين، الصين، كوريا، الفلبين وأستراليا، وكانت بريطانيا من أوائل الدول الأوروبية التي تنشئ محطة إذاعية من ماي 1920 وتلاها إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية " BBC " عام 1922.

ومع نهاية سنة 1924 حتى كانت هنالك محطة إذاعية واحدة على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم، وفي السنة التالية أصبح في العالم نحو 600 محطة إذاعية، وفي عام 1935 ازداد عدد المحطات الإذاعية إلى أكثر من الضعف بقليل، وفي عام 1960 قفز عدد المحطات الإذاعية على مستوى العالم ليصل إلى سبعة آلاف وخمسمائة محطة إذاعية، ولا تكاد توجد حالياً منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم<sup>3</sup>.

## 2. نشأة الإذاعة وتطورها في العالم العربي

ارتبط ظهور الإذاعة في الوطن العربي بالإحتلال الفرنسي والإنجليزي والبريطاني لمعظم

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص ص 24، 25.

<sup>2</sup> خليل صابات، وسائل الإتصال نشأتها و تطورها، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، 2001، ص 438

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار ، نفس المرجع، ص 25.

الأقطار العربية، غير أنه تأخر في المستعمرات العربية عنه في غير العربية، و تزامن ظهور الإذاعة في الجزائر مع ظهورها في مصر بحيث ظهرت في الجزائر على أيدي مستوطنين فرنسيين، فيما ظهرت في مصر على أيدي مصريين، وإختلفت لغة البث، بحيث أن الفرنسية لغة الإذاعة في الجزائر، بينما كانت العربية لغة الإذاعة المصرية، ويذهب بيار ألبير إلى أن الإذاعات في المستعمرات الفرنسية تأخر ظهورها، ففي مصر لم تكن لها سنة 1994 سوى خمس محطات إرسال ذات الأمواج المتوسطة ومحطة إرسال واحدة ذات الأمواج القصيرة، وصارت عام 1961 تملك 28 محطة إرسال منها 13 ذات أمواج قصيرة. وفي المشرق العربي أنشأت بريطانيا الإذاعة باللغة العربية في الأردن أطلقت عليها اسم إذاعة الشرق الأدنى وافتتحت عام 1938، وكانت تغطي معظم دول المشرق العربي وجزءا من شمال إفريقيا.<sup>1</sup>

وقبلها بعامين ظهرت إذاعة العراق عام 1936، أما في لبنان فقد ظهرت الإذاعة عام 1938، في حين ظهرت الإذاعة في الصومال عام 1943 واليمن الشمالية عام 1947، واليمن الديمقراطية عام 1954، وبعد ذلك ظهرت في فلسطين إذاعة بإسم رام الله.<sup>2</sup> أما في المغرب فقد ظهرت الإذاعة عام 1927 على يد الإحتلال الفرنسي وفي النصف الثاني من عقد الثلاثينات توالى ظهورها في عدد من الأقطار العربية.<sup>3</sup> حيث تأسس النظام الإذاعي في السعودية عام 1949، وإقتصر البث الإذاعي على أستوديوهات إذاعة جدة في عام 1955، إذ بدأ البث الإذاعي من إذاعة الرياض في عام 1979، وتم توحيد البث الإذاعي بين إذاعتي جدة والرياض والسعودية عدة إذاعات منها إذاعة البرنامج العام.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> رسم محمد الجمال ، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، دار الحمراء للنشر والتوزيع ،، لبنان ، بيروت ،2001، ص

<sup>2</sup> عبد العالي رزاق، دور الإذاعات المحلية والاقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي الجزائر والسودان ومصر مثلا، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (72)، تونس، 2012، ص 6.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007، ص 122

<sup>4</sup> محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، 2007، ص ص 179-180

وفي عام 1951، ظهرت إذاعة الكويت، أما إذاعة قطر فقد تأخر ظهورها لغاية 1968، وكذلك تأخر ظهورها في عمان إلى غاية 1970<sup>1</sup>، أي أن ظهورها في دول الخليج لم يكن متقارب كثيرا. وفي دول الإمارات العربية المتحدة ظهرت أول إذاعة بالشارقة وهي إذاعة صوت الساحل أسسها الإنجليز وفي أواخر السبعينات ظهرت إذاعة الشارقة عام 1961 وكانت تبث من إمارة عجمان.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: خصائص الإذاعة و أهدافها .

تعتبر الإذاعة من الوسائل الإتصالية المؤثرة في المجتمع والأسر الجزائرية لوصولها لمختلف الأفراد ولشرائح الاجتماعية ولهطا تتميز بجملة من الخصائص وتسعى لتحقيق العديد من الاهداف وهو ما سوف نتطرق اليه على النحو الموالي:

#### 1. خصائص الإذاعة

لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع والتأثير في السلوك، تختلف باختلاف هذه الوسائل وكذا نوع الجمهور الموجه إليه وتعتبر الإذاعة وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والمجتمعات نظرا للخصائص تميزت بها يمكن حصرها كالآتي:

- قدرة عبر موجاتها على إختراق كل أنحاء العالم في وقت قصير جدا، والوصول إلى أي مكان في العالم، وذلك لأنها الوسيلة التي يمكنها تخطي حاجز المسافات والوصول إلى المستمع دون عناء، ولا توجد حواجز تحول دون الإنسان والكلمة المذاعة، نظرا لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والجغرافية والعسكرية والرقابة والتشويش لتصل إلى أي مكان تريد، وقد أظدت الدراسات أن موجات الأثير تدور حول الكرة الأرضية في ثمن ثانية، ولا يقف في سبيلها حدود، ولذلك تعتبر الإذاعة أقدر وسائل الإتصال على سرعة نقل الأخبار لسهولة إنتقاط موجاته<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 7

<sup>2</sup> محمد مدير، حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 181.

<sup>3</sup> طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية إذاعة الجلفة المحلية نموذجا ، رسالة ماجستير في علم الإجتماع( منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص37.

تتميز الإذاعة بإستعمالها لمختلف طرق التأثير على العاطفة التي تتمثل في المؤثرات الصوتية والموسيقية، مما يعطي للمستمع شعور بالمشاركة، ويكون تأثيرها أقرب إلى التأثير الشخصي الذي يقترب من الإتصال وجها لوجه<sup>1</sup>

يتصف الراديو بخاصية غاية في الأهمية ولا تتوفر تلك الخاصية في وسائل الإعلام الأخرى وهي ذاتية الراديو، فجهاز الراديو جهاز شخصي، كما أن الإتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص، وأن الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع، ما مكن الراديو من بناء علاقة قوية ومنتينة بينه وبين المستمع<sup>2</sup>

قدرة الإذاعة على تحقيق قدر من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم في الأمة وهو أمر لازم لقوة الدولة وتماسكها<sup>3</sup>، فالمجتمع تتحكم فيه قيمه وتوجهه وهذه القيم تساعد الإذاعة على تحقيقها ومنها يكون الأساس الصحيح لبناء مجتمع قوي متماسك وطبعا متضامنا فيما بينه.

البث الإذاعي رخيص وأقل تكلفة من وسائل الإتصال الجماهيري الأخرى، وكذلك إعداد وإنتاج وتقديم البرامج، بالإضافة إلى رخص وتوفير أجهزة الإستقبال لكل الجمهور المستهدف.<sup>4</sup>

الإذاعة هي الوسيلة الجماهيرية الوحيدة التي تعتمد على حاسة السمع دون حاسة البصر، ولذلك يمكن لفئة المكفوفين بصريا الإعتماد عليها في التثقيف أو الترفيه أو متابعة الأخبار، لأنها وسيلة لا تحتاج إلى إستعمال البصر في متابعة برامجها<sup>5</sup>

<sup>1</sup> جمال مجاهد، مدخل إلى الإتصال الجماهيري ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009، ص 149.

<sup>2</sup> عزيز لعبان، مدخل إلى علوم الإعلام والإتصال ( التعريف بوسائل الإتصال الجماهيرية الوسيط في الدراسات

الإعلامية )، ج 1، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، (ب ط)، 2003، ص 33

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، وسائل الإتصال ونشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، (ب ط)، 2008، ص

179.

<sup>4</sup> جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والإتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، (ب ط)، 2010،

ص 109.

<sup>5</sup> طاهري لخضر، مرجع سابق، ص 74

تحقق إتصالا أنيا وفوريا حول الكرة الأرضية<sup>1</sup>، لما لها من إمتياز التكرار عن طريق تسجيل المواد الإذاعية وإعادة بثها مما يجعلها أكثر فعالية، فهي تعتبر أحد مصادر الثقة، مما زادت قدرتها على الإقناع وقابليتها للتصديق<sup>2</sup>

## 2. أهداف الإذاعة .

- تقدم ألون من العلوم والمعارف بصورة مشوقة تقوم على الشرح والتحليل والتفسير والتبسيط وهي تسعى بذلك إلى إكسابهم مهارات الاتصال الإذاعي ، ومهارات التعبير عن أفكارهم، والثقة في تفكيرهم وقدراتهم العقلية.
- تنمي الجماعية والنظرة الواقعية حينما يسهمون في التخطيط لبرامجها التي تتناسب وأنشطتها ومجتمعها المحلي.
- تشجيع على التفكير العلمي ، وتنمية الخيال العلمي والروح الابتكارية ، واكتشاف المواهب ورعايتها ، والمحافظة على التراث الحضاري والثقافي<sup>3</sup>
- تساهم في رسم الإطار النفسي للمستمعين وتشعر بأنهم أعضاء في جماعة فيعمق هذا الشعور عنده القابلية للاستواء .
- تهدف الإذاعة إلى بث برامج إذاعية للترفيه والثقيف ، وكانت شركات الشحن تستعمل هذه الإذاعة الأجهزة لتوجيه سفنها المحملة إلى أسواق مربحة حسب قانون العرض والطلب ، وذلك بالإضافة إلى النشرات الجوية<sup>4</sup>
- تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.
- إقناع الجمهور بالرسالة وتزويدهم بالمعلومات والحقائق وغير ذلك<sup>5</sup>

<sup>1</sup> مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة إتصال وتعليم، جامعة الملك سعود، الرياض،،(ب ط)، 1997، ص 39.

<sup>2</sup> زهيدة عزيري، الإذاعة المسموعة وتأثيرها في الإتجاهات الفررية والسلوكية لدى المواطن الجزائري ، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 02، العدد03، 2014، ص 134.

<sup>3</sup> فيصل محمد أبو عيشة ، الدعاية والإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،(ب ط)،2011، ص 42.

<sup>4</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل إلي وسائل الإعلام الجديد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان،(ب ط)،2012، ص 43.

<sup>5</sup> بشرى حسين الحمداني ، التربية الإعلامية و محو الأمية الرقمية ، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن عمان،(ب ط)، 2015، ص 19.

-تهدف الإذاعة إلى تربية الجمهور بنشر العلم والمعرفة و تعريفه بالمجالات الجديدة للبحث والتطور وتوعيته بقضاياها ومشاكله.

-إعلام المستمعين واطلاعهم على مجريات الأحداث في الداخل والخارج<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر وخائصها

هي جهاز إعلامي يقوم على خدمة هذا المجتمع المحلي بمعنى أنها تبث برامجها من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة الساحة، مجتمع متجانس من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية.

### المطلب الاول: نشأة وخصائص الإذاعة المحلية في الجزائر

#### 1.نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر:

دخلت الإذاعة إلى الجزائر إبان الحقبة الاستعمارية أي سنة 1925 م وكان ذلك أيضا استحالة لحاجيات الأقلية الفرنسية المستعمرة المتواجدة في الجزائر ، حيث كانت برامجها فرنسية ، كما أن أجهزة البث الإذاعي الأساسية التي أنشأت كانت متواضعة جدا لا تتناسب مع اتساع الأراضي الجزائرية . إذ جهزت العاصمة بمركز إرسال ضعيف ثم امتد الإرسال إلى قسنطينة ووهران سنة 1940 م ، وتم تركيب جهاز أقوى بالعاصمة عام 1942 م وبعد ذلك امتدت السياسة التوسعية وفيما بعد أقيم بعناية جهاز إرسال قوته 200 واط<sup>2</sup>

وكانت السياسة الاستعمارية الإعلامية لا تخاطب المواطن الجزائري بل هي موجهة إلى المستوطن الفرنسي، وعند اندلاع حرب التحرير ظهرت إذاعة جزائرية تعبر عن النضال الجزائري بقيادة جبهة التحرير الجزائرية وهي "صوت الأحرار " فالتف حولها الشعب الجزائري عملت السلطات الاستعمارية شبكات تشويش كثيفة ومؤتمرات وصلت إلى درجة الانتحال حول إذاعة صوت الأحرار إلا أنها استمرت وكانت دافعا قويا للثورة الجزائرية.

أما بعد الاستقلال لم تلبث الدولة الجزائرية غداة الاستقلال أن اتخذت التدابير اللازمة من أجل استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون ، لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل

<sup>1</sup> إبراهيم زيوش ، فنيات التحرير والتأثير في الإذاعة والتلفزيون ، مطبعة النور لطباعة، سطيف الجزائر،(ب ط)، 2008، ص 23.

<sup>2</sup> صالح خليل أبو أصعب ، الاتصال الجماهيري ، دار البركة للنشر والتوزيع ،ط03، عمان ، الأردن، (ب ن)، 2010، ص 331

السيادة الجديدة للدولة الجزائرية ، وكذا في الترسخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسخ الذي استعمله المستعمر طويلا .

وتطبيقا لهذه التوجه الذي يتعلق بأداة من أدوات السيادة الوطنية قام بكل الفيون في 28 أكتوبر 1962 م تسيير أجهزة الإذاعة والتلفزيون وفي استمرار الإرسال في حين ظن التقنيون الفرنسيون أن ذهابهم سيتسبب في عرقلة الإرسال لمدة طويلة ، وفي 01 أوت من عام 1963 أسست الإذاعة<sup>1</sup>

بعد ذلك إنتشرت الإذاعات في أرجاء بلاد الجزائر ونمت شبكات إذاعية الهدف منها هو التغطية الشاملة للبلاد، ففي سنة 1968 ، أسست محطة في قسنطينة ووهران، أما في أواخر الثمانينات بعدما دخلت الجزائر في مرحلة التعددية الحربية ظهر هناك ما يسمى حرية التعبير، وأصبحت الإذاعة في الجزائر منذ ذلك الوقت مجالا للتعبير عن هذه الحرية كوسيلة إعلام جماهيرية.<sup>2</sup>

## 2. خصائص الإذاعة المحلية في الجزائر

للإذاعة المحلية سماتها الخاصة تميزها عن باقية الأجهزة الإعلامية والإذاعات سواء كانت إقليمية أو دولية ومن هذه المميزات نذكر ما يلي:

- الإذاعة المحلية تستهدف جمهور مستقر ومحدود ومعروف، نسبيا في المنطقة التي فيها.
- مضمون الإذاعة المحلية مستمد من المجتمع بمكوناته وعاداته وتقاليده ويسعى الى تلبية ميول وأهواء أفراد هذا المجتمع ويلبي حاجاتهم المختلفة ويقترّب من مشاكلهم.
- لغة الإذاعة المحلية في الغالب متجانسة مع لغة المجتمع المحلي سواء كانت لغات رسمية أو لهجات<sup>3</sup>

## المطلب الثاني: وظائف وأهداف الإذاعة المحلية في الجزائر

### 1. وظائف الإذاعة المحلية في الجزائر

ترتبط وظائف الإذاعة المحلية بالبرامج التي تقدمها يوميا، أو أسبوعيا أو حتى شهريا فالبرامج المقدمة هي التي تحدد الوظائف المرجوة، وعلى ذلك تختلف الوظائف من إذاعة

<sup>1</sup> صالح خليل أبو أصبع ن مرجع سابق، ص332

<sup>2</sup> ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 302.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري ، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة،(ب ط)، 1987 ، ص 13.

لأخرى لا سيما بعد ظهور الإذاعات المحلية المختصة، أي تختص بتقديم نوع من البرامج سواء كان ترفيهي أم إخباري أم ثقافي..... فضلا عن تباين المستوى الحضري والثقافي من منطقة لأخرى والذي يتدخل في تحديد نشاطات الإذاعة المحلية في خدمة جمهورها ورغم ذلك يمكن تحديد وظائف نشاطات الإذاعة المحلية في خدمة جمهورها ورغم ذلك يمكن تحديد وظائف الإذاعة المحلية في:

**1. الوظيفة الإخبارية:** الأخبار في الإذاعة المحلية لا يقصدها مجرد الأخبار المحلية بل الإخباريات التي تهتم أفراد المجتمع المحلي سواء كانت محلية أو قومية أو عالمية، لذا فإن الوظيفة الإخبارية أو الإعلامية من أهم الوظائف الإذاعية.

**2. الوظيفة التعليمية والتثقيفية:** الإذاعة المحلية تستطيع القيام بدور فعال في محو الأمية عن طريق تقديم برامج يتعلم بواسطتها الأفراد الأميون والإذاعة المحلية تستطيع أن تلعب دورا أساسيا في التوعية بالمشكلة وحث المواطنين الأميين على التعلم، دون أن ننسى البرامج الدينية التي تساهم في دعم القيم الروحية بتقديم المفاهيم الصحيحة بعيدا عن الخرافات والبدع المستحدثة التي تحاول تظليل الأفراد بأفكار دخيلة.

**3. الوظيفة التنموية:** يتمثل دور الإذاعة المحلية في المجال الاقتصادي خاصة وذلك من خلال الإعلانات التجارية والبرامج الإرشادية، وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الإيجابية بين عمليات التحول، وإتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم وبحضور المسؤولين

**4. الوظيفة الترفيهية:** لا يقل هذا الدور للإذاعة المحلية أهمية عن الوظائف الأخرى، فهي تربط تلك الوظائف ببعضها إذ أنها تعلم وتنمي وتنقف وكل ذلك في قالب هزلي أو مسابقة قد يكون كل هذا له بعد غير مباشر.

إضافة إلى الوظائف السابقة للإذاعة المحلية يمكن ذكر وظيفة اجتماعية هامة هي رعاية المواهب والعمل على بلورت المواهب من خلال إتاحة الفرصة كاملة لكل هؤلاء لكي يطلقوا من الإذاعة المحلية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، نفس المرجع ، ص 13، 98، 99، 104.

## 2. أهداف الإذاعة المحلية

إن الغاية من إنشاء الإذاعة المحلية في الدول النامية والتي تصنف الجزائر من ضمنها ليست نفسها في الدول الأكثر تقدماً والتي وصلت اليوم إلى ما يطلق عليه الإذاعات التعليمية، إذاعة الخير، الإذاعات الخاصة بالزواج... الخ ومع تعدد الاتصال والغزو الثقافي الكبير وتعمق الصراع الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات.

- الإذاعة المحلية تقدم كل ألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية وبرامج دينية وثقافية وإعلامية وبرامج تعليمية وأخرى اقتصادية تقدم بعض الخدمات الإعلامية التجارية ضمن برامجها.

- خدمة مستمعي المجتمع المحلي وتقديم المواد التي لا يتسر تقديمها في البرامج العامة للإذاعة المركزية بالنظر إلى القاعدة الشعبية العريضة المستمعين بتقديم ما يحتاجونه دون مضايقة الراغبين عن هذه المواد المقدمة.

- الهدف منها أيضاً خدمة الثقافة الوطنية وتعمق جذورها عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظاً على الإرث الحضاري والثقافي لكل منطقة وإبرازها.

- إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفاً من اضمحلالها، كونها تمس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها، خاصة أن المجتمع الجزائري فسيفساء من العادات والتقاليد.

- توسيع المستوى الديمقراطي والحق في الإعلام وتحقيق النهوض بكل جهات الوطن ومواجهة مشكلاته والبحث عن حلولها.

- تحقيق التنمية الفكرية به عن طريق نقل ما يريده للجمهور المحلي، مستثنين في ذلك إلى خبرة الناس وشعورهم ونظرتهم إلى الحياة والاقتراب منها.

- الإعلام المحلي تظهر إعلاميته الإعلامية في توصيل وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف المحلية والتنمية العليا وتغطية الأخبار والأحداث المحلية التي لا تغطي وطنياً...

---

-تحقيق فرص الاتصال الجماهيري(الاتصال المستمر بالجمهور المحلي) وحرية التعبير  
ومنبر حر بالنسبة للأشخاص والأعضاء الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات  
المصلحة المشتركة وكذلك تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، (ب ط)، 2008، ص  
ص142.143.

---

## خلاصة الفصل الثاني.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الإذاعة بصفة عامة والمحلية بصفة خاصة تعتبر من أقوى وسائل الإعلام المحمي التي تؤثر وتتأثر بالمجتمع التي تنتمي إليه، فهي تؤدي دور هام في الحياة وهو نشر الثقافة والمعرفة في المجتمع فهي أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وذلك لإمكانية الوصول إليها ومعرفة الفرد لكل ما يدور حوله ميمًا كانت المسافة والزمن وكانت بداية اهتمام الجزائر بالإذاعة المحمية في بداية التسعينات لوعيها بالدور الفعال الذي تلعبه الإذاعة المحمية في تنمية المجتمع وتوعيته، وفي بداية الأمر كان مقتصر على المدن الكبرى في الجزائر لعدة أسباب.



الفصل الثالث :

البرامج الإذاعية

وثقافة الجمال

- المبحث الأول: مفهوم

البرامج الإذاعية

- المبحث الثاني: مفهوم

الجمال



## تمهيد

يعتبر البرنامج الإذاعي العنصر الرئيس الذي تعتمد عليه المحطات الإذاعية، حيث يمكن تحديد البرمجة بأنها إستراتيجية إنتقاء البرامج وترتيبها عبر الخريطة الإذاعية التي يتم تخطيطها لتجذب الجماهير المستهدفة بعناية، ويحتاج مسؤولو البرنامج إلى المعلومات والمهارات التي تساعدهم على تحديد الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة، وإختيار الأوقات المناسبة لتقديم البرامج التي تناسب كل فئة، ووضع هذه البرامج ضمن الخريطة الإذاعية، وحتى تحقق البرامج فوائدها يجب القيام بدراسات مستمرة واستطلاعات للرأي للتعرف على الرغبات وإحتياجات الجماهير وخصائصها الديمغرافية والسيكوغرافية، ويتم ذلك غالبا من خلال الخدمة الإذاعية ذاتها أو عن طريق مراكز البحوث المستقلة.

## المبحث الاول: مفهوم البرامج الإذاعية

### المطلب الاول: التعريف بالبرامج الإذاعية .

يعتبر البرنامج الإذاعي العنصر الرئيس الذي تعتمد عليه المحطات الإذاعية، حيث يمكن تحديد البرمجة بأنها إستراتيجية إنتقاء البرامج وترتيبها عبر الخريطة الإذاعية التي يتم تخطيطها لتجذب الجماهير المستهدفة بعناية، ويحتاج مسؤولو البرنامج إلى المعلومات والمهارات التي تساعدهم على تحديد الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة، وإختيار الأوقات المناسبة لتقديم البرامج التي تناسب كل فئة، ووضع هذه البرامج ضمن الخريطة الإذاعية، وحتى تحقق البرامج فوائدها يجب القيام بدراسات مستمرة واستطلاعات للراي للتعرف على الرغبات وإحتياجات الجماهير وخصائصها الديمغرافية والسيكوغرافية، ويتم ذلك غالبا من خلال الخدمة الإذاعية ذاتها أو عن طريق مراكز البحوث المستقلة<sup>1</sup>

إضافة إلى ذلك فالبرنامج الإذاعي هو صوت المجتمع وصورته، يضم كل ما يخص الشؤون الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في إطار توجيهي هادف للتوعية والإرشاد والإعلام، كما يعتمد بناء البرامج الإذاعية على ثلاث بنيات خاصة بها<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: أنواع البرامج الإذاعية

يوجد العديد من البرامج الإذاعية التي يمكن تصنيفها كما يلي: <sup>3</sup>

#### أ. البرامج الحوارية:

وهي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوره، وتصنف هذه البرامج إلى حوار فردي ويكون مع شخص واحد، وحوار المذيع مع نفسه وهو أن يكون المذيع هو الضيف، أي يكون المذيع عنده خبرة ومعلومات في المجال الذي يقدمه في برنامجه.

<sup>1</sup> حسن عماد مكايي ، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص51

<sup>2</sup> محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، 2015 ، ص12

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 13-15

وتهدف البرامج الحوارية إلى زيادة المعرفة وتوعية الجمهور، وتبادل الأفكار والآراء، كذلك بحث وتحليل المشكلات، وزيادة المعرفة وتوعية الجمهور، وكذلك تسليط الضوء على قضايا تشغل الرأي العام.

كما تتكون هذه البرامج من مقدم البرنامج الحوارى وضيفه، القضية التي يتحاوران فيها، أيضا الأجهزة المستخدمة، والوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش، والأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيفه ومكان إجراء المقابلة. ومن متطلبات البرامج الحوارية ما يلي :

تمكن المقدم من فن الحوار والمناقشة.<sup>1</sup>

طريقة إعداد الأسئلة بإعتبارها مفاتيح الحصول على المعلومات ومراعاة ترتيبها، ومدى تغطيتها للموضوع.

مدى تغطية الأسئلة لجوانب شخصية الضيف في اللقاء، أو ضيوف المناقشة.

مدى تمكنهم من الإجابة على تساؤلات مقدم اللقاء أو الندوة، وأسلوب أو طريقة معالجتهم وتناولها لموضوعاتهم.

**ب- البرامج المباشرة :**

وهي نوعية البرامج التي تخاطب الجمهور بشكل مباشر، مثل البرامج الدينية، والبرامج التحليلية الاقتصادية، أو الاجتماعية، أو البرامج الطبية، وتعتمد تلك البرامج على شخص واحد فقط ويكون خبيراً في مجاله، ويتحدث عن موضوع معين، وهو بذلك يعتبر خبيراً وليس مديعاً لأنه لايقوم بمحاورة أحد<sup>2</sup>.

**ج البرامج الإخبارية:**

تعد الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي تقدمها المحطات الإذاعية، ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس، وفي أسرع وقت ممكن، كانت ولا زالت هدفاً أساسياً للمجتمعات المختلفة، فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهتم الناس وتؤثر فيهم، وتكتسب البرامج الإخبارية أهمية كبيرة في قنوات الإذاعة نظراً لقدرة الوسيلة على نقل المستمع إلى مواقع الأحداث فوراً<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 13-16

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، عادل الغفار، مرجع سابق، ص 89

<sup>3</sup> محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984، ص 197

وبالرجوع الى نظرية إلتماس المعلومات ومعالجتها، نجد بأن كيفية إختيار الأفراد لوسائل الإتصال من أجل الحصول على المعلومات، تختلف من شخص لآخر، ومثال ذلك من يفضل الإذاعة والتلفزيون في الحصول على الأخبار، حيث ستختلف نتائج الإعتماد عند كلا الطرفين، فالموارد الإخبارية التي تقدمها الإذاعة تضم كم متنوع لا يقل شأنًا عن المواد الإخبارية التي تحتويها وسائل الإتصال الأخرى ، حيث تضم نشرات الأخبار، التعليقات، واللقاءات، التحليل، كذلك تغطية الاجتماعات والمؤتمرات وغيرها مما يخص إهتمامات الجمهور المستمع.

#### د البرامج الرياضية:

تتميز الفقرات الرياضية بالحيوية والحركية وهما من أهم عوامل التشويق، وتقديم الفقرات الرياضية يكون في العروض الإخبارية أو في برامج خاصة بها.

#### هـ. البرامج الثقافية التربوية:

وتتدرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم وعقائد الشعوب وأفكار معينة لتتوير الجمهور، إما أن تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية أو ندوات أو معرض...، أو كل مامن شأنه أن ينشر الثقافة<sup>1</sup>.

هذه البرامج تستهدف جماعات متجانسة من الجماهير، وتطبق نظرية الغرس الثقافي من خلال أبعادها السوسولوجية الإيجابية في محاولة إكساب المتلقي مجموعة من المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية التي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي للبيئة الاجتماعية، بحيث تغرس في أذهانهم

ووعيمهم أفكار وثقافات وقيم معينة، وهذه عملية ديناميكية ومستمرة بهدف توعية المجتمع وتنقيفه، حيث تعبر عن مايجب أن يكون عليه حال المجتمع، حيث يوجد بين هذه البرامج الثقافية والتلفزيونية نوعا من التمايز حيث إرتأت هذه النظرية إلى أن التلفزيون يصنع لمشاهديه واقعا خاصا على مدى الطويل يختلف عن واقعهم الحقيقي، وذلك يآثر في إدراكهم لواقعهم الاجتماعي، أما البرامج الإذاعية الثقافية، فهي تمارس عملية الغرس الثقافي في طابعها التفاعلي بين الواقع وما يفترض أن يكون عليه حال هذا الواقع.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 197

## و. البرامج الاجتماعية والاقتصادية: -

تهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد، ولتعريف بالأوضاع الاقتصادية، والاجتماعية للدولة أو المجتمعات والمساهمة في دفع عجلة التنمية وهي بذلك تقدم خدمة إجتماعية مميزة للمجتمع<sup>1</sup>

## ز. البرامج الوثائقية:

هي شكل إذاعي مستقل يتضمن صيغة تعليمية في الغالب، وهو لا يعتمد على الخيال تماما، ولا على الواقع تماما، وإنما يقدم وصفا للمجتمع الإنساني مع تعليقات على السلوك البشري والاجتماعي، وقد جذب أسلوب الأفلام الوثائقية القائمين على الإذاعة، لأنهم وجدوا فيها الإثارة التي تضيف على الراديو الحيوية والتشويق، وكان البعض يرى أن الإذاعة تستطيع أن تقدم ما هو أكثر من سرد الأخبار وتقارير الأحداث الجارية، كما أن الدراما الإذاعية من خلال البرامج الوثائقية يمكن أن تكون أكثر ارتباطا بالواقع المعاش.

وتعد الإهتمامات الإنسانية هي مفتاح الكتابة الجيدة للبرامج الوثائقية حتى إذا كان الهدف هو تقديم حقائق مجردة، حيث يمكن صياغة الحقائق الجافة في أسلوب درامي من خلال إبتكار شخصية محورية، والبحث عن مشكلة تتيح تدفق الأحداث، وتؤدي إلى صراع يتطلب المعالجة التسجيلية، ثم يتطور الصراع ليؤدي الى أزمة، ومع تعدد الأزمات يتصاعد الحدث إلى الذروة ثم الحل، وكما أن الأشياء الكبيرة تخلق الأحداث، فإن الأشياء الصغرى هي التي تثير الإهتمامات الإنسانية إذا ما تم وضعهما في أسلوب مشوق ومثير<sup>2</sup> فهذه البرامج الوثائقية هي عبارة عن أفعال المذيعين في تقديم صور درامية، فحسب هابرماس يمكن أن

يقدم الفعل ضمن منطلق درامي، والمقصود حينئذ هو أن نطرح من الذات صورة معينة إلى بعض المحاورين الشبيهين بالجمهور، وتقع نظرية الوجوه لإرفنج جوفمان ضمن هذا المنظور، وتفصيلا لهذا الإفتراض نجد ما عبر عليه ألفريد تشوتز في النظرية الظاهرية بالتخلل الذاتي كمكمل لهذا الإفتراض، حيث أن ذات الفاعل تتداخل مع الذات الأخرى وما ينجم عنها هو تبادل المشاعر بأنواعها، ثم تبادل الذات بين الفاعل والحضور وهو ما يفسر

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص 84-88

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 101

تأثير هذا النوع من البرامج في الجذب و الإنتباه حسب إهتمامات الجمهور، فبالرغم من أن التواصل بين الفاعل والحضور، أي بين المذيع والمستمعين يتحقق شكليا حسب حاسة السمع وعبر الأثير، إلا أن التخلل الذاتي يحدث وفق الفعل الدرامي عبر هذه البرامج وحسب موضوعاتها، فقد لا يحدث هذا الإفتراض مع مواضيع الطبيعة وغيرها من العلوم، وقد يحدث مع مختلف البرامج الأخرى.

### ح البرامج الترفيهية:

تشغل البرامج الترفيهية الحيز الأكبر من ساعات البث الإذاعي حيث لاتقل نسبته عن 66 % من ساعات البث العامة، فضلا عن إستخدام قنوات إذاعية متخصصة في تقديم المواد الموسيقية والغنائية على مدار الساعة.

والوظيفة الأساسية لبرامج الترفيه هي التسلية والإمتاع وتمضية الوقت وإزاحة الهموم وتحقيق الاسترخاء

والتححرر العاطفي، وإدخال السرور والبهجة إلى النفوس، ورغم ذلك لا يوجد برنامج ترفيهي مطلق، أي يخلو من رسائل أو قيم أو أهداف معينة، فجميع البرامج الترفيهية تعكس رسائل وقيم وإتجاهات سواء بقصد أو بغير قصد.<sup>1</sup>

### ط. برامج المسابقات:

وهي من أنواع البرامج السهلة وتكون لها فكرة إبداعية جديدة، فما هي إلا إجتماع مجموعة من الجمهور إوختيار نوعية من المسابقات التي تناسب الجمهور وأسلوب العرض وتعتمد المسابقات التلفزيونية على الحركة والإثارة، أما المسابقات الإذاعية تعتمد على المسابقات المعلوماتية الصوتية، أي السؤال والإجابة النصية.<sup>2</sup>

### ي. برامج المنوعات:

تضم برامج المنوعات العديد من العناصر المختلفة: عروض كوميديا، مواقف درامية، موسيقى، غناء، مفاجآت، نكت و ألغاز، مونولوج، حوار، تعليق، ويشير مصطلح منوعات إلى تضمين البرنامج عنصرين أو أكثر من عناصر الفن مثل الموسيقى و الغناء و الدراما والحوار، ويحقق وجود هذه العناصر مجتمعة، ميزة نسبية لبرامج المنوعات، لاتتحقق في

<sup>1</sup> محمد الجفيري ، مرجع سابق، ص 16-17

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار ، مرجع سابق، ص103

أشكال البرامج الأخرى ، وتستهدف برامج المنوعات التسلية والترفيهية، وتمضية الوقت والنقد الإجتماعي البناء في إطار من الفرح والبهجة وتتخذ برامج المنوعات الأشكال التالية:  
عروض الفود فيل: يتضمن هذا الشكل مجموعة من العناصر التي تدور حول فكرة أساسية واحدة.

-حفل موسيقي منوع: مجموعة من الفقرات الموسيقية والغنائية المتتابعة.  
العروض الروميدية: يقوم أحد ممثلي الكوميديا بعقد مقابلات مع شخصيات عامة ومسؤولين رسميين، يغلب على العرض المرح و الفكاهة.  
شخصيات و ضيوف: شخصية عامة أو مشهورة تدير حوارات مع شخصيات منتقاة، و يتخلل هذه اللقاءات لقطات غنائية أو درامية.  
عروض الموسيقى والروميديا: عروض تجمع بين الموسيقى والكوميديا، وتتضمن حبكة مرسومة وبعض المفارقات .

**عروض مسرحية:** عروض تضم مزيجا من الحوار والرقص والغناء، وإنقاد الأوضاع والمظاهر السلبية<sup>1</sup>.

يمكن القول بأن هذه البرامج رغم تنوعها واحتوائها لإهتمامات وقضايا المجتمع، إلا أن مضامينها أثارت جدلا كبيرا تزعمته مدرسة فرانكفورت النقدية فيما كانت هذه المضامين صالحة للعرض وماهي مستوياتها، كالمضامين الهابطة التي تروج للعنف وفساد الأخلاق والإثارة بأسلوب مباشر أو غير مباشر للقيام بسلوكات غير مقبولة إجتماعيا وخارجة عن المألوف، والتي تأثر على قيم المجتمع، ومضامين الذوق الراقى والتي ترقى إلى التوجيه والتعليم والحفاظ على قيم الأسرية والاجتماعية بما يحفظ للمجتمع أصالته وقيمه الحقيقية.

### **المطلب الثالث: الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية**

تتمثل أهم الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية في النقاط الآتية:

**أولا: إختيار الفرة أو الموضوع أو القضية أو الشخصية:**

موضوعات وقضايا تثير اهتمامات أ وساط الراي العام.

النماذج والقذوة المشرفة.

المبتكرين والمجددين في المجالات المختلفة .

<sup>1</sup> نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الرتبة للإذاعة والتلفزيون ، القاهرة، (ب ط)، 2005، ص 16-17

الإهتمامات الإنسانية .

مكافحة الجريمة .

المستقبلات.

**ثانيا :تحديد أهداف المعالجة الإذاعية :و تتمثل في:**

إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف حول القضايا والموضوعات والشخصيات المختلفة .

تدعيم إتجاهات وقيم إيجابية مسبقة موجودة أصلا لدى فئات الجمهور المستهدف .

خلق إتجاهات وقيم وسلوكيات إيجابية حول موضوعات جديدة.

محاولة تغيير إتجاهات وقيم سلبية لدى الجمهور المستهدف .

وتفيد خطوة تحديد أهداف المعالجة الإذاعية في وضع الإطار التنفيذي الصحيح للبرنامج

الإذاعي، بحيث تضمن عدم خروج البرنامج الإذاعي وتفرعه إلى نقاط عديدة تخرج عن

الهدف الرئيسي للبرنامج<sup>1</sup>.

**ثالثا :تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي:**

ويتم تحديده عبر الخصائص التالية: الفئات العمرية . الخصائص المهنية . الخصائص

التعليمية والثقافية .

الخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية و غيرها النوع ، ويفيد تحديد الجمهور المستهدف

في الجوانب التالية: تلبية الإحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف. إختيار الضيف الملائم.

تحديد المدة الزمنية للبرنامج. تحديد أشكال الإتصال والتفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج

الإذاعي.

ويلاحظ أن الإتجاه المعاصر في البرامج الإذاعية يركز على توجيه الرسائل الإذاعية إلى فئات

جماهيرية متخصصة، أو تتصدى أيضا لموضوعات وقضايا متخصصة.

**رابعا :جمع المعلومات :**يعتمد النجاح الحقيقي للبرامج الإذاعية في أحد أبعاده الأساسية على

مقدار الجهد الذي يبذل من جانب المعدين في جمع البيانات و المعلومات التي تتصل

بالموضوعات والقضايا والشخصيات التي تقدمها البرامج الإذاعية، حيث تتعد مصادر

المعلومات التي تفيد في إعدادها لتشمل ما يلي:

الجرائد والمجلات ، الكتب والدوريات.

<sup>1</sup> نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، مفس المرجع، ص17-19

---

التقارير الرسمية بالوزارات والجهات الرسمية.

البحوث والرسائل العلمية ، المؤتمرات والندوات.

الخبراء في المجالات المختلفة .

شبكة المعلومات الدولية من خلال مواقع الدول والوزارات و الجهات الرسمية وغير الرسمية  
مواقع الأشخاص.

#### **خامسا :إختيار ضيوف البرنامج:**

يعتمد الإختيار على عدة أسس موضوعية تشمل:

تخصص الضيف وخبرته في موضوع البرنامج.

القدرة الإتصالية للضيف التي تمكن من سهولة توصيل معلوماته إلى الجمهور .  
القبول لدى المستمعين .

أن يكون متاحا أثناء التسجيل .

#### **سادسا :إختيار الموسيقى والأغاني:**

تستعين بعض البرامج الحوارية بالموسيقى والأغاني، ويشترط لنجاح إستخدامها في البرامج  
الإذاعية أن تتسم بالموصفات التالية. <sup>1</sup>:

أن تلائم طبيعة الموضوع .

أن تلائم طبيعة الجمهور المستهدف من البرنامج.

تستخدم في الأماكن المناسبة في البرنامج .

الإبتعاد عن إستخدام الأغاني الهابطة .

#### **سابعا :الإعداد لجلسة تمهيدية بين مقدم البرنامج، وضيوف البرنامج قبل التسجيل:**

يفضل قبل تنفيذ البرنامج الإذاعي أن يعقد المعد جلسة تمهيدية بين مقدم وضيف البرنامج  
لتحقيق الأغراض التالية:

خلق ألفة بين المذيع والضيف والميكرفون .

الإتفاق على محاور الموضوع والمدة الزمنية للبرنامج.

1.تمكين فريق العمل من الإختبار الفني للأجهزة وإختيار أفضل وضع للجلسة الحوارية.

---

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص ص 18، 19

وبالتالي هذه الأسس العلمية في الإعداد الإذاعي فرضتها التحديات الراهنة لضرورة الإمام بها حتى تواكب التطور الآني والمستمر في مجال الإعداد للبرامج الإذاعية، فالإعداد الجيد يؤدي إلى وجود برامج

إذاعية قادرة على طرح و معالجة قضايا و مشكلات المجتمع و التعامل معها بموضوعية، ورؤية علمية تلم بالجوانب المختلفة للموضوع أو القضية المطروحة في البرنامج الإذاعي.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: مفهوم الجمال

#### المطلب الأول: التعريف بالجمال

يصعبُ وضع تعريف م حدد للجمال يكون بمثابة الحد له، لأن ميادين الجمال مختلفة ومتنوعة، ولأن من الجمال ما هو صفة عينية في الشيء الجميل، يمكن إدراكه من الناس جميعاً، ومنه ما يتوقف إدراك جماليته على تذوق الإنسان ل ه، وما يبعثه فيه من مشاعر السرور والبهجة، ولذا يتفاوت الناس في الحكم عليه بالجمال أو عدمه.

وهذا التنوع في ميادين الجمال هو ما حمل الإمام الغزالي إلى تقرير أن الجمال يختلف في صفاته وشروطه باختلاف الأشياء، وفي هذا يقول " كل شيء فجماله وحسنه في أن يحضر كماله اللائق به الممكن له، فإذا كان جميع كمالاته الممكنة حاضرة فهو في غاية الجمال، وإن كان الحاضر بعضها فله من الحسن والجمال المبحث الثاني: معايير الجمال في الرؤية الإسلامية بقدر ما حضر، فالفرس الحسن هو الذي جمع كل ما يليق بالفرس من هيئة وشكل ولون وحسن عدو، وتيسر كر وفر عليه، والخط الحسن كل ما جمع كل ما يليق بالخط من تناسب الحروف وتوازيها واستقامة ترتيبها وحسن انتظامها، ولكل شيء كمال يليق به، وقد يليق بغيره ضده ..... ، فلا يحسن الإنسان بما يحسن به الفرس ولا يحسن الخط بما يحسن به الصوت ولا تحسن الأواني بما تحسن به الثياب وكذلك سائر الأشياء".<sup>2</sup>

ويقرر الإمام القرطبي تنوع الجمال إلى حسي ومعنوي.

فيقول: "الجمال يكون في الصورة وتركيب الخلق، ويكون في الأخلاق والعاطفة، ويكون في

الأفعال:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص ص 18،19.

<sup>2</sup> سعيد توفيق، الخبرة الجمالية (دراسة في فلسفة الجمال الظاهراتي)، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2002م،

ص83 .

فأما جمال الأخلاق: فكونها من الصفات المحمودة من العلم والحكمة والعدل .  
وأما جمال الأفعال : فهو وجودها ملائمة لمصالح الخلق، وقاضية لجلب المنافع فيهم،  
وصرف الشر عنهم.

وأما جمال الخلق: فهو أمرٌ يدركه البصر، ويُلقيه في القلب متلائماً، فتعلقُ به النفس من  
غير معرفة بوجه ذلك، ولا نسبته لأحدٍ من البشر، وجمالُ الأنعام والدواب من جمال .  
الخلق، وهو مرئيٌّ بالأبصار، موافقٌ للبصائر "

والجمال في الفلسفة : صفة تلحظ في الأشياء فتبعث في النفس سرورا ورضا، ، وهو أحد  
المفاهيم الثلاثة التي تنسب إليها أحكام القيم أي الجمال والخير والحق والجمال مرادف  
للحسن، وهو تناسب الأعضاء وأكثر ما يقال على ما يتعارفه العامة في . المستحسن  
بالبصر<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: معايير الجمال

**1- المعيار في اللغة:** المعيار والعيار: كل ما تقدر به الأشياء من كيل أو وزن "وعاير بين  
المكيالين معايرة وعياراً: امتحنها لمعرفة تساويهما، وعاير المكيال والميزان امتحنه بغيره .  
لمعرفة صحته" وأصلها عَيْرَ، قال ابن فارس : " عَيْرَ: العين والياء والراء أصلان  
صحيحان، يدل أحدهما على نتوء الشيء وارتفاعه، والآخر على مجيء وذهاب.  
فالأول: العَيْر، وهو العظم الناتئ وسط الكتف ، وعير النصل حرف في وسطه كأنه شظية،  
والعَيْر: سيد القوم.

والأصل الآخر: العَيْر، الحمار الوحشي و الأهلي، والجمع الأعيار، والمعيوراء، وإنما . سمي  
عَيْرًا: لتردده ومجيئه وذهابه. وقصيدة عائرة: سائرة "

وخلاصة معنى المعيار في اللغة : أنه المقياس أو الميزان الذي تقاس به الأشياء، ويعرف  
به قدرها.

**المعيار في الاصطلاح:** يعرف المعيار في الفلسفة بأنه " نموذج أو مقياس مادي أو معنوي  
لما ينبغي أن يكون عليه الشيء "

<sup>1</sup> عبد الله بن محمد العمرو، معايير الجمال في الرؤيتين، الإسلامية والغربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،

والعلم المعياري هو العلم الذي يُعنى بدراسة الأشياء باعتبار ما ينبغي أن تكون عليه وعلى هذا فلا يخرج المعيار في الاصطلاح عن معناه اللغوي، حيث يطلق ويراد به ما تقدر وتوزن به الأشياء، حسية كانت أم معنوية.

## 2- معيار الجمال

إذا كان المعيار هو المقياس أو الميزان الذي تقاس به الأشياء، فإن معيار الجمال: هو الميزان الذي يكشف عما تتمتع به الأشياء من جمال أو عدمه، وما بين الأشياء الجميلة من تفاوت في مقدار الجمال.<sup>1</sup>

يتجه علم الجمال في الفكر الغربي المعاصر إلى تحديد ميدان الجمال بالأعمال الفنية، فمن خلال الأعمال الفنية من موسيقى ونحت وتصوير ونحوها يظهر إحساس الإنسان الجمالي وذوقه، لأن هذه الأعمال هي ثمرة الابتكار والإبداع الإنساني. وأما موضوعات الطبيعة الجميلة كالزهور والطيور والبحار، فهي تثير بهجة الإنسان وإعجابه إلا أنه ليس لها قيمة جمالية إلا حين تتجلى من خلال فن من الفنون.

فالجمال الطبيعي يتحول إلى موضوع للتذوق الفني والحكم الجمالي من خلال الرؤية الإنسانية المدربة التي تتذوقه وتبدعه، ولا يتخذ علم الجمال - الاستطبيقا - الجمال الطبيعي موضوعاً له إلا بقدر ما يكون هذا الجمال الطبيعي مشكلاً من خلال فن من الفنون ومجسداً في تعبير فني إلا أن هذا الرأي لم يعد هو الرأي الغالب في العقود الأخيرة، فقد ذهب بعض الباحثين الغربيين إلى اعتبار جمال الطبيعة موضوعاً للجمال، بل وكونها هي مصدر الجمال وليس الإنسان وما صدر عنه<sup>2</sup>

وبصرف النظر عن الخلاف في تحديد ميادين الجمال التي يعنى بها علم الجمال، فإن المنتبع لما صدر عن المفكرين الغربيين يجدهم فمختلفين في مقاييس الجمال المعتمدة في الحكم الجمالي.

<sup>1</sup> عبد الله بن محمد العمرو مرجع سابق، ص 447

<sup>2</sup> روبرت أغرس، وجورج ستانيو، العلم في منظوره الجديد، ترجمة، كمال خليلين، (ب د ن)، (ب ب ن)، (ب ط)، (ب س ن)، ص 47

ولهذا الاختلاف آثرت أن يكون الحديث عن معايير الجمال في النظرة الغربية من خلال ما صدر عن أبرز الفلاسفة الغربيين، ممن لهم كتابات في موضوعات الفن والجمال، ثم تناول ما انتهوا إليه بالدراسة والتقييم.

الجمال عند ديكارت - أحد رموز المدرسة العقلية - هو ما يبعث في النفس اللذة والسرور، وهذا الشعور باللذة الجمالية يشترك في إحداثه العقل والحس معاً ويرى ديكارت أن الجمال ليس صفة من صفات الأشياء، بل هو الأثر الذي ينشأ في نفس الإنسان من ذلك الشيء، وفي هذا يقول: "لا يدل الجميل والبهيح على أكثر من موقفنا في الحكم على الشيء المتكلم عنه"

والإحساس بالجمال وتذوقه عند ديكارت وجداني نفسي، وهو يرجع إلى مرحلة وسطى من التذوق يشارك فيها العقل والحواس.

ولذا فهو يذهب إلى أن جميع الفنون تتطوي على لذة حسية وعقلية، وهي لا تحدث إلا إذا توافر شعور الملائمة والانسجام بين عنصري الحس والعقل معاً، فالموسيقى مثلاً تعتمد على حسن السمع، وكذلك تخضع للقواعد العقلية المضبوطة المعمول بها في علم الموسيقى، وحسن السمع أو الاستمتاع بالسماع يوازي في أهميته القواعد العقلية. المعتبرة في علم الموسيقى<sup>1</sup>

وعلى هذا فالإحساس بين العقل والإحساس يؤكد:

- أهمية الإحساس وبالتالي أهمية العضو الحاس الذي يستقبل المؤثرات السمعية أو البصرية.

- التأكيد على وجود ضرب من الاتزان في كل حاسة من الحواس التي تشعر بجمال الفن بحيث لا تتحقق اللذة ما لم يتحقق الاتزان.<sup>2</sup>

وخضوع الشيء الجميل للقواعد العقلية الخاصة به لا يعني كون هذه القواعد معايير للجمال، بل هي شروط لا بد من توافرها لتذوق الجمال فيه، بدليل اختلاف الأحكام الجمالية حوله مع وجود هذه الشروط تبعاً للأذواق.

<sup>1</sup> رواية عبدالمنعم عباس، ديكارت أو الفلسفة العقلية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، (ب ط)، 1989، ص 505

<sup>2</sup> محمد علي أبوريان، فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، دار المعرفة الجامعية، (ب ط)، 1993، ص 39

والإحساس بالجمال والالتذاذ به وتذوقه عنصر رئيس في الحكم الجمالي، وهو يتغير بتغير الأفكار والمجتمعات، ويعتمد على أهواء الأفراد وتاريخهم الشخصي. وحيث لا توجد قاعدة كلية شاملة لأحكام الذوق، فإنه يتمتع وجود مقياس محدد . للذة، مما ينفي عن الحكم الجمالي صفة الموضوعية ويؤكد نسبيته المطلقة . ويرى ديكرت أن الحكم الجمالي خاضع لحصيلة إعجاب المتذوقين، فالذي يستحوذ على أعجاب الغالبية العظمى من الناس يمكن أن نطلق عليه جميلاً أو أن نقول عنه إنه . الأجل.

الجمال عند إمانويل كانت- ذو النزعة المثالية - هو ما يبعث في نفوسنا السرور والارتياح والنشوة الخالصة دون التقيد بتحقي ق أي غاية مغايرة لهذا . الشعور في إشباع رغبة أو تحقيق منفعة<sup>1</sup>

وإدراك الجمال في الأشياء يعتبر إدراكاً مباشراً مستقلاً عن تصورنا لما هو جميل، وكذلك فنحن لا حاجة بنا إلى برهان للتدليل على جمال الأشياء، وإنما تتبدى في سمة الجمال الذي ندركها فيها دون حاجة إلى تصور نموذج أو مثال نقيس بمقتضاه جمال الأشياء<sup>2</sup> والحكم الجمالي عند كانت يعود لملكة الإحساس والذوق في الإنسان وليس لصفة أو شروط ينبغي أن تتوفر في الأشياء ويرى كانت أن ملكة الإحساس الجمالي مشتركة بين الناس، ولذا من الممكن أن تتصف أحكام الذوق أو اللذة بصفة الكلية لأن الشروط الذاتية لملكة الحكم الجمالي واحدة عند كل الناس وهو يحدد الشروط الشكلية للحكم الجمالي على النحو الآتي:

- التحديد من حيث الكيف : وحاصله أن الذوق هو ملكة الحكم على شيء ماء بواسطة الشعور باللذة على نحو خال من أي منفعة.
- التحديد من حيث الكم : ومقتضاه أن الجميل ما يروق للجميع بطريقة كلية وبلا تصور عقلي، لأن حكم الذوق لا يرجع إلى قواعد عقلية، ولا يستند إلى براهين

<sup>1</sup> رواية عبدالمنعم عباس، مرجع سابق، ص 505.

<sup>2</sup> محمد علي أبوريان، مرجع سابق ، ص 41.

استدلالية، وإنما يرجع إلى عملية تجري في العقول البشرية تتلخص في انسجام المخيلة مع الذهن، وهذا الانسجام بين ملكات الإنسان الروحية هو أمر مشترك عند البشر جميعاً، ولهذا يتميز الحكم الجمالي بالكلية.

- التحديد من حيث الجهة : ومعناه أننا في حكمنا على الجميل نحس بنوع من الإلزام المعتمد على الذوق العام أو الحس المشترك، مما يجعل الحكم الجمالي عاماً يتجاوز الزمان والمكان.

- التحديد من حيث العلاقة : وحاصله أنه ليس هناك غاية أو غرض خارجي يتعلق به الجميل، وإنما يوحى بالغائية التي تستند إلى ملائمة فكرتنا عن الشيء ووعينا وإدراكنا لهذه الملائمة<sup>1</sup>

ويفرق كانت بين نوعين من الجمال:

الجمال المقيد : الذي يحدد ما ينبغي أن يكون عليه الجميل ، أي يفترض مفهوماً ويكون كمال الشيء وفقاً لهذا المفهوم، كجمال الجسد أو جمال المبنى.

- الجمال الحر: وهو الذي لا يفترض مسبقاً ما ينبغي أن يكون عليه الجميل ، بمعنى أنه لا توجد له محددات تحدد شكله إن كان مناسباً أم غير مناسب كالزخارف . والموسيقى. والذي يمكن استخلاصه من آراء كانت أنه يعتبر الذوق الإنساني المشترك - وهو في معنى الفطرة بالجملة - معياراً للجمال.

الجمال عنه هيجل - ذو الفلسفة المثالية - هو التجلي المحسوس للفكرة، إذ إن مضمون الفن - الذي هو الميدان الخصب للجمال -، ليس شيئاً سوى الأفكار، أما الصورة التي يظهر عليها الأثر الفني فإنها تستمد بنيتها من المحسوسات والخياليات، ولا بد أن يتحول المضمون إلى موضوع ، فكثير من الأفكار لا يمكن أن تتجلى في قوالب فنية . فيصبح لكل عمل فني جانبان : المضمون الروحي - الفكرة أو المطلق - ثم المظهر المادي أو الصورة الظاهرة أو الشكل.

ويرى هيجل أنه إذا بلغ الفن غايته القصوى يسهم مع الدين والحياة في تفسير المطلق، وإلقاء

<sup>1</sup> أميرة حلمي مطر، فلسفة الجمال (أعلامها ومذاهبها) ، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، (ب ط)، 1998، ص 102.

الضوء على جوانبه وكذلك في إيضاح كل ما يتعلق بحقائق الروح والأفكار الإنسانية الأشد عمقاً.<sup>1</sup>

مما تقدم يتبين أن أهم معيارين للجمال في النظرة الغربية هما الذوق والمنفعة؛ فديكارت يقرر أن الحكم الجمالي يعتمد على ذوق الأفراد، والذي من سماته الاختلاف والتنوع، إلا أن ما يروق لعدد أكبر من الناس يمكن أن نطلق عليه جميلاً، مما يعني نسبية الحكم الجمالي من جهة، واعتماد الذوق العام أو العرف السائد معي أرا للحكم الجمالي من جهة أخرى.

ومعلوم أن أذواق الناس كثيراً ما تكون بعيدة عن ضوابط الحق ومسالك الخير، مما يعني ابتعاد قيمة الجمال عن أن تكون وسيلة لتهديب سلوك الفرد، والارتقاء بمشاعر الناس وأحاسيسهم.

كما يلاحظ لدى ديكارت الربط بين الجمال والحس، مما يعني استبعاد الجمال المعنوي -مع أهميته وحاجة الناس إليه- من أن يكون ميداناً للجمال.

وأما كانت فيرى أن المعيار هو توافق الجمال مع اللذة والذوق الإنساني، وشرط اللذة عنده أن تكون متجردة تماماً عن المصلحة.<sup>2</sup>

ولا شك أن من الجمال ما هو متوافق مع الذوق الإنساني المشترك، إلا أن الإلحاح على أن الشعور بالجمال - بإطلاق - ذاتي ومطلق ومشترك بين الناس، دون أخذ التنوع الثقافي، والأعراف الاجتماعية بالاعتبار محل نظر، وذلك لما يرى من تفاوت في معايير الجمال باختلاف البيئات والحضارات.

كما أن فصل الجمال عن المنفعة بكل أشكالها أمر في غاية البعد، فأثر الجمال في النفس من جهة، والبحث عنه لتحقيق مطالب نفسية أمر واقع لا يمكن إغفاله، فمن يريد الزواج مثلاً يبحث عن الجمال لجلب المزيد من المتعة والسرور بل أصبح الجمال في المصنوعات وسيلة مهمة في تسويقها وزياد الإقبال عليها.

ولكن هل الحكم الجمالي يعود لملكة الإحساس والذوق في الإنسان فحسب وليس لصفات أو شروط ينبغي أن تتوافر في الأشياء كما يقول كانت؟.

<sup>1</sup> هيقل، فكرة الجمال، ترجمة جورج الطرابيشي، ج 1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 1981، ص 143

<sup>2</sup> مارك جمينيز، ما الجمالية؟، ترجمة، شربل داغر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2009م، ص358

الحق" أن الجمال ليس ذاتياً محضاً ولا موضوعياً خالصاً، ولكنه مزاج من الذاتية والموضوعية معاً فالإنسان لا يستمتع بجمال شيء خالٍ من الجمال، لأن الجمال ليس نشاطاً عقلياً خالصاً، إنه لا يتوقف على العقل الذي يتذوقه وحده ولا على الشيء الذي يحل فيه وحده، إنه علاقة الإنسان الذي يتذوقه بالشيء الذي يحل فيه"<sup>1</sup>

ولزوم تمتع الشيء بسمات الجمال وخصائصه هو ما قرره طائفة من المفكرين الغربيين حديثاً- كما تقدم وأما هيجل فيقرر أن الجمال الفني أسمى من الجمال الطبيعي، لأن الفن من نتاج الروح، وما دام الروح أسمى من الطبيعة، فإن سموه ينتقل بالضرورة إلى نتاجه. وأما معيار الجمال عنده فهو الذوق -كما عند ديكارت وكانت-، ولكن هيجل يذهب إلى أن الذوق أو الحس الجمالي ليس فطرياً في الإنسان، وإنما هو حس بحاجة إلى التكوين والتدريب حتى يكون عند المرء ذوق، وبالتالي يكون عنده شعور ال جمال، ولذا كان الهدف من (نظرية الفنون الجميلة وعلوم الجمال) تكوين الذوق ولا شك أن الذوق معيار رئيس من معايير الجمال ، فالمرء يشعر بجمال الأشياء من خلال ما يقع في نفسه من اللذة والبهجة والسرور برؤية الأشياء الجميلة، أو الاستماع إليها.

وأما عن حاجة الذوق إلى التكوين والتدريب - كما يرى هيجل - فالذي يظهر أن الأمر يتوقف على طبيعة الجمال، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: من الجمال ما هو حقيقة موضوعية في الأقوال والأفعال والأشياء، كملاحة الوجه، وصدق الأقوال، وحسن الأفعال، فهذا الصنف من الجمال لا يتوقف إدراكه على تكوين حاسة الجمال، أو التدريب على الشعور به، بل إدراك الجمال في هذه الأشياء ونحوها غريزة في الإنسان لا ينفك عنها، بدليل اتفاق الناس على الإحساس بجمال هذه الأشياء والسرور بها، قال الغزالي الطباع السليمة قاضية باستلذاد النظر إلى الأنوار والأزهار والأطيار المليحة الألوان الحسنة النقش المتناسبة الشكل"، وقال ابن القيم عن الصوت الحسن: "القلوب كالمطبوعة على محبته كما هي مفطورة على استحسانه" وكذا الصورة الحسنة.

ثانياً: الجمال الإضافي أو النسبي، كجمال المباني، والملابس، والمصنوعات ونحوها، وهذا النوع من الجمال يتوقف الإحساس به وتذوقه على طبيعة الإنسان ورؤيته الخاصة للأشياء وتبعاً لثقافته وبيئته الاجتماعية التي نشأ فيها، وغيرها من المؤثرات الموجهة لنظرته للأشياء

<sup>1</sup> توفيق الطويل، فلسفة الأخلاق، دار النهضة العربية، القاهرة، (ب ط)، 1979، ص 461

وإحساسه تجاهها، كما يشهد لذلك اختلاف مقاييس الجمال عند الناس باختلاف الثقافات والحضارات.

وعلى هذا فالحس الجمالي في الإنسان منه ما هو فطري في أصل الخلقة، ومنه ما هو مكتسب من البيئة المحيطة بالإنسان، مما يعني عدم صواب النظرة الأحادية لمنبع الإحساس بالجمال.

وإذا كان الذوق في جزء رئيس منه هو وليد طبيعة الإنسان وبيئته الاجتماعية فإن هذا يعني إمكانية تعرضه للانحراف والتشويه تبعاً لفساد الطباع وانحراف الأعراف الاجتماعية، حتى يُرى جميل ما ليس بجميل في ميزان الشرائع السماوية، والعقول والفطر السليمة، وهو ما يلمس بجلاء في الحياة الغربية اليوم كاستحسان التعري، وتشبه كل من الجنسين بالآخر، والأغاني الماجنة والصاخبة إلى غير ذلك من صور فساد الأذواق وانحرافها.<sup>1</sup>

وأما القول بمعيارية المنفعة في القيم الجمالية كما يقول جون ديوي - وسائر البراجماتيين - فيعني نسبة قيمة الجمال، حيث هي مربوطة بالشخص كأداة للإحساس بالجمال، وبالمنفعة الفردية غاية لقيمة الجمال ومعياراً لوجوده.

والحق أن المنفعة أمر معتبر بالجملة ومرغوب فيه لدى سائر العقلاء، ليس في قيمة الجمال فحسب بل في سائر القيم، ويشهد لهذا توجيه النب ي صلى الله عليه وسلم في قوله: (اخرِصْ عَلَى مَا يَنْفَعُكَ). كما أن حركة العقلاء في الحياة مرتبطة بجلب المنافع ودفع المضار، ولكن النفع في ميزان الشرع أوسع من أن يكون دنيوياً فحسب مادياً كان أم معنوياً، بل إن أعظم النفع وأجله ما يكون في الآخرة من الفوز برضاء الله تعالى وجنته، وإن ترتب على الوقوف عند حده إنقاص شيء من منفعة الإنسان الدنيوية.

ويضاف إلى ذلك أن تقدير الإنس ان ل لمنفعة في الأشياء الجميلة إما أن يكون مصدره اعتبارات دينية، أو اجتماعية، أو ذاتية تتعلق بذوق الإنسان، وعليه فلا وجه لأن تكون المنفعة معياراً مستقلاً عن تلك المعايير.

ولذا فإن القول بالمنفعة معياراً للجمال غايته تقديم الذوق في تقدير الجمال على حساب المعايير الأخرى الدينية والاجتماعية.

<sup>1</sup> مجاهد عبد المنعم مجاهد، دراسات في علم الجمال، دار عالم الكتب بيروت، ط1، 1980، ص20

وقد ذهب الإمام الغزالي إلى التفريق بين لذة الجمال في ذاته، واللذة الحاصلة بمباشرة، وهنا يكون الإنسان أمام لذتين .. فيقول: " إن كل جمال محبوب عند مدرك الجمال، وذلك لعين الجمال، لأن إدراك الجمال في ه عين اللذة ... ولا تظن أن حب الصور الجميلة لا يتصور إلا لأجل قضاء الشهوة، فإن قضاء الشهوة لذة أخرى قد تحب الصور الجميلة لأجلها، وإدراك نفس الجمال أيضاً لذيق، فيجوز أن يكون محبوباً لذاته، وكيف ينكر ذلك والخضرة والماء الجاري محبوب لا ليشرب الماء وتوكل الخضرة أو ينال منها حظ سوى نفس الرؤية ... حتى إن الإنسان لتتفرج عنه الغموم والهموم بالنظر إليها لا . لطلب حظ وراء النظر .. " والحق أن ثمة اتصال وثيق بين الجمال والمنفعة، فتفريج الهموم والغموم هو في ذاته منفعة، وهذا يعني عدم استقلال الجمال عن المنفعة، وإنما تتنوع أوجه الانتفاع بالجمال والتلذذ به. وأما عن قول جون ديوي إن الحس الجمالي هو من صميم الحياة التي يعيشها الإنسان على ظهر الأرض، ومن خبرته وتجربته فيها.

فلا شك أن من الجمال ما منبعه الإنسان من خلال خبراته وتجاربه وإبداعه، ولكن في المقابل من الجمال ما هو فطري في الإنسان، لا يفتقر في إدراكه إلى الخبرة أو التجربة - كما تقدم - كما أن من الجمال ما هو متعال لا سبيل إلى تمام إدراكه إلا من خلال نصوص الشرع، ويظهر ذلك جلياً في الجمال المعنوي؛ من جمال الفضائل، والأخلاق، والآداب التي جاء الشرع ببيانها وتفصيل القول فيها، كما يظهر أيضاً في التجميل في البدن واللباس مما جاء الشرع فيه بآداب وضوابط ألزم بمراعاتها.

وحاصل هذا كله أن الذوق أو المنفعة - مع تفاوت ما بينهما - هما معايير بشرية قاصرة - في حال الاكتفاء بهما - عن الارتقاء بالإنسان، وتهذيب الحس الجمالي لديه، وذلك لما في الطبيعة الإنسانية من الضعف والقصور ولما فيها من الميل مع الأهواء والاسترسال مع الشهوات، والجموح إلى الاستمتاع بالجمال بعيداً عن ضوابط الفضيلة والأخلاق.

وقد جاء في القرآن بيان لحال الإنسان وتقرير لضعفه وجهله وظلمه، وافتقاره إلى التوجيه والتربية والتهذيب، في سائر مقومات شخصيته، بما في ذلك حسه الجمالي، قال كما يكشف واقع المجتمعات الغربية التي اعتمدت هذه المعايير الهوة السحيقة التي انحدرت إليها فيما يتعلق بقيمة الجمال، حيث لم يعد للجمال - غالباً - صلة بالأخلاق؛ فالفن للفن بعيداً عن أي ضابط ديني أو خلقي، وفي سعي المرأة الغربية للتجميل في بدنها ولباسها شاع التهتك

---

والتعري وما يثير الغرائز، حتى صار المجتمع موبوءاً تشيع فيه الفواحش والرذائل والعلاقات  
المحرمة، وهبط إلى أدنى مستويات الفضيلة والأخلاق.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الله بن محمد العمرو، مرجع سابق، ص 450.

---

### خلاصة الفصل الثالث

الإذاعة المحلية في عموميتها تتميز بمتابعة ومعالجة القضايا الاجتماعية والشؤون اليومية للمجتمع بصفة عامة، فهي بذلك تحقق دورها الأساسي في خدمة المجتمع المحلي ومن بين أهم الفئات التي تحظى باهتمام البرامج الإذاعية نجد المرأة المحلية باعتبارها الجمهور الأكثر استماعاً للإذاعة لهنّ كانت قضايا المرأة بصفة عامة وجمالها بصفة خاصة محل اهتمام البرامج الإذاعية .

## الباب الثاني: الإطار الميداني للدراسة



الفصل الرابع: الإجراءات  
التطبيقية للدراسة الميدانية

- المبحث الاول: المنهج  
المستخدم وحدود الدراسة
- المبحث الثاني: تقنيات  
جمع البيانات والأساليب  
الإحصائية



## تمهيد

من أجل تحقيق أهداف البحث لابد على الباحث أن يقوم ببعض الخطوات المهمة وذلك باتباع خطوات غاية في الأهمية وهي تحديد المنهج المناسب لطبيعة الموضوع ثم تحديد المجتمع وتقدير حجم العينة ثم تجهيز الأدوات المناسبة للبحث وتطبيقها على العينة للحصول على مجموعة من المعلومات النوعية والتي يقوم بتفريغها إما يدويا أو باستعمال الحزم الإحصائية بغية تكميمها ، وهذا ما سنتناوله في هذا الشق الميداني.

**المبحث الأول: المنهج المستخدم وحدود الدراسة**

**المطلب الأول: منهج البحث وكيفية استخدامه**

سيكون بحثنا ضمن "الدارسات الوصفية الإستكشافية التحليلية" كون الموضوع يحدد طبيعة المنهج ومنه فإن المنهج المناسب لدراستنا هو "المنهج الوصفي".

فمن خلال إعتقادنا على هذا الصنف من المناهج أردنا الكشف عن دور برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الاغواط في تنمية الثقافة الجمالية عند المرأة المحلية. إذ يعد هذا البحث من البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كينيا أو كميا وكما يقوم بالكشف عن حالة سابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: الحدود البشرية والزمانية**

**أولا: الحدود البشرية**

وتتمثل في مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

**1. مجتمع البحث:**

تمثل النساء المحليات (الاغواطيات) مجموع المفردات المكونة لمجتمع بحثنا، ونظرا لاستحالة القيام بدراسة مسحية لمجتمع البحث ككل، ذلك لعدم توفرنا على الظروف والإمكانات المناسبة لاجراء هذا النوع من نلجأ إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي.

فالمجتمع هو كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة<sup>2</sup> ويقصد به جميع الأحداث أو (الأفراد) أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة.

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق، عمان ، ط1 ، 2000، ص 40.

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون ، المرجع السابق ، ص 84

لا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات، وإنما يستعاض عن ذلك بدراسة العينة<sup>1</sup>.

وبالتالي فإن مجتمع بحثنا يتمثل في النساء المحليات (الاعواطيات) ونظرا لاستحالة القيام بدراسة مجتمع البحث نلجأ إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي.

**العينة** : اعتمدنا في دراستنا هذه على نوع من العينات غير الاحتمالية وهي العينة القصدية التي سميت هذه العينة بهذا الاسم نظرا ان الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث<sup>2</sup>

وعليه تم اختيار عينة بطريقة مقصودة من النساء الاعواطيات اللاتي يستمنن لإذاعة الاعواط ويتواصلن معنا عبر برنامج عالم الصباح ركن التجميل، فهذا الأسلوب في الاختيار إنما يقوم فيه الباحث باختيار مفردات العينة بطريقة تحكمية، ولا مجال للصدفة فيها ويقوم هو شخصيا بانتقاء مفرداتها الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات<sup>3</sup> إذن هاته النسوة يشكلن جزء من مجتمع الدراسة وهن اللواتي اعتدنا على زيارة مقر التجميل بالمستحضرات الطبيعية الخاص بنا وقد تم تحديد عدد أفراد العينة ب 15 مفردة من النساء الاعواطيات باختلاف اعمارهن ووضعياتهم الاجتماعية والمهنية.

### ثانيا: الحدود الزمكانية

**1.الحدود الزمانية:** بدانا دراستنا الميدانية ابتداء من بداية من شهر مارس 2024 الى غاية بداية شهر جوان 2024.

<sup>1</sup> - موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، تدريبات عملية ، دار القصة للنشر ، ترجمة بوزيدي صحراوي، 2004، ص 304 .

<sup>2</sup> السعدى الغول السعدى، مناهج البحث، ص 09 مرجع الكتروني تم الاطلاع عليه بتاريخ /20/04/2023 على الموقع الالكتروني،

<http://www.svu.edu.eg/arabic/links/camps/hurghada/DR%20SAAADY%20LECTURE%20PECIAL.pdf>

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، قسم الإعلام والاتصال ، كلية الآداب و اللغات ، جامعة الجزائر ، دون المطبوعات الجامعية ، ط 04، 2010، ص197

2. الحدود المكانية: تعتبر الاذاعة المحلية الجزائرية من الاغواط عبر ما تذيعه من برامج مستقطبة لسمع أذن الجمهور محلا للدراسة .

### المبحث الثاني: تقنيات جمع البيانات والأساليب الإحصائية

للقيام بأي بحث علمي يتطلب من الباحث إتباع أدوات معينة تمكنه من الوصول إلى معلومات اللازمة التي تساعد على معرفة واقع وميدان الدراسة، حيث اعتمدنا في دراستنا هذه أدوات الاستبيان والملاحظة.

#### المطلب الاول: تقنيات جمع البيانات

1. الملاحظة العلمية: لعبت أداة الملاحظة العلمية دورا هاما في رصدنا مجموعة من السلوكيات والتمثلة في لجوء المستمعات إلى صالون التجميل تماما كإقدامهن على التفرغ للتفاعل مع برنامج عالم الصباح ركن التجميل والملاحظة هي مشاهدة موضوع معين على نحو هادف وبموجب إجراءات منظمة يقوم بهايقوم بها الباحث لتحقيق فهم أفضل لهذا الموضوع<sup>1</sup>

و الملاحظة في البحث العلمي كما سبق وان أشرنا هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية بحيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على أنماط و طرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية كما تعتبر من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة عن قرب في إطارها و ظروفها الطبيعية العدية غير المصطنعة ويمكن كذلك أن تجري الملاحظة بهدف الحصول على المعلومات الكافية والوصفية لتصرفات ومواقف معينة قصد التعرف على خصائصها العامة أو على معلومات كمية إحصائية لعدد التكرارات وتصرفات معينة في إطار التوقع مما يحصل مستقبلا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رشيدة سبتي، مرجع سابق، ص 78.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، دون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005.. ص 205

2. الاستبيان: هو مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الهدف، التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه<sup>1</sup>

ويعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم من أجل الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه . ويتضمن هذا الإستبيان 19 سؤالاً تباين بين الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة وقد تم تقسيم الاستبيان الى ثلاث محاور نذكرها فيمايلي:

المحور الأول: تضمن خصائص العينة (البيانات الشخصية ) والمكون من (04) أسئلة.

المحور الثاني: تضمن دور برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر إذاعة الجزائر من الأغواط في اكتساب المرأة عادات وأنماط وقيم جمالية عصرية عددها (09) أسئلة .

المحور الثالث: دور مواضيع برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر إذاعة الجزائر من الأغواط في زيادة دوافع استماع المرأة المحلية، عددها (07) أسئلة. (أنظر للملحق رقم 01)

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

1. برنامج معالجة البيانات الإحصائية ( الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية):

لتحويل بيانات الدراسة من شكلها الكيفي إلى شكلها الكمي بغية تحليلها إحصائياً وتأويلها علمياً وفق مقاربة الإشباع والإستخدامات، ووفق ما تمليه معطيات الواقع، فقد قمنا بتفريغها داخل جداول بسيطة ومركبة وذلك بالإعتماد على الأساليب الإحصائية الحديثة التي توفر الجهد والوقت معاً، وعليه إعتدنا في عملية تفريغ ومعالجة البيانات على الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss الإصدار 0،24.

وحسب " بودالي بن عون" فإن برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية يهدف إلى جمع وتبويب وتنظيم المعلومات والبيانات كالأستبيان والمقابلة المقننة وشبكة الملاحظة وغيرها

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، المرجع السابق ، ص 157

---

من التقنيات قصد التعريف بالبيانات ثم تفرغها ثم استخلاص الجداول البسيطة والمركبة وكذلك استخلاص النتائج عن طريق الاختبارات الاحصائية الموجودة في البرنامج<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>بودالي بن عون، التحليل الإحصائي في العلوم الإجتماعية (الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية spss)، مطبوعة موجهة لطلبة الماستر، دار الضحى للنشر والإشهار، الجلفة، ط 1، 2019، ص 7.



- الفصل الخامس:  
تحليل معطيات البحث  
واستخلاص النتائج  
- المبحث الاول: تحليل  
خصائص العينة  
ومعطيات البحث  
- المبحث  
الثاني: إستخلاص



## تمهيد

في هذا الفصل سوف نقوم بتحليل المعطيات التي قمنا بتتسيها إحصائيا وعلميا مع مراعات المقاربة العلمية التي تبنيها خلال التحليل وكذا الدراسات السابقة وصولا الى استخلاص النتيجة.

المبحث الاول: تحليل خصائص العينة ومعطيات البحث

المطلب الاول: . تحليل خصائص عينة الدراسة :

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

| الفئة العمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| 23-18         | 6       | 40%            |
| 29-24         | 4       | 26.67%         |
| 35-30         | 2       | 20%            |
| 36 فأكثر      | 3       | 13.33%         |
| المجموع       | 15      | 100%           |

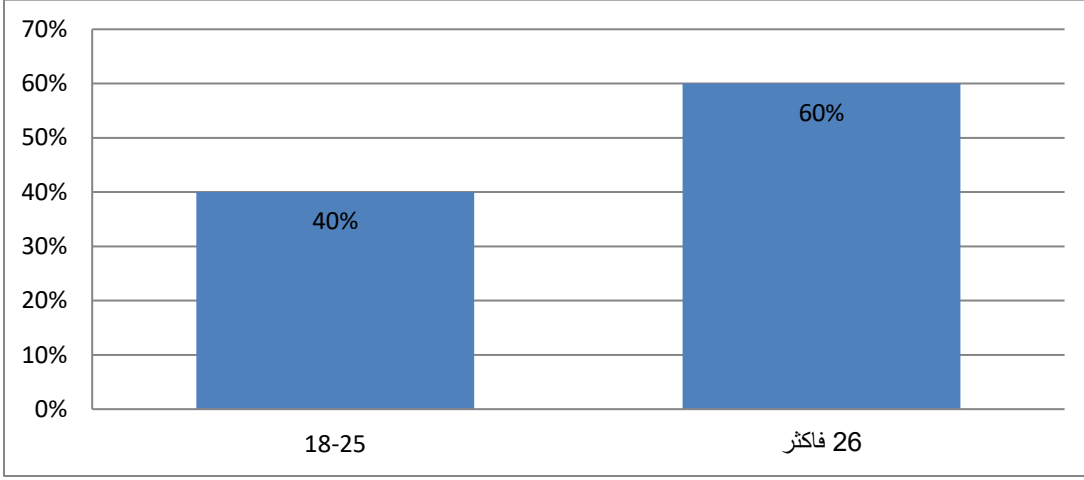
(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة تركزت في الفئة (18-23) والتي تقدر بـ 40% ، وتلتها النسبة المئوية في الفئة (24-29) مقدرة بـ 26.66% ، وتلتها النسبة المئوية والمقدرة بـ 20% في الفئة العمرية التي تتراوح بين (30-35)، في حين قدرت اقل نسبة في اوساط المبحوثات اللواتي سنهن من 36 فأكثر بنسبة 13.33%.

من خلال هذه النتائج الإحصائية نلاحظ ان النسبة الأكبر تركزت في الفئة (18-23) وهي تمثل مجموعة من الشابات في سن المراهقة وبداية الشباب وهو السن الذي تميل فيه المرأة الى استعراض أنوثتها وجاذبيتها وفي الواقع حسب ما أدلت به "عائشة حمد السليطي وآخرون" فإن الصورة الإيجابية والرضا عن الشكل وصورة الجسم يرتبط بعامل مهم وهو الشعور بالإطمئنان والسعادة فقد اظهرت الدراسات ان الفرد الذي يتقبل شكله الخارجي هو شخص سعيد يتمتع بقبول اجتماعي كبير وينجح اكثر في علاقاته الاجتماعية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عائشة حمد السليطي وآخرون، أنت أجمل، جمالك في عمرك، جامعة قطر، 2016، ص 14.

شكل رقم 02 : يبين الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب السن



(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

جدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

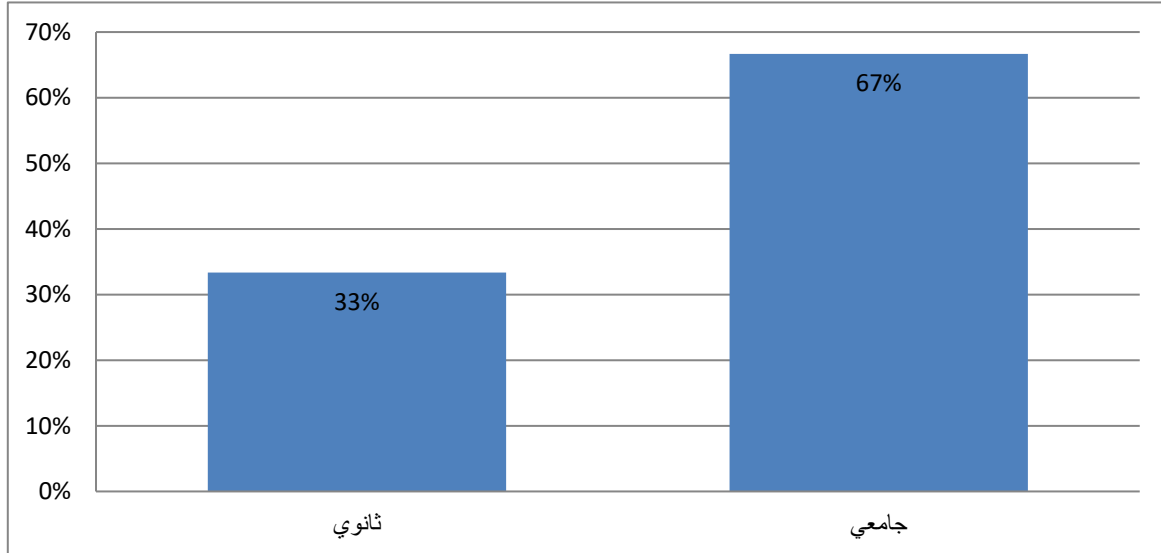
| النسبة المئوية | التكرار | المستوى التعليمي  |
|----------------|---------|-------------------|
| % 0            | 0       | بدون مستوى (أمية) |
| % 0            | 0       | إبتدائي           |
| %33            | 5       | تعليم ثانوي       |
| %67            | 9       | جامعي             |
| %100           | 15      | المجموع           |

(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

من خلال النتائج الكمية في هذا الجدول نلاحظ أن 67% من مجموع المستمعات المحليات هن من فئة الجامعيات إذ يشكلن أكبر نسبة مقارنة بالنسبة المئوية والمقدرة بـ 33% من حاملات شهادة التعليم الثانوي، في حين لم نسجل تواجد مفردات من ذوي المستوى الإبتدائي أو من فئة الأميات، وعليه يمكن القول ان معظم المستمعات لبرنامج ركن الجمال هن من ذوي المستوى الجامعي وقد يعود ذلك إلى وعي هذه الفئة بأهمية الجمال الطبيعي وكيفية الحفاظ عليه عن طريق الخلطات الطبيعية، وفي مايلي الشكل

رقم 02 يوضح توزيع المستمعات لبرنامج عالم الصباح ركن الجمال حسب مستواهن التعليمي .

شكل رقم 03 : يبين الاعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

الجدول رقم 03 : يمثل توزيع افراد العينة حسب الحالة المهنية .

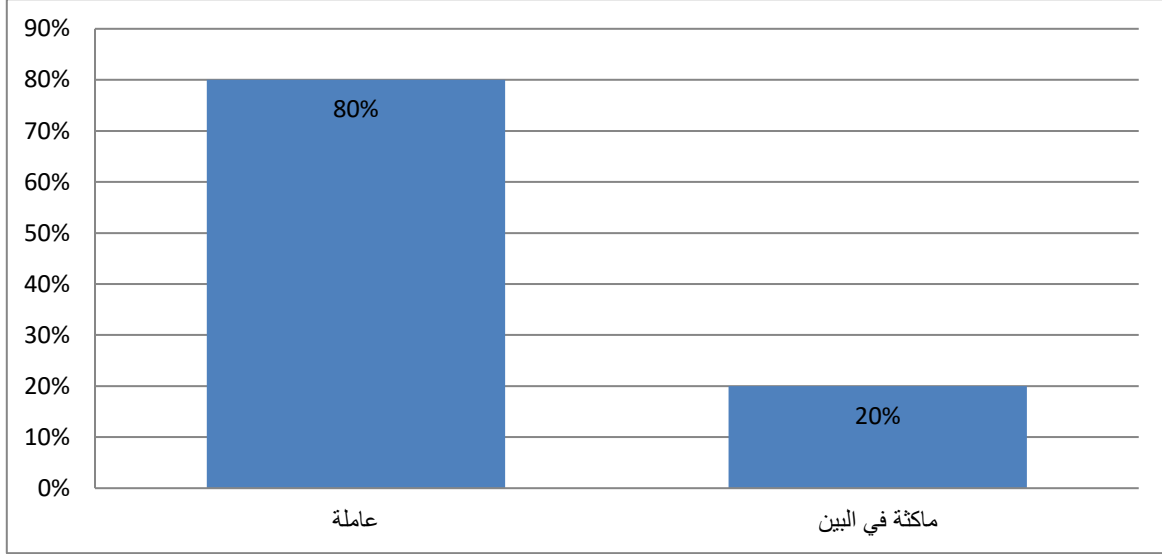
| الحالة المهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|---------|----------------|
| عاملة          | 12      | 80%            |
| ماكثة في البيت | 3       | 20%            |
| المجموع        | 15      | 100%           |

(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

نلاحظ من الجدول أعلاه و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية فالمعطيات الاحصائية بينت أن النسبة الأكبر شكلت 80% من فئة العاملات وتلتها نسبة 20% من فئة الماكثات في البيت.

من خلال هذه التقديرات النسبية لاحظنا أن أغلب المبحوثات كن من فئة العاملات. فالإقبال على المنتجات الطبيعية بالنسبة للمرأة العاملة حتى وإن افترضنا أنه من باب ترشيد النفقات إلا اننا نرجح أن الاقبال عليها كان بسبب تاثير ركن الجمال عبر الاذاعة المحلية الجزائرية من الاغواط عليهن وترسيخه جانبا من الوعي لديهن بأن الخلطات الطبيعية آمنة

ذخالية من مكونات غير صحية مثل المواد الحافظة والمواد المسرطنة، وإمكانية جعلها بدلاً من أمناً عن مستحضرات العناية الجاهزة، شرط التقيد بالقواعد الخاصة بتحضيرها وحفظها. وفيما يلي الأعمدة البيانية توضح تباين النسب بين فئات العينة وفقاً لوضعيتهم المهنية الشكل رقم 04 : يبين الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة المهنية



(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

جدول رقم 04 : يمثل توزيع افراد العينة حسب الحالة الاجتماعية .

| النسبة المئوية | التكرار | طبيعة الإقامة |
|----------------|---------|---------------|
| 20%            | 03      | عازبات        |
| 80%            | 12      | متزوجات       |
| 0%             | 0       | مطلقة         |
| 0%             | 0       | أرملة         |
| 100%           | 15      | المجموع       |

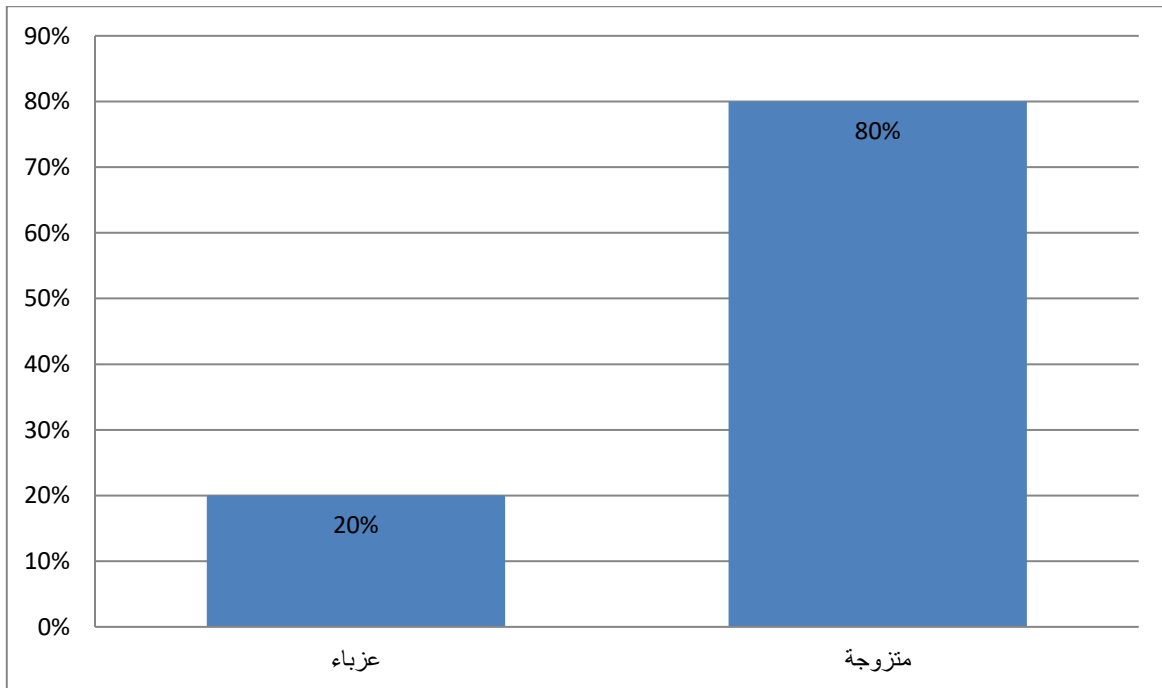
(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

من خلال الجدول أعلاه الذي يتضمن توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية فنجد النسبة الأكبر 80% من المتزوجات وتليها نسبة 20% من فئة العازبات.

من خلال ما سبق نستنتج أن أغلب المبحوثات في الدراسة من المترجات ويمكن تفسير ذلك هو تأثرهن بالمعلومات المتعلقة بنجاعة الخططات الطبيعية خاصة وأن الركن الاذاعي هو ركن تفاعلي بالإضافة الى ميزة ما يقدمه صالون التجميل بالمواد الطبيعية .

في حين نجد أن العازبات معظمهن في سن الزهور منهن المراهقات اللواتي يتأثرنا بتجارب الفاشينستا وبما يتناقلوه من أخبار حول جديد التجميل فيما بينهن أو من مواقع التواصل الاجتماعي ويتسابقن على ماركات الماكياج الذائعة الصيت. وفيما يلي التمثيل البياني للحالة الاجتماعية لمفردات العينة.

شكل رقم 05 : يمثل الأعمدة البيانية لتوزيع افراد العينة حسب الحالة الاجتماعية .



(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

## المطلب الثاني: تحليل معطيات البحث

جدول رقم 05 : يمثل إقبال مفردات العينة على الاستماع لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل

| النسبة | التكرار | العبرة  |
|--------|---------|---------|
| %86.66 | 13      | دائما   |
| %13.33 | 02      | احيانا  |
| %0     | 0       | أبدا    |
| %100   | 15      | المجموع |

(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن معظم مفردات العينة يقبلن ( دائما ) على الاستماع لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل بنسبة %86.66 وتليها النسبة %13.33 من افراد العينة اللواتي كن ( احيانا ) يستمعن لهذا البرنامج.

نستنتج من خلال القراءة الإحصائية ان معظم مفردات العينة كن من مستمعات المتميزات بالوفاء والاخلاص لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل ، وهو راجع الى جاذبية المواضيع وقيمتها الثقافية التي تتناسب مع مطلب حاجات تقدير الذات بالنسبة لهذه العينة القصدية .

الجدول رقم 06 : يمثل اهتمامات المبحوثات في برنامج عالم الصباح وفقا لوضعيتهم المهنية

| المجموع |    | موظفة  |    | مأكثة في البيت |    | الوضع المهنية<br>اهتمامات<br>المبحوثات |
|---------|----|--------|----|----------------|----|--|
| %       | ت  | %      | ت  | %              | ت  |  |
| %20     | 3  | %67,16 | 2  | %33,33         | 1  | المساحيق الطبيعية                      |
| %34,33  | 5  | %67,41 | 5  | %0             | 0  | تركيب الرموش                           |
| %66,6   | 1  | %33,08 | 1  | %0             | 0  | تركيب الاظافر                          |
| %40     | 6  | %33,33 | 4  | %66,67         | 2  | خلطات تسمين او تنحيف                   |
| %100    | 15 | %100   | 12 | %100           | 03 | المجموع                                |

(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

فمن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة قدرت بـ 40% ممن كانت المواضيع التي تشد اهتمامهن هي (خلطات تسمين أو تحفيف) حيث توزعت هذه النسبة حسب مركزهم المهني، بأعلى نسبة من أوساط ( الماكثات في البيت) مقدرة بـ 66.67%، وتلتها نسبة 33،33% ممن هن من فئة ( الموظفين).

في حين قدرت النسبة المئوية من مجموع مفردات العينة بـ 34،33% في الاختيار (تركيب الرموش) والتي توزعت بأعلى نسبة من فئة (الموظفات) بـ 67،41% في مقابل انعدامها في فئة (الماكثات بالبيت) .

في حين سجلت نسبة 20% في الاختيار الثالث والمتضمن (مساحيق طبيعية) والتي توزعت بأعلى نسبة في فئة (الماكثات بالبيت) بـ 33،33% ن وتلتها نسبة 67،16% من فئة (الموظفات).

وفي الأخير سجلت أدنى نسبة في الاختيار (تركيب الأضافر) بنسبة 66،6% والتي توزعت بأعلى نسبة من فئة (الموظفات) بـ 67،41% في مقابل انعدامها في فئة (الماكثات بالبيت) .

من خلال النتائج الكمية كما هو مبين في الجدول أعلاه نلاحظ أن إهتمام معظم المبحوثات مصوب نحو خلطات التسمين والتحفيف، وهو الموضوع نفسه يحظى باهتمام بالغ وبإقبال لافت وامتزاد من قبل الشابات والسيدات الراغبات في البحث عن القوام الممتلئ أو الميثالي للتخلص من النحافة أو خسارة الوزن، فأخذ المعلومة من برنامج إذاعي كبرنامج عالم الصباح ركن التجميل وعلى لسان مخرصة معروفة بنجاح وصفاتها في التجميل الطبيعي قد يبدد الخوف من الخلطات التي يسوق لها إلكترونياً عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي يتم الترويج لها دون استشارة الأطباء والمختصين.

في حين يمكن تفسير النسبة المئوية المتضمنة تركيب الرموش والتي حققت فيها أعلى نسبة في أوساط الموظفات لأن وصل الرموش أصبحت خلال الأشهر القليلة رائجة وسط الفتيات

من مختلف الفئات العمرية، خاصة اللائي تقل أعمارهن عن 20 سنة والموظفات، بحثا عن آخر صيحات الجمال والظهور بأفضل طلة، خاصة وأنهن تحولنا من فئة متأثرة ومقلدة إلى فئة مستهلكة تسعى لتجريب ما تروج له الشركات الإعلانية للمنتجات التجميلية، ومنه فإن البرنامج الإذاعي يعتبر ممرا يؤدي إلى تحقيق هذه الغاية في صالون التجميل الطبيعي.

ويمكننا تفسير النسبة المتواضعة الخاصة بالاهتمام بالمساحيق الطبيعية ذلك\_ لأننا في عالم الإغراء\_ أصبحت مستحضرات الماكياج تغطي على كل المساحيق الطبيعية نظرا لمميزاتها الظاهرة كرائحتها الاخاذة ولمعانها وشكلها الجميل دون الخوض في مساوئها المتعددة على البشرة على المدى البعيد.

في حين يشهد التوجه نحو تركيب الأظافر نسبة ضعيفة من أوساط المستمعات على أساس وضعيتهن المهنية فقد أصبح يقتصر على فئة المراهقات وبعض الموظفات لأنها عملية تتطلب الكثير من الحذر كونها تشوش على الحركات التلقائية وبعض الأعمال المنزلية.

**جدول رقم 07 : مدى توافق وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل مع أوقات المبحوثات**

| العبارة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 03      | 20%    |
| لا      | 02      | 13.33% |
| احيانا  | 10      | 66.66% |
| المجموع | 15      | 100%   |

(المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على spss)

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن الإتجاه العام لعينة الدراسة هو أكبر نسبة من الذين وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل كان يتوافق احيانا مع أوقاتهن بنسبة

66.66% وتليها نسبة الموائية المقدرة بـ 20% من افراد العينة اللواتي يرون أن وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل كان يتوافق مع أوقاتك وفي آخر تقدير جاءت النسبة مقدرة بـ 13.33 من اللواتي ترى ان وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل لم يكن يتوافق مع أوقاتهن .

فمن خلال هذه المعطيات الاحصائية نستنتج ان وقت عرض برنامج عالم الصباح ركن التجميل مرهون بالخريطة الإذاعية التي يتم تخطيطها مسبقا لجذب أكبر عدد ممكن من الجماهير المستهدفة ، وعليه يبذل مسؤولو البرنامج قصارى جهدهم إلى الوصول الى المعلومات التي تساعدهم على تحديد أوقات تفرغ الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة لسماع البرامج المذاعة، ولذلك مهما تنبأ المسؤولون يبقى رصد المستمعات في الوقت المقرر من طرفهم أمرا محتملا.

الجدول رقم(08): يمثل الدافع لاستماع المرأة المحلية لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل تبعا للاستفادة من الخططات التي تم تجربتها.

| المجموع |    | لا     |   | نعم    |    | مدى الاستفادة<br>من تجريب الخططات<br>دوافع استماع<br>المبحوثات |
|---------|----|--------|---|--------|----|--|
| %       | ت  | %      | ت | %      | ت  |  |
| 80%     | 12 | 67.66% | 2 | 34.83% | 10 | قيمة المعلومات المقدمة   |
| 34.13%  | 2  | 0%     | 0 | 76.16% | 2  | سهولة الاسلوب في الطرح   |
| 66.6%   | 1  | 33.33% | 1 | 0%     | 0  | دوافع اخرى   |
| 100%    | 15 | 100%   | 3 | 100%   | 12 | المجموع  |

فمن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة قدرت بـ 80% ممن كانت دوافع إستماعهن لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل هي (قيمة المعلومات المقدمة من طرف المختصة) والتي توزعت حسب (استفادتهن من تجريب الخططات) ، بأعلى نسبة ممن كانت إستجاباتهن بالإيجاب ( نعم) مقدرة بـ 83.34%، وتلتها نسبة 67.66%ممن كانت استجابتهن بالسلب (لا).

في حين قدرت النسبة المئوية من مجموع إستجابات المبحوثات بـ 34،13% في الدافع (سهولة الاسلوب في الطرح) والتي توزعت توزعت حسب (استفادتهن من تجريب الخلطات) بأعلى نسبة في الاستجابة (نعم) بـ 76،16% في مقابل انعدامها في الاستجابة (لا) .

في حين سجلت نسبة 66،6% في الاختيار الاخير والمتضمن (دوافع أخرى) والتي تمركزت في الاستجابة (لا) بـ 33،33% في مقابل انعدامها في الإستجابة (نعم).

ومنه يمكننا تفسير النتائج الإحصائية لا سيما النسبة الكبيرة التي من خلالها عبّر الجمهور المستهدف عن أسباب دوافعهم والمتمثلة في قيمة المعلومات المذاعة على مسامعهم خاصة وأنها أعطت نتائج مرضية بعد تجربتها هذا من جهة ، ومن جهة أخرى يمكننا تفسيرها في ضوء شروط البث الإذاعي حيث أن إتباع القواعد الأساسية لبرامج التقديم الإذاعي عبر برنامج عالم الصباح ركن التجميل هو في حد ذاته أحد الدوافع المهمة التي تضيف قيمة على البرنامج، بالإضافة الى تحديد المستمعين المستهدفين بناء على الاختيار البناء للمواضيع المطروحة حول الجمال. كما أن التحكم بنبرة الصوت وتكييفها مع وقع اللحن الموسيقي بالإضافة إلى دور إحترام القواعد العامة لأخلاقيات المهنة خلال البث بالإستقبال الجيد للمكالمة والتخلي بسياسة الإصغاء كفيل بأن يضيف قيمة على ، كما أن الإستخدام الأنجع لتقنيات التفاعل مع المستمعين. يلعب دورا مهما في تشبع المستمعين بالأهداف المراد تبليغها وتوطين فكرة تجريب الخلطات التي استهوتهم عبر البرنامج الذي تم إعدادة بطريقة محترفة وفق تصميم محكم لتسلسل الأفكار فيها.

## المبحث الثاني: إستخلاص نتائج البحث

فمن خلال اقتصارنا على تحليل بعض المؤشرات عكفنا على تجميع أفكارها ضمن محورين شاملين لكل أبعاد بحثنا.

### المطلب الأول : استخلاص نتائج التساؤل الجزئي الأول

من خلال نتائج تحليل المعطيات الكمية للمحور الأول توصلنا الى ان الانجذاب لثقافة الجمال من المفاهيم العامة التي تشترك فيها جميع النساء المبحوثات كغيرهن من نساء العالم، وهذا ما خلصت اليه نتائج دراستنا.

ففي الوقت الراهن، أصبح لوسائل الإعلام دورا بارزا في نشر هذه الثقافة الجمالية وتنميتها وتعتبر اذاعة الأغواط المحلية من أهم الوسائل التي حافظت على مكانتها لدى الجمهور بالرغم ما عصف بها من رياح العولمة وظهور الانترنت التي اكتسحت مجالات الحياة برمتها وغيرت موازين انتشار المعلومة وطريقة توصيلها للمتلقين خاصة وأنها لعبت على وتر الجديد المتجدد بأقل جهد وبأقل تكلفة.

وفي خضم هذه التقلبات بقيت الإذاعة صامدة ولم تتوانى عن هدفها في بث برامجها المختلفة ومنها برنامج الصباح ركن التجميل الذي أشبع شغف الكثير من المستمعات من النساء المحليات وفضولهن حول الخلطات الطبيعية الآمنة وبعض النصائح القيمة.

### المطلب الثاني : استخلاص نتائج التساؤل الجزئي الثاني

للجمال أثره النفسي العميق في وجداننا وهذا ما يفسر دوافع اقبال مفردات العينة على الاستماع لبرنامج ركن الجمال ذلك أنه يرفع من معنويات المرأة المحلية التي تسعى الى أخذ ما يفيدها لا إستهلاك كل ما يروج له، كما أن معظم مفردات العينة أبدينا رضائهن على كل ما يقدم من هذا البرنامج لأنه في الواقع تعدى حدود تلك العلاقة التي نشأت بالسمع إلى علاقة نواتجها منبثقة عن التمرس والتجريب داخل الصالون المخصص لتطبيق هذه الخلطات، مما يجعل هذا البرنامج يتسم بتأثيره الإيجابي في تغيير بعض الأنماط التقليدية الخاطئة في التعامل مع المستحضرات التجميلية وبالتالي فبرنامج الصباح ركن الجمال بالإذاعة المحلية بالأغواط حتى وإن كانت صوتا يحمله الأثير بعد تدفقه من القناة الإذاعية

عبر المايكروفون الى أذن المستمع فإنه قد لعب دوراً محورياً في تشكيل تصورات المستمعات عن الجمال وساهم الى حد كبير في تطوير قواعد الجمال لديهن. كما التعرض باستمرار لمعايير الجمال المواكبة للحاضر قد كان لها دور كبير في توجيه تفضيلات معظم المستمعات.

### الاستنتاج العام:

من خلال استعراضنا لنتائج معطيات البحث نستنتج أن لإذاعة الاغواط دور كبير في تنمية الثقافة الجمالية لدى المرأة المحلية خاصة وأن برنامج "عالم الصباح ركن التجميل" يعتر دعامة تثقيفية صلبة استمدت معارفها من خبرات متوارثة وتم صقلها بالممارسة والمهارة مما جعل دوره حاضرا وملموسا من خلال اقبال مفردات العينة بصفة دورية على صالون التجميل بالخلطات الطبيعية بهدف الوصول الى المظهر اللائق والبشرة النظرة والجسم الممتلئ لتحقيق معايير الجمال السائدة في مجتمعنا الأغواطي.



الخاتمة

وفي الختام، فإن الإذاعة المحلية لولاية الاغواط بجل ما تحتويه من برامج إذاعية وخصائص مميزة وأهداف عديدة قد اجتهدت في إنجاح رسالتها، ودورها الإعلامي والاتصالي في تنمية الثقافة الجمالية ، حيث تحقق هذا الهدف تبعا للمضامين التي كانت غنية بالنصائح والخططات، وذلك بالتركيز على أهم المواضيع التي من شأنها أن تحافظ على القلب الجمالي للمرأة ، لأنها الأساس في تكوين ثقافة جمالية، فكان تأثير الإذاعة المحلية في هذا الشأن يحظى بشيئ من التميز في تنمية ثقافة الجمال.

ويمكن القول إجمالاً بأن الإذاعة المحلية لولاية الاغواط تساهم فعليا في تنمية الجمال من خلال برنامج عالم الصباح ركن التجميل، أين يتم تداول كل ما يخص جمال المرأة الظاهري، وهو العامل الذي يجذب المستمعات نحو الإهتمام بهذه الوسيلة الإتصالية الجماهيرية كمقابل لما تقدمه لهم بالإعتماد على تقديم النصائح والاتجابة على الاتصالات وتنطلق منها كافة التوجيهات والإرشادات لتحقيق معرفة كافية بعالم جمال المرأة ، فدور الإذاعة المحلية هنا لا يستهان به بالرغم من وجود عدة وسائل إعلامية واتصالية منافسة لها نظرا للإهتمام الذي تحظى به والتأثير الذي يعكس مدى فاعليتها وقوة إضافاتها لتحقيق تنمية في ثقافة الجمال، وهو ما تم التوصل إليه في هذه الدراسة.

وفي الأخير يمكننا أن نوصي ببعض التوصيات كالتالي:

✓ على الإذاعة المحلية أن تعمل جاهدة على التكتيف من هذه البرامج بغرض التوعية والتوجيه الصحي للمستمعات في استعمال الخططات الطبيعية، لأن مثل هذه البرامج من شأنها أن تقف حصنا منيعا للحملات المغرضة وللإشهارات المغرية من بعض القنوات ومواقع التواصل الاجتماعي التي ترفع من قيمة أرباحها على حساب مستهلكي منتجاتها و المروجة لبعض المستحضرات غير المدروسة والمنافية لأخلاقيات المهنة والمضرة لصحة مستعمليها كونها غير خاضعة لرقابة طبية وكثير منها حذرت منه منظمة الصحة العالمية لاختوائه على مواد سامة أو مشعة.

---

✓ ضرورة اهتمام السيدات بهذا المجال خاصة المرأة المثقفة والتكوين فيه من أجل نشر ثقافة الجمال على قاعدة علمية رزينة.



## قائمة المراجع

## الكتب

1. إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ، دار الفكر العربي ، ط02، القاهرة، 1985
2. إبراهيم زيوش ، فنيات التحرير والتأثير في الإذاعة والتلفزيون ، مطبعة النور لطباعة، سطيف الجزائر ، 2008
3. إبراهيم وهي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985
4. أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، دون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005
5. أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، قسم الإعلام والاتصال ، كلية الآداب و اللغات ، جامعة الجزائر ، دون المطبوعات الجامعية ، ط 04، 2010
6. أحمد زياد محبك، دراسة تحليلية للحكاية الشعبية، دار المعرفة .بيروت 2005
7. أميرة حلمي مطر، فلسفة الجمال (أعلامها ومذاهبها)، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر، 1998
8. بشرى حسين الحمداني ، التربية الإعلامية و محو الأمية الرقمية ، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن عمان ، 2015
9. توفيق الطويل، القاهرة، فلسفة الأخلاق، دار النهضة العربية، 1979
10. جبار العبيدي و محمد عبد الجبار سلام، موضوعات إعلامية، مركز عبادي للدراسات و النشر، صنعاء، 1995
11. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010
12. جمال راسم محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، الفصل السادس، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، مصر، 1999
13. جمال مجاهد، مدخل إلى الإتصال الجماهيري ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009
14. حسن علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، القاهرة ، دار العربية للنشر والتوزيع ، ط02، 2012،
15. حسن عماد مكاوي ، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008،
16. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008
17. الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، مج1 ، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2003
18. خليل صابات، وسائل الإتصال نشأتها و تطورها، ط0 ، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2001

19. دني هويمن، علم الجمال، تر ظافر الحسن، ط 1975 ، 2 م، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر
20. راوية عبدالمنعم عباس، ديكارت أو الفلسفة العقلية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1989
21. ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم ، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط01، 2000
22. رسم محمد الجمال ، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، دار الحمراء للنشر والتوزيع ، لبنان ، بيروت ، 2001
23. رضوان بلخيري ، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال النشأة وتطورها ، دار جسر المحمدية للنشر والتوزيع، الجزائر ، 2014
24. سامح، المعجم الوجيز، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ط1 ، 2007
25. سعيد توفيق ، الخبرة الجمالية (دراسة في فلسفة الجمال الظاهراتي)، الطبعة الاولى ، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002م
26. صالح خليل أبو أصبع ، الاتصال الجماهيري ، دار البركة للنشر والتوزيع ، ط03، عمان ، الأردن، 2010، ص 331
27. صالح سعود ، الاعلام القديم و الاعلام الجديد ، جدة ، شركة المدينة المنورة للطباعة و النشر ، 2002
28. صفرة إلهام وآخرون، الاتصال التتموي في الجزائر، الأسس والوظائف والاستراتيجيات، معهد الآداب واللغات قسم علوم الإعلام و الاتصال
29. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، عمان ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ط01، 1999
30. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائري، 2008
31. عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل إلي وسائل الإعلام الجديد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان ، 2012
32. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987
33. عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007،
34. عبده على نصيف وآخرون، طرق الإحصاء في التربية البدنية والرياضية، جامعة بغداد، 1977
35. عزام محمد أبو الحمام ، الإعلام الثقافي ، دار أسامة، الأردن، 2010

36. العزيز بن عثمان التويجري ، التنمية الثقافية من منظور إسلامي ، المملكة المغربية ، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ، إيسيسكو للنشر والتوزيع ، ط2، 02، 2015،
37. عزيز لعبان، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، التعريف بوسائل الإتصال الجماهيرية الوسيط في الدراسات الإعلامية ، ج 1، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003
38. فاروق خورشيد، الموروث الشعبي ، ط1، 1992، دار الشروق .بيروت
39. فؤاد أحمد الساري ، وسائل الإعلام النشأة والتطور ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2011،
40. فيصل محمد أبو عيشة ، الدعاية والإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان 2011،
41. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، ، 1999
42. مارك جمينيز، ما الجمالية ، ترجمة، شربل داغر، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، الطبعة الاولى ، 2009م
43. مجاهد عبد المنعم مجاهد، دراسات في علم الجمال، دار عالم الكتب بيروت، طبعة 1980 ، ص20
44. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، قاموس المحيط، دار الكتب العلمية، ج 1 ، بيروت، لبنان، 1999
45. محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، 2015
46. محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط2 ، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998
47. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، ط، 2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2000
48. محمد عبيدات وآخرين، منهجية البحث العلمي " القواعد والمراحل والتطبيقات"، عمان ، دار وائل للنشر والتوزيع ، ط1، 01، 1999،
49. محمد علي أبو ريان، فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، ( دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، طبعة 5 ، ب.ت.
50. محمد علي أبو ريان، فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، دار المعرفة الجامعية، 1993
51. محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، 2007

52. محمد مدير ،حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،  
2003
53. محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984
54. محمد منير حجاب، وسائل الإتصال ونشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة،  
2008
55. مرزوق عبد الحكيم العادلي ، الاعلانات الصحفية ، دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ،  
ط 1 ، دار الفجر ، القاهرة ، مصر ، 2004
56. مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، عمان ، مؤسسة  
الوراق ، ط1 ، 2000،
57. مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة إتصال وتعليم، جامعة الملك سعود،  
الرياض، 1997
58. موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، تدريبات عملية ، دار  
القصة للنشر ، ترجمة بوزيدي صحراوي، 2004
59. نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الرتبة للإذاعة والتلفزيون ، القاهرة، 2005
60. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر،  
2008
61. نوي إيمان، استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية  
بجامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2012
62. هيقل، فكرة الجمال، تر جورج الطرابيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط 1981

م، ج 1

#### المقالات

1. حسن عماد مكاوي ، استخدامات التلفزيون و اشباعاته في سلطنة عمان، دراسة مسحية مقارنة  
على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد 8 أوت - أكتوبر 2000
2. رجاء طه القحطاني ، أمل مهدي المالكي ، روان يوسف بدوي ، عمليات التجميل والصورة  
الذهنية للجمال بين الضرورة والهوس بالمجتمع السعودي، مجلة مركز حضارات البحر المتوسط،  
المجلد 07، العدد01، يناير 2023
3. رشيد خضير، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي دراسة في الوسائل  
والأساليب-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الشبيد حمة لخضر-الوادي العدد  
15، مارس، 2016

4. زهيدة عزيري، الإذاعة المسموعة وتأثيرها في الإتجاهات الفررية والسلوكية لدى المواطن الجزائري ، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 02، العدد03، 2014
5. سميرة شيخاوي ، الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد الأول + الثاني ، دمشق ، 2010
6. صالح مهدي محسن العامري ، العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي ،دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية ، المجلد 21 ، العدد 2 ، سوريا ،2005
7. عبد العالي رزاق، دور الإذاعات المحلية والاقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي الجزائر والسودان ومصر مثالا، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (72)، تونس، 2012
8. هيثم فيصل علي، العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث،2010

#### المذكرات

1. باديس لونيس ، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت ، دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري، قسنطينة،2007-2008
2. خلفاوي حكيم، ثقافة المؤسسة وأثرها على مستوى الانضباط والتسيب، رسالة ماجستير في علم النفس العمل والتنظيم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم نفس والارطوفونيا، جامعة وهران-02، الجزائر، 2017-2018
3. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية إذاعة الجلفة المحلية نموذجا ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع( منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012
4. فضيلة يحياوي، تاريخ الثورة الجزائري من خلال نماذج لشهادات حية باذاعة الأغواط الجهوية (1956-1962)،مذكرة ماستر في التاريخ، جامعة عمار ثليجي، الاغواط، 2021-2022
5. مليكة زيد ، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، دراسة ميدانية ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية - تخصص، دعوة وإعلام واتصال ، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -2014-2015

#### المواقع الالكترونية

1. Disam.maktoobblog.com /06-01-2024/page14، 23.
2. <http://www.svu.edu.eg/arabic/links/camps/hurghada/DR%20SAAADY%20LECTURE%20SPECIAL.pdf>



الملاحق

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -  
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة  
قسم: علوم الإعلام والاتصال



## إستبيان

في إطار تحقيق غرض البحث العلمي نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي صمم خصيصا لجمع البيانات، والمعلومات ذات العلاقة بموضوع مذكرة ماستر حول " دور إذاعة الاغواط في تنمية الثقافة الجمالية لدى المرأة المحلية: دراسة ميدانية على عينة من مستمعات برنامج "عالم الصباح ركن التجميل" بإذاعة الجزائر من الاغواط. ونتعهد بأن كل المعلومات المقدمة من طرفكم سوف تحظى بكامل السرية والعناية ونرجو منكم الإجابة بكل صراحة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة، مع التفضل بتبرير اجابتم عندما يطلب منكم ذلك.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال  
تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف :  
د. ذهبية ايت قاسي

إعداد:  
حورية شقنان

المحور الاول: خصائص العينة

- البيانات الشخصية

01 : السن

23-18  29-24  35-30  36 فأكثر

02 : المستوى الدراسي

بدون مستوى علمي  إبتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي

03: الحالة المهنية

عاملة  ماکثة في البيت

04 : الحالة الاجتماعية

عزیاء  متزوجة

المحور الثاني: معطيات البحث

أولاً: دور برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الاغواط في اكتساب المرأة عادات وأنماط وقيم جمالية عصرية

05: هل كنت من مستمعات برنامج عالم الصباح ركن التجميل

دائما  احيانا  ابدا

06: هل تتبعك لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل كان

بإرادتك  بمحض الصدفة  بتلقي معلومات من الغير حوله

07 : هل سبق وأن اتصلتي ببرنامج عالم الصباح ركن التجميل

نعم  لا

08 : هل تحرصين على تتبع برنامج عالم الصباح ركن التجميل

نعم  لا

09 : هل تعتبرين ان المعلومات المتاحة تزيد في ثقافة الجمال لديك

نعم  لا

10 : هل ترين ان ثقافة الجمال لديك تغيرت من خلال برنامج عالم الصباح ركن التجميل

نعم  لا

11 : هل تجربتك للخطاط كانت مفيدة

نعم  لا

12 : هل ترين ان برنامج عالم الصباح ركن التجميل مفيد في تنمية منظورك للجمال ؟

نعم  لا

المحور الثالث: دور مواضيع برنامج عالم الصباح (ركن التجميل) عبر اذاعة الجزائر من الأغواط في زيادة دوافع استماع المرأة المحلية

13 : هل انتي راضية عن جمالك

نعم  دائما  احيانا  ابدا

لا  نسبيا

14 : في حالة الاجابة بلا ما هي المشكلات التي تعانيين منها

مشاكل في البشرة

مشاكل السمنة

مشكل النحافة

15 : هل تعتقد ان معايير الجمال تغيرت

نسبيا

لا

نعم

16 : ما طبيعة الموضوعات التي تهتمك

تجميل الوجه

تجميل الجسد

خلطات صحية

17 : ما الدافع لاستماعك لبرنامج عالم الصباح ركن التجميل

قيمة المعلومات المقدمة

سهولة الاسلوب في الطرح

مميزات اخرى اذكرها : .....

.....

18 : ما هي اكثر المواضيع التي كنتي تهتمين بها في برنامج عالم الصباح

المساحيق الطبيعية

تركيب الرموش

تركيب الأضافر

خلطات تسمين او تحيف

..... اخرى اذكرها :  
.....

**19** : حسب رأيك ماهي المعلومات التي تميز برنامج عالم الصباح ركن التجميل

تعليم المكياج العصري

تعليم تقنيات تركيب الاظافر

تحسين المظهر الخارجي للجسم

قصات شعر تتماشى مع الموضة

..... اخرى اذكرها :  
.....