

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

القسم: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: إتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

بعتوان:

## المعالجة الإعلامية للشهر الوردى في إذاعة الجزائر من ورقلة

دراسة تحليل مضمون لعينة من البرامج - الإذاعة المحلية نموذجاً-

إعداد الطالبين:

محمد بوسماحة / حسن بن طالب

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/25

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيساً

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفاً ومقرراً

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشاً

الأستاذ (ة): مسعودة با يوسف

الدكتورة: أمينة طرابلسي

الأستاذ (ة): عبد الرحمان صالحى

السنة الجامعية: 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## تشكرات

الحمد والشكر لله الذي ألهمنا القوة والصبر والعون  
لإتمام هذا العمل ، والحمد لله الذي جعل من عباده من كانوا عوناً لنا في إنجاز  
هذه المذكرة ونخص بشكر بداية الأستاذة المشرفة على  
هذا العمل الأستاذة الأستاذة طرابلسي أمينة التي لم تبخل علينا  
بنصائحها وتوجيهاتها في إعداد هذه المذكرة العلمية  
وكذلك الأستاذة تومي والأستاذ الراوي محمد الطيب  
والأستاذ بودربالة عبد القادر وكذا الأستاذة فانة  
ولا ننسى شكر خاص للأستاذة سعيدة غراب على دعمها ومساعدتها لنا  
في إعداد هذه المذكرة  
كما نتقدم بمجزل الشكر والعرفان إلى كل استاذة شعبة  
والإتصال دون تمييز أو إقصاء وإلى كل  
من مد لنا يد العون وإلى كل الأساتذة الذين تعاملنا معهم ونخص  
في هذا المقام الأستاذ : صالح عبد الرحمن  
ولكل من تجمل معنا نصيباً وافراً من العناء

## إهداء

لهدي ثمرة جهدنا إلى كل من:

عائلتي بوسماحة و بن طالب

و نخص بالذكر

الوالدين الكريمين

الإخوة والأخوات

كما لا ننسى كل الأصدقاء

والزملاء سواء في مكان العمل أو الدراسة

محمد / لحسن



## ملخص الدراسة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة وصف و تحليل برامج الشهر الوردى و التى تجسدت بعنوان: "المعالجة الإعلامية للشهر الوردى فى إذاعة الجزائر من ورقلة"، دراسة تحليلية لعينة من برامج إذاعية، و التى تهدف إلى معرفة القيم التى إعتمدت عليها المعالجة الإعلامية للشهر الوردى فى الإذاعة، بالإضافة إلى محاولة التعرف على المصادر التى إستقت منها هذه البرامج معلومتها وكذلك محاولة معرفة الأشكال و الأنواع الإعلامية التى إستخدمتها الإذاعة فى طرحها لهذا الموضوع، حيث إنقسمت هذه الدراسة إلى فصلين منهجى و تطبيقي، حيث يتضمن الفصل الأول ( الجانب المنهجى): الذى بدأنا فيه بطرح إشكالية الدراسة التى تمحورت على النحو التالى: كيف عالجت إذاعة الجزائر من ورقلة الشهر الوردى فى برامجها؟ إضافة إلى تساؤلات الدراسة وأهدافها، و كذا أسباب إختيار الموضوع، و تحديد المفاهيم الدراسة مع عرض لبعض آدابياتها بالإضافة إلى المنهج المستخدم فى هذه الدراسة هو المنهج المسحى فى شقه الوصفى التحليلي لتحليل المحتوى، أما عن عينة الدراسة فقد أختارنا العينة القصدية المتاحة التى تمثلت فى خمسة برامج خلال شهر أكتوبر، أما عن الفصل الثانى ( الجانب التطبيقي) الذى بدوره تضمن تحليل البرامج التى تناولتها الإذاعة خلال الشهر أكتوبر ( الشهر الوردى) و إستخلاص النتائج من خلالها، و التى كانت من أهمها: الوصول إلى غرس مبادئ التوعية و التحسيس ( التثقيف الصحى ) ليلفت إنتباه الناس إلى الأهمية القصوى للتوعية كحل و علاج من أجل تجنب هذا المرض، فى حين نجد مضامين هذه البرامج هى مضامين صحية و هذا راجع إلى طبيعة الموضوع. كما إعتمدت الإذاعة من خلال برامج الشهر الوردى على إستمالات إقناعية و تمثلت فى عاطفة الأمومة، التى برز فيها جانب من الحرمان تجسد فى المعانات الإجتماعية لبعض الأسر، بالإضافة إلى ذلك إعتمدت هذه البرامج على استمالات العقلية تضمنت فيها إحصائيات و معطيات علمية التى بدورها تصب فى تحريك الإستمالات التخويفية و المتمثل فى التهديدات و المخاطر من خلال عرض الإحصائيات الحالية و الأرقام المستقبلية.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، الشهر الوردى، البرامج الإذاعية.

In this study, we tried to describe and analyze the pink month programs that were embodied in this study, which was entitled: "Media treatment of the pink month in Radio Algeria from Ouargla, The aim of this study is to get to know the values that the media treatment relied on from advertising campaigns for the pink month in the radio, in addition to trying to identify the sources from which these programs derived their information, , As well as an attempt to know the forms and types of media used by the radio in the introduction of this subject and focused on the problem as follows: How did Radio Algeria address the pink month of the programs?

The method used in this study is the analytical descriptive approach to content analysis, As for the sample of the study, we chose the available sample , which is the sample of the study In five programs during the month of October, and the second chapter (the practical aspect), which includes the analysis of the programs that the radio broadcast during the month of pink and extract the results, which were the most important, Access to instilling the principles of awareness and awareness (healthy awareness) to draw the attention of people to the utmost importance of awareness as a solution and as a treatment to avoid this disease and we find that the contents of these programs are health implications and this is due to the nature of the subject , It was also based on mental estrangement and was represented in statistics and scientific data, which in turn lead to the mobilization of phobias and by that we need to decrease those threats by increasing in the healthy awareness and presenting the database in hands we can prevent this disease from spreading.

**Keywords: media Treatment, pink month, radio programs**

## قائمة المحتويات

الرقم	المحتوى	الصفحة
أ	شكر وتقدير	
ب	ملخص الدراسة	
ج	قائمة المحتويات	I
د	قائمة الجداول	II
هـ	قائمة الأشكال	III
و	قائمة الملاحق	V
ز	مقدمة	أ- د
<b>الفصل الأول</b>		
<b>الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة</b>		
	تمهيد	05
01	إشكالية الدراسة	06
02	التساؤلات الدراسة	08
03	أسباب إختيار الموضوع	09
04	أهمية الدراسة	10
05	أهداف الدراسة"	10
06	تحديد مفاهيم الدراسة	11
07	الدراسات السابقة	15
08	مجال إستفادة من الدراسات	20
09	منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات	21
10	أولاً: منهج الدراسة	21
11	ثانياً: أدوات جمع البيانات	22
12	ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة	27
13	مجال الدراسة	28

28	المقرب النظري	14
39	إجراءات الصدق و الثبات	15
<b>الفصل الثاني</b>		
<b>عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة</b>		
43	تمهيد	01
43	بطاقة تقنية	02
44	أولاً: البيانات الأولية	03
47	ثانياً: عرض وتحليل بيانات فئات الشكل	
54	ثالثاً : عرض وتحليل بيانات فئات الموضوع	04
87	رابعاً: النتائج العامة للدراسة	05
89	خاتمة	06
91	قائمة المراجع	07
97	الملاحق	08

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
27	الجدول رقم (01) يوضح بيانات عينة الدراسة
44	جدول رقم ( 02 ) إسم البرنامج
45	جدول رقم ( 03 ) تاريخ البث
46	جدول رقم ( 04 ) مدة البث
47	جدول رقم ( 05 ) الموقع من حيث الشبكة البرمجية
49	جدول رقم ( 06 ) الموقع من حيث الحصة الواحدة
51	جدول رقم ( 07 ) الأنواع الإعلامية
52	جدول رقم ( 08 ) فئة اللغة
54	جدول رقم ( 09 ) التعريف بأعراض المرض
57	جدول رقم ( 10 ) المواضيع المطروحة
60	جدول رقم ( 11 ) المصادر
63	جدول رقم ( 12 ) الشخصيات الفاعلة
66	جدول رقم ( 13 ) الهدف من البرامج
69	جدول رقم ( 14 ) مجال المضمون
72	جدول رقم ( 15 ) إتجاه المعالجة
75	جدول رقم ( 16 ) الإستمالات العاطفية
77	جدول رقم ( 17 ) الإستمالات العقلية
79	جدول رقم ( 18 ) السمات الشخصية
82	جدول رقم ( 19 ) الجمهور المستهدف
84	جدول رقم ( 20 ) الموسيقى

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل
45	شكل رقم (01) فئة تاريخ البث
52	شكل رقم ( 02 ) فئة اللغة المستخدمة
55	شكل رقم ( 03 ) فئة التعريف بأعراض المرض
57	شكل رقم ( 04 ) فئة المواضيع المطروحة
61	شكل رقم ( 05 ) فئة المصادر
64	شكل رقم ( 06 ) فئة الشخصيات الفاعلة
66	شكل رقم ( 07 ) فئة الأهداف من البرامج
69	شكل رقم ( 08 ) فئة مجال مضمون البرامج
72	شكل رقم ( 09 ) فئة إتجاه المعالجة
75	شكل رقم ( 10 ) فئة الإستimalات العاطفية
77	شكل رقم ( 11 ) فئة الإستimalات العقلية و التخويفية
79	شكل رقم ( 12 ) فئة السمات الشخصية للمرضى
82	شكل رقم ( 13 ) فئة الجمهور المستهدف
85	شكل رقم ( 14 ) فئة الموسيقى

## قائمة الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
(01)	ملحق دليل الإستثمار
(02)	ملحق إستثمارة تحليل المضمون



# المقدمة





## المقدمة

عرفت البشرية الإتصال منذ تواجدها على هذا الكون المترامي الأطراف ، الواسع الأرجاء حيث بدأت حياة الإنسان بإحتكاكه و تعامله مع محيطه الضيق و اكتسابه منه كل التجارب بما فيها الإتصال، الذي كان يتمثل في أسرته أو قبيلته أو في النطاق الذي يفرض عليه التحرك لكسب عيشه عبر الزمن و ما فتىء الإنسان يطور و يحسن من أساليبه الإتصالية حتى بدأت الإكتشافات مع ظهور الكتابة و توسعها إلى الطباعة و أنواعها ثم الصحافة و أشكالها، و هذا من خلال ما قطعتة البشرية من مراحل وأشواطاً إتصالية معتبرة .

لقد إنفجرت وسائل الإعلام و الاتصال بتطوراتها المذهلة، و تعددت أنواعها و مجالات تخصصاتها حتى أصبحت في عصرنا الحالي لا يعرف لها إتجاهاً حيث توغلت في جميع مفاصل الحياة الإجتماعية و الإقتصادية و السياسية الصحية ، لتجعل من العالم قرية صغيرة بل بناية واحدة يتعايش أفرادها بكل سهولة مع ذلك الكم الغزير من المعلومات حتى أصبح هذا العالم يكتفى بالعالم المعلومات ، إذ نرى أن وسائل الاتصال الحديثة في عصرنا هذا تعد من بين الطرق و الوسائل التي تُمكن الإنسان من التواصل مع العالم الخارجي بأكمله، إذ أصبحت من الضروريات التي لا يمكن لأي شخص الاستغناء عنها، والعيش بدونها، حيث أنها سهّلت الحياة على الإنسان، بسبب قدرتها على ربط الأشخاص ببعضهم البعض بالرغم من بعد المسافات.

ونظراً للأهمية البالغة التي يكتسبها الإعلام في حياة الأفراد خاصة و المجتمعات عامةً ، أصبح يمثل مجالاً خصباً للبحوث والدراسات العلمية الأكاديمية هذا من جهة و من جهة أخرى لما له من تأثير وتأثر في المجتمع لكونه لا ينعزل عنه، فقد أصبحت وسائل الإعلام من أهم أدوات التأثير والتثقيف والتوجيه والتعليم والترفيه في أي مجتمع وخاصة بعد ظهور العديد من المشاكل والأحداث، ولعل من أبرزها تفاقم الوضع الصحي التي دقت من خلاله الدول و الحكومات ناقوس الخطر مما جعل المسألة الصحية تحتل مكانة أساسية وذلك لظهور وانتشار العديد من الأمراض والمشاكل و الأزمات الصحية والتي من شأنها المساس بحياة الفرد لكونه البنية الأساسية للمجتمع .

تعد الاذاعة واحدة من ابرز الوسائل الاعلامية الجماهيرية رغم المنافسة الشديدة منقطع النظير التي تفرضها عليها وسائل الاعلام الجديدة و ما تفرزه ثورة المعلومات و الإتصالات ، حيث أصبحت للإنسان عدة خيارات لإستقاء المعلومات و الأفكار من أي وسيلة ، فلقد تربعت الاذاعة على عرش وسائل الاعلام الجماهيرية بإعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيراً وانتشاراً لدى الجماهير و لعل من بين أهم مميزاتها تخطي حاجز الأمية و حاجزي المكان و الزمن ، و كما فسره عالم الإتصال مرشال مكلوهان بأن الرديو وسيلة ساخنة لإلها تتعامل مع الأذن ، و تعتبر الإذاعة أداة مهمة في التثقيف الصحي لما لها من قدرة على إعلام الناس ، كما تسعى الاذاعة كغيرها من وسائل الاعلام الاخرى الى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد و المجتمع كالتثقيف ، التربية ، الترفيه ، الترفيه في جميع مجالات خاصة في مجال التوعية و تحسيس المرأة ، بالإضافة للتوعية الصحية لما لها من أهمية قصوى في حياة الأفراد و المجتمعات خاصة تلك الموجهة لفئة النساء بحكم ارتباطها القوي و التصاقها بمفاهيم هذا الجانب كان لزاماً أن نتعرف على كيفية معالجة الإذاعة لبرامجها من بين هذه البرامج الشهر الوردى أو ( أكتوبر الوردى ) أو شهر التحسيس و التوعية الصحية بضرورة غرس و إنتهاج مبادئ الكشف المبكر و الذي يقصد به : " تلك الحملة السنوية العالمية التي تحدث في أكتوبر بإعتباره شهر التوعية بسرطان الثدي ، و تشمل الحملة الآلاف من المنظمات ، هدفها تسليط الضوء على نشر الوعي حول المرض و أهمية الفحص الدوري و الكشف المبكر و كذلك تقديم الدعم و التضامن مع المرضى".

كما ينبغي على الإعلام أن يوفر مساحة كبيرة في توعية المرأة صحياً و خاصة إذا تعلق الأمر بالأمراض التي تصيب النساء كسرطان الرحم و سرطان الثدي و هذا الأخير الذي أصبح يهدد حياة و صحة المرأة كشريحة هامة و حيوية في المجتمع و كنواة أساسية في بناء الأسرة.

إذ يعتبر سرطان الثدي أحد أكثر سرطانات إنتشاراً في دول العالم و تعد الجزائر من بين هذه الدول التي إستفحل فيها هذا الداء ، من خلال ما تشير إليه أرقام منظمة الصحة العالمية التي تسجل 1.38 مليون إصابة جديدة بهذا المرض سنوياً عبر مختلف دول العالم ، أما عن الوضع في الجزائر فأكد البروفيسور محسن بوبنيدر رئيس مصلحة أمراض الثدي بمركز بيار و ماري كيري بالجزائر العاصمة ، أنه يتم سنوياً تسجيل قرابة 12 ألف حالة جديدة ، و هذا لعدة أسباب و عوامل منها عامل الوراثة و الجينات و العامل السن بالنسبة للنساء التي يفوق أعمارهن الأربعين سنة، مشيراً كذلك إلى توقعات الوضع الصحي التي سوف تعرف حدوث إرتفاع في عدد الحالات بالإصابة بهذا الداء إلى وحوالي 15 ألف حالة في غضون عام

2020<sup>1</sup>، كما صرح رئيس مصلحة الوقاية الدكتور جمال معمري بمستشفى محمد بوضياف بورقلة لإذاعة الجزائر من ورقلة بأن سرطان الثدي يحتل المراتب الأولى من حيث أنواع السرطانات عند النساء حيث بلغ عدد النساء المصابات كل سنة بـ 99 حالة جديدة، بمعنى 45,01%، أي 100 حالة جديدة لكل 1000 امرأة سنوياً، وهذه الإحصائيات السجل الولايتي لسرطان<sup>2</sup>، مما تندر هذه الأرقام على قلق كبير يستوجب على جميع المؤسسات الإعلامية بذل الجهد الكبير للوقاية منه بفضل التحسيس و غرس مبادئ التثقيف الصحي المتمثلة في الكشف المبكر و الكشف الدوري الذي يعتبر من بين الحلول لتصدي لمثل هذا الوباء.

و من هذا المنطلق نجد أن الواقع يفرض علينا دراسة هذا الموضوع من خلال كيف كانت المعالجة الإعلامية لبرامج الشهر الوردي ( شهر أكتوبر) شهر التوعية و التحسيس لسنة 2018 في الإذاعة الجزائر من ورقلة. حيث تم تقسيم هذا العمل إلى فصلين إثنين:

**الفصل الأول:** بعنوان "الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة" وقمنا فيه بإتباع جميع الخطوات المنهجية المستخدمة في بحوث علوم الإعلام والإتصال، حيث كانت عناصر هذا الفصل بدايةً بطرح إشكالية الدراسة في فقرة موجزة، ثم الإنتقال إلى التساؤل الرئيسي تتبعها مباشرةً مجموعة من الأسئلة الفرعية، و بعدها تم ذكر أسباب إختيار الموضوع ثم الأهمية التي تكتسبها دراستنا مروراً بأهداف المرجوة من الدراسة، لنتنقل بعدها لعرض الدراسات السابقة التي جرت في نفس الموضوع، ثم عنصر تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة، ثم المجال الزماني والمكاني الذي تمت فيه الدراسة و أخيراً عرض الإجراءات المنهجية لها، من المنهج المتبع و المتمثل في المنهج المسحي في شقه الوصفي التحليلي إلى أدوات تحليل المضمون المتمثل في إستمارة تحليل المضمون ثم يلها التعريف بمجتمع البحث وتحديد عينة الدراسة و المتمثلة في الأنواع الإعلامية و هي (حصتين و حصاة حوارية، الأخبار و المقابلة).

<sup>1</sup> - محسن بوبنيدر، ملفات صحية، د ر، إذاعة الجزائر من ورقلة، بتاريخ: 2018/10/06.

<sup>2</sup> - جمال معمري، ملفات صحية، د ر، إذاعة الجزائر من ورقلة، بتاريخ: 2018/10/02.

**الفصل الثاني:** بعنوان " عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة " والذي قمنا فيه بتفريغ البيانات المجمعة في الدراسة التحليلية (تحليل المضمون)، وعرض نتائجها وكذلك تحليلها والإجابة عن تساؤلات الدراسة الفرعية ثم الإجابة عن التساؤل الرئيسي الذي يعد هذا الأخيرة بمثابة عرض لنتائج للدراسة.

### صعوبات البحث:

- عند تقربنا من المؤسسة الجهوية لإذاعة الجزائر من ورقلة واجهتنا صعوبات تقنية تمثلت في عدم التنظيم فيما يخص الأرشيف قسم الأخبار على مستوى الإذاعة، بحيث لا يوجد بها برنامج للحفظ أوتوماتيكي لكل ما يسجل و إنما يكون ذلك بحفظ العادي على مستوى الحاسوب مما تسبب في تلف بعض البرامج ، و هنا تجسدت هذه الصعوبة في الوصول إلى عينة الشاملة مما إستغرق منا الوقت الكبير في الذهاب و الإياب ، زيادة على نقص الكوادر البشرية على مستوى قسم الأخبار التابع للإذاعة.

## الفصل الأول

### الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

#### تمهيد

1. الإشكالية
2. التساؤلات الدراسة
3. أسباب إختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. الدراسات السابقة
8. منهج الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. مجتمع البحث والعينة

### تمهيد

في هذا الفصل سنقوم بتحديد الإجراءات المنهجية حيث نحدد إشكالية الدراسة، ونعرف المفاهيم المستخدمة في الدراسة، كما نشرح بالتفصيل إستمارة تحليل المضمون ونبين العينة التي تم إختيارها لهذه الدراسة.

### 1- إشكالية الدراسة:

تعد وسائل الاتصال الحديثة في عصرنا هذا من بين الطرق و الوسائل التي تُمكن الإنسان من التواصل مع العالم الخارجي بأكمله، إذ أصبحت من الضروريات التي لا يمكن لأي شخص الاستغناء عنها، والعيش بدونها، حيث أنها سهّلت الحياة على الإنسان، بسبب قدرتها على ربط الأشخاص ببعضهم البعض بالرغم من بعد المسافات.

ولعل من مميزات المجتمع الإنساني الحديث هو وجود وسائل الإتصال جماهيرية بعد أن أصبحت هذه الوسائل تشكل جزءاً هاماً من الحياة الاجتماعية في إطار علاقات ذات أبعاد و أغراض متنوعة بين الأفراد و المجتمعات و المنظمات و النظم الفرعية في المجتمع ، فقد تكون هذه العلاقات ذات طبيعة ديناميكية متغيرة ، كما قد تكون ساكنة و منتظمة.

ولهذه الوسائل أنواع عديدة منها الصحف و المجلات و التلفزيون و الإذاعة و التي بدورها تلعب دوراً حيوية وفعالة في المجتمع من بين هذه المؤسسات الإعلامية نجد الإذاعة، حيث تتعدد الوظائف التي تقوم بها من بين هذه الوظائف نجد الإعلام و التخطيط و السعي إلى إرضاء أكبر قدر ممكن من الجمهور.

كما أن للإذاعة دوراً هاماً في الاتصال بالجمهور والتفاعل معها من خلال برامج متنوعة، اجتماعية، وثقافية، وترفيهية و صحية وغيرها من البرامج، التي يكون فيها الجمهور جزءاً من تكوين أو صناعة ذلك البرنامج.

إن الإذاعة كوسيلة إعلامية تؤدي كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى دوراً حيوياً في حياة الناس ، وخاصة المجتمعات التي تتميز بالعصرية، نعم عصر ثورة المعلومات و الاتصالات حيث أصبح بإمكان الفرد استخدام حقه في أستقاء المعلومات و الأفكار عن طريق أي وسيلة ، حتي يتمكن من معرفة الكثير من المعارف و الحقائق بخصوص معرفة ما يهدد صحته ، وما يدور في بيئته من أمراض نفسية و مشاكل إجتماعية و أمراض جسمانية لعل أشهرها و أكثرها خطورة و إنتشاراً ، مرض السرطان .

يعتبر سرطان الثدي أحد أكثر سرطانات إنتشاراً في دول العالم و تعد الجزائر من بين هذه الدول التي إستفحل فيها هذا الداء ، حيث تشير أرقام منظمة الصحة العالمية إلى تسجيل 1.38 مليون إصابة جديدة بهذا المرض سنوياً عبر مختلف دول العالم ، أما عن الوضع في الجزائر فأكد البروفيسور محسن بوبنيدر رئيس مصلحة أمراض الثدي بمركز بيار و ماري كيري بالجزائر العاصمة ، أنه يتم سنوياً تسجيل قرابة 12 ألف حالة جديدة و هذا لعدة أسباب و عوامل منها وراثه و الجينات و النساء التي يفوق أعمارهن الأربعين سنة ليست لديهم ثقافة الكشف المبكر للكشف الدوري ( الثقافة الصحية)، مشيراً كذلك إلى توقعات الوضع الصحي التي سوف تعرف حدوث إرتفاع في عدد الحالات بالإصابة بهذا الداء إلى وحوالي 15 ألف في غضون عام 2020<sup>1</sup>، كما صرح رئيس مصلحة الوقاية الدكتور جمال معمري بمستشفى محمد بوضياف بورقلة لإذاعة الجزائر من ورقلة بأن سرطان الثدي يحتلت المراتب الأولى من حيث أنواع السرطانات عند النساء حيث بلغ عدد النساء المصابات كل سنة بـ 99 حالة جديدة بولاية ورقلة فقط، بمعنى 45,01%، أي 100 حالة جديدة لكل 1000 إمراة سنوياً، و هذه الإحصائيات السجل الولائي لسرطان<sup>2</sup> ، مما تنذر هذه الأرقام على قلق كبير يستوجب على جميع المؤسسات الإعلامية بذل الجهد الكبير للوقاية منه بفضل التحسيس و غرس مبادئ التثقيف الصحي المتمثلة في الكشف المبكر الذي يعتبر من بين الحلول لتصدي لمثل هذا الوباء ، و عليه تم تكرس مناسبة أكتوبر كشهر الوردي شهر عالمي للتحسيس و للوقاية و التضامن.

و يعد الدور الذي تقوم به الإذاعة في نشر التثقيف الصحي من بين الوسائل التي لعبت دوراً كبيراً من أجل دعم المرأة بصفة عامة بإعتبارها من أكثر الفئات تعرضاً لهذه الوسيلة ، فإن ما تقدمه الإذاعة من برامج و الأخبار في مجال التوعية و التوجيه و التعليم و التثقيف الصحي، مما تساعد الفرد و المجتمع على إكتساب ثقافة صحية تفيده في التنمية البشرية.

إن التعرف على ماهية الدور الحقيقي الذي تقوم به الوسائل الإعلامية في مجال التثقيف الصحي للمرأة حول العديد من الأمراض التي تصيبها بصفة عامة و كيفية الوقاية و الكشف عنها مبكراً بصفة خاصة ، يساعد على تجنب هذه الأمراض و التقليل من أزماتها.

<sup>1</sup> - حسن بوبنيدر، ملفات صحية ، د ر ، إذاعة الجزائر من ورقلة ، بتاريخ : 2018/10/02

<sup>2</sup> - جمال معمري، ملفات صحية ، د ر، إذاعة الجزائر من ورقلة ، بتاريخ : 2018/10/14



كما تعتبر التوعية الصحية حق أصيلاً لكل أفراد المجتمع و وظيفة هامة لكل المؤسسات الإعلامية فقد حظي موضوع الوقاية و الكشف المبكر بإهتمام العديد من وسائل الإعلام و منها الإذاعة التي أولت لها شبكة تغطية واسعة النطاق تنوعت بين الحصص الحوارية و النقاشات الطبية و الأخبار و غيرها من الأنواع الإعلامية، من هنا تأتي دراستنا لتعرف من خلالها على دور الإذاعة في التوعية الصحية للمرأة من خلال البرامج الإعلامية التي تبثها الإذاعة الجزائرية من ورقلة ، على مدار شهر أكتوبر من كل عام و الذي يهتم بعالم الصحة وإرشادات الطبية للمواطنين عبر نمط التفاعل، أين تستضيف هذه الوسيلة من خلال برامجها أطباء مختصين في مختلف الأمراض و المشكلات الصحية مع تفاعل المشتركين بطرح أسئلتهم و مشاكلهم الصحية نحوه، مع إيجاد النصائح للوقاية و الكشف المبكر من هذا المرض.

حيث يعتبر أكتوبر هو الشهر العالمي للتوعية بسرطان الثدي؛ وقد اقترن رمز الشريط الوردي على مر السنين الماضية بجهود التوعية الرامية لمكافحة هذا المرض، و تأكيداً على الصلة الوثيقة بين شهر أكتوبر و مساعي التوعية بسرطان الثدي. و على هذا الأساس جاءت دراستنا لتجيب عن الكيفية التي تناولت فيها الإذاعة برامج التوعية و التثقيف بهذا المرض وطبيعة الموضوعات التي تتضمنها.

و من خلال المنطلقات السابقة لهذا الموضوع فإن إشكالية بحثنا تتمحور حول التساؤل الرئيسي الأتسي :

**كيف عالجت إذاعة الجزائر من ورقلة الشهر الوردي في برامجها ؟**

## 2- التساؤلات الفرعية :

و تماشيا مع طبيعة دراستنا يندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

أ- من حيث الشكل

1- ما هي الأنواع الإعلامية التي إعتمدت عليها الإذاعة في طرحها لهذا الموضوع؟

2- ما هي اللغة التي استخدمتها الإذاعة في برامجها لمعالجة الشهر الوردي؟

3- ما هي المدة الزمنية المخصصة للشهر الوردي في الأسبوع؟

ب- من المضمون

- 4- ما هي أهم المواضيع التي عاجلتها التغطية الإذاعية لشهر الوردى؟
- 5- ما هي القيم التي إعتمدت عليها المعالجة الإعلامية؟
- 6- ما هي الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها الإذاعة في طرح مواضيعها الخاصة بالشهر الوردى؟
- 7- ما هي الأهداف التي تسعى البرامج لتحقيقها من خلال تناولها للشهر الوردى؟
- 8- ما هي المصادر التي إستقت منها البرامج الإذاعية معلوماها؟
- 9- ما هي الفئات المخاطبة بالبرامج الإذاعية في تغطيتها للشهر الوردى؟

03- أسباب إختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب جعلتنا نختار موضوع دراستنا هذه، تنقسم إلى أسباب الذاتية وأخرى موضوعية تمتل في ما يلي:

❖ الأسباب الذاتية:

- اكتساب الخبرة في البحوث التحليلية؛
- الفضول العلمي و حب الإستطلاع؛
- موضوع التثقيف الصحي لما لهذا الموضوع من أهمية بالغة كعلاج لتصدي لمرض السرطان؛
- الميل الشخصي للإذاعة كوسيلة إتصال جماهيرية جد هامة، و لما لها القدرة على التأثير الفعال في التثقيف الصحي؛

❖ الأسباب الموضوعية:

- بما أننا نتكون في قسم علوم الإعلام و الإتصال يتطلب منا الخوض في بحوث ودراسات تنتمي إلى المجال الإعلامي و الإذاعي منه بالخصوص، و كذا ظاهرة المرض الذي بدأ ينتشر؛
- المساهمة في إثراء المكتبة ببحوث ودراسات حول تحليل المضامين الإعلامية؛
- التغطية المكثفة للوسائل الإعلامية خاصة الإذاعة لما يتضمنه هذا الحدث (الشهر الوردى) من فعاليات توعوية وتحسيسية.

#### 04- أهمية الدراسة:

تعتبر الإذاعة منبر إعلامي حيوي ، حيث يساهم في التوعية و التثقيف في جميع المواضيع و المجالات بصفة عامة ، أما في مجال التثقيف الصحي تتأتى منه أهمية دراستنا ونذكرها في الجانبين التاليين:

##### ● الأهمية العلمية:

حيث تعتبر دراستنا من الدراسات التي تناولت موضوعاً هاماً ألا و هو التثقيف الصحي بصفة عامة و الشهر الوردي - شهر التوعية - بصفة خاصة هذا الأخير الذي بدا يطرح نفسه في الآونة الأخيرة مع الإنتشار الواسع في المجتمع ، كما ستثري هذه الدراسة التي قمنا بها مكتبة الجامعة ، كما تعتبر نقطة إنطلاق لدراسات جديدة لموضوعات مشابهة لدراستنا.

##### ● الأهمية العملية:

قيامنا بتحليل محتوى للبرامج الإذاعية التي تهتم بالشهر الوردي و التي تنعكس على الواقع الإجتماعي من خلال التثقيف الصحي ، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية دراسة برامج الإذاعة الموجهة لفئة النساء، من منظور وصفي فهي توظف داخل إطار منهجي لتحليل المضمون هذه البرامج ، فهي بذلك تمثل نوعاً من المقاربة المنهجية تكشف لنا مدى تطابق هذه النتائج النظرية مع واقع باقي البرامج الإذاعية الموجهة لفئة النساء.

#### 05- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا للوصول إلى:

- محاولة الوصول إلى معرفة القيم التي إعتمدت عليها المعالجة الإعلامية؛
- معرفة الأهداف من الحملات الإعلامية للشهر الوردي في الإذاعة؛
- محاولة التعرف على المصادر التي إستقت منها هذه البرامج معلوماته؛
- تعرف على القوالب الإعلامية التي إستخدمتها الإذاعة في طرحها لهذا الموضوع؛
- الوصول إلى اللغة المستخدمة لمخاطبة الجمهور المستهدف؛

06 - تحديد المفاهيم الأساسية والمصطلحات:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم في البحوث العلمية من أساسيات المعرفة العلمية وتحديدنا لمفاهيم دراستنا يسمح لنا بتكوين المعنى المراد قصده في الدراسة و يُعرّف دولانشير المفهوم على أنه تمثيل رمزي يتشكل من الخصائص المشتركة بين مجموعة من الأشياء العينية<sup>1</sup>

و المفهوم ليس عوناً من أجل الفهم فحسب ، بل هو طريقة للتصور ، أنه ينظم الواقع محتفظاً بصفات الظواهر المتميزة ، الدالة، و بعد ذلك ينبغي أن يوجه المفهوم البحث موفراً له من البداية وجهة نظر.<sup>2</sup>

6-1- المعالجة الإعلامية :

6-1-1- المعالجة

6-1-1- لغة :

مفهوم المعالجة لغة: كلمة " معالجة " في اللغة العربية مشتقة من فعل "عالج"، فعندما نقول:عالج الأمر: أصلحه "عالج مشكلة".<sup>3</sup>  
عالج الشيء معالجة و علاجاً : زاوله ، وكل شئ زاوله و مارسته فقد عاجلته ،و عالج المريض معالجة و علاجاً، معاناه المعالج المداوي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سعيدي أمبو ، سليمان بن محمد البلوشي، طرائق تدريس العلوم / مفاهيم وتطبيقات عملية ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، الأردن، 2009، ص 30.

<sup>2</sup> -مادلين غراويتيز، ترجمة ، سام عمار،مناهج العلوم الإجتماعية / منطق البحث في العلوم الإجتماعية،ط1، المركز العربي للتعريب و الترجمة و التأليف ، دمشق ، 1993 ، ص53.

<sup>3</sup> - ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير و أساس البلاغة ، ج3، (ط3، لام، دار الفكر ، لا.ت) ص297.

<sup>4</sup> -ابن منظور ، لسان العرب ، تحقيق: عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله و اخرون، مج1، دار المعارف ،دت،القاهرة،ص3066.

■ ب - اصطلاحاً :

المعالجة بمعنى الممارسة ، إذا تقول : عالج أي مارس العمل و عمل به و زلولة ، وكل شيء زاولته و مارسته قد عالجته .  
الانشطة الاعلامية: هو كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو الإلكترونية و تكون موجهة للجمهور أو فئة منه.<sup>1</sup>

كما تعرف المعالجة بـ:

" التعامل مع المادة المراد دراستها دراسة علمية قد تكون أرقاماً، أو كلمات ، جمل ، فقرات ، نصوص ، كما تعتمد المعالجة على التقويم و الفرز و إنتقاء للمادة و تعديلها ثم طرحها وفق منهج محدد ليتم إيصالها في قالب مدروس و مفهوم للمتلقي"<sup>2</sup>.

6-1-2 - الإعلام :

-أ- لغة : جاء من مادة علم و العلم نقيض الجهل و ليس مرادفةً لكلمة المعرفة ، كما جاء في باب العلم علماً

- مشتق من أعلم ، يعلم ، إعلاماً ، أي قام بالتعريف و الإخبار لغيره وأعلم ، أي : أخبر ، لذلك تقول العرب : أعلم فلاناً الخبر ، أي : أخبره به.<sup>3</sup>

- ب - اصطلاحاً :

و اصطلاحاً الإعلام :

الإعلام : هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة والأخبار و المعلومات السليمة الصادقة و الأفكار و الآراء و الإسهام في تنوير الرأي العام ، و تكوين الرأي الصائب لدى الجمهور، و الإعلام من حيث اللغة يعني ( إخبار أو إطلاع الآخرين و يحوي معنى التعليم و هو يعني بالإنجليزية Information أي المعلومات<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- الجريدة الرسمية، القانون العضوي 2012، المادة 03، ص 2.

<sup>2</sup>- ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير و أساس البلاغة ، مرجع سبق ذكره ، ص 297.

<sup>3</sup>- طه أحمد الزبيدي ، المرجعية الإعلامية في الإسلام، ط1، دار النفائس ، العراق ، 2010، ص 41.

<sup>4</sup>- منال أبو الحسن، اساسيات علم الاجتماع الإعلامي/ نظريات ووظائف و التأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة ، مصر، 2008، ص 23.

الإعلام: هو ذلك الجوهر الذي يحويه الإتصال و الذي يستخلصه القارئ أو المستمع أو المشاهد، و الذي إستطاع الصحفي أن يوصله إلى الجمهور، و يمكن تسمية الجوهر الذي يحويه الإتصال بالإعلام الكامن أو الفعال الذي يعني الإعلام الحقيقي.<sup>1</sup>

و قد وجد الإعلام بشكله البسيط ( نقل الأخبار و المعلومات بصورة موضوعية ) ، و قد عرفت عدة تعريفات للأعلام حيث بأنه النقل الحر و الموضوعي للأخبار و المعلومات بإحدى و سائل و الإعلام . أو أنه نقل الأخبار و الوقائع بصورة صحيحة .<sup>2</sup>

و يعرفه هادي نعمان الهيتي بأنه : عملية تزويد الناس بالأخبار و الحقائق و المعلومات الصادقة عن طريق وسائل.<sup>3</sup>

كما يعرفه سمير حسن بأنه "محمل أوجه النشاط الاتصالية الهادفة إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات و الحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق أكبر درجة من المعرفة و الوعي و الإدراك للفئات المتلقية للمادة الإعلامية حول القضايا و الموضوعات و المشكلات المثارة."<sup>4</sup>

تم تعريف وسائل الإعلام بصفة عامة : "على أنها وسيلة للتواصل و النشر و الانتقال و تسمح بتبادل الأفكار و الرسائل و المعلومات بطريقة مكتوبة ، مرئي أو صوتي ، على التلفزيون أو الراديو أو الفيديو أو الصحافة أو وسائل الإنترنت."<sup>5</sup>

و يعد الإعلام : بصفة عامة منهج و عملية تقوم على هدف التنوير و التثقيف و الإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم و تدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة ، كما تخلق فيهم مناخاً صحياً يمكنهم من التوافق مع المجتمع و أهدافه .<sup>6</sup>

<sup>1</sup> - محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الإتصال / و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، 2003، ص 22.

<sup>2</sup> - منال طلعت محمود ، مدخل إلى علم الإتصال، د ط ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، مصر، 2003 ، ص 173

<sup>3</sup> - طه أحمد الزيدي ، المرجع سبق ذكره، ص:42.

<sup>4</sup> - رزيق سامية ، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، برنامج ما وراء الجدان ، قناة النهار ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، علوم الإعلام و

الإتصال، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، قسم: علوم إنسانية، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، الجزائر ، 2016 ، ص 15

<sup>5</sup> - Dominique Martel, Analyse de Discours Médiatique sur le Cancer de sein au québec , le cas de Presse Ecrit, Mémoire Présenté de la Maîtres en Commiunication ,Université du Québec , Montreal , Canada ,2012, P21.

<sup>6</sup> - منال طلعت محمود ، مرجع سبق ذكره ، ص 91.

### 6-1-3- المعالجة الإعلامية:

**تعريفها:** هي نقل المعلومات من عدة مصادر بدقة و سرعة و بالطريقة التي تخدم الحقيقة و تجعل الصواب يبرز ببطء و ذلك من وجهة نظر الصحيفة أو المؤسسة التي تتبعها.<sup>1</sup>

**تعريفها آخر:** هي عملية كشف إتجاهات و الماديات و إستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما ، بإتجاه قضية معينة.<sup>2</sup>

**إجرائياً:** هي معرفة الكيفية التي إنتهجتها و مارستها و تناولت بها الإذاعة برنامج الشهر الوردي ، من حيث الشكل و المضمون و محاولة معرفة الأفكار و القضايا التي طرحت في هذه البرامج و طريقة تقديمها و معالجتها. فهو لا يختلف كثيراً عن التعارف اللغوية المذكورة أعلاه، وهناك استخدامان لهذا المصطلح في البحوث العلمية، أكثر شيوعاً في البحوث الإعلامية، وغالباً ما يستخدم "المعالجة الإعلامية".

### 6-2- الإذاعة :

#### 6-2-1- تعريف الإذاعة.

■ **لغة:** من ذيع، الذيع، ان يشيع امر، يقال أذعناه فذاع وأذعت به وأذعت السر أذاعة افشيتته و اظهرته و ذاع الشئ والخبر، و يذيع ذيعاً و ذيوفاً و ذيعوفاً، و زوازل أعوام أذاعت بخمسة و تجعني إن لم يق الله سادياً"<sup>3</sup> وجاء في قوله تعالى "و إذا جاءهم أمر من الأمن و الخوف أذاعوا به "<sup>4</sup>.

كما عرفها احد الباحثين بأنها تعني الإشاعة و النشر العام، و ذيوفاً ما يقال في العرب تصف الرجل الذي لا يكتف السر بأنه رجل مذياع "<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - مناحي بن نايف التجاني، المعالجة الصحفية لجرائم العنف الأسري، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإجتماعية، كلية الدراسات و البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2008، ص 20.

<sup>2</sup> - نجاة باسي، المعالجة الإعلامية للقضايا الأسرية في الإذاعة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة و إعلام و إتصال، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2015، ص 06.

<sup>3</sup> - ابن منظور، لسان العرب، مرجع سبق ذكره، ص

<sup>4</sup> - سورة النساء، رقم الآية: 83.

<sup>5</sup> - صالح خليل الصقور، الإعلام و التنشئة الإعلامية، ط1، دار اسامة النشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 78.

اصطلاحاً : كلمة تعني البث و الإرسال في جميع الاتجاهات فالخطيب على المنصة يذيع .بمعنى أنه يمثل مصدراً مركزياً للصوت يبعث في جميع الإتجاهات<sup>1</sup>.

ونقصد بهذا تعريف هنا الإذاعة المحلية لتدقيق و ضبط التعريف على النحو التالي:

- الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الجغرافية و الإجتماعية و الاقتصادية .. مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة ، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي ؛ فالإذاعة المحلية كوسيلة إتصال جماهيري - مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم أو الظروف . وقد يكون هذا المجتمع مدينة او مجموعة قرى أو مدنا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة إقتصادية وثقافية متميزة.<sup>2</sup>

- الإذاعة هي عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف، وأدوار، تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي، والثقافي، والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متنائر يتكون من أفراد، وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة.

ويقصد بها كذلك: ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع.<sup>3</sup>

كما تطلق على الاتصال بالراديو اي ارسال واستقبال الكلمات والاشارات الصوتية على الهواء لاسلكي ،أي كل ما يبث عن طريق الأثير بإستخدام موجات كهرومغناطيسية<sup>4</sup>.

و هو جهاز اتصالات لبث و استقبال الأصوات الصادرة و من هذا الجهاز عن بعد أو هو أسلوب إرسال و إستقبال من جهاز الراديو و المضامين المسموعة فقط.

<sup>1</sup>- إبراهيم امام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، ط2، دار الفكر العربي ، 1985، ص161.

<sup>2</sup>- حورية بوهلال ، تأثير فاطمة تأثير الإشهار الإذاعي على المستهلك الجزائري، دراسة ميدانية حول تأثير إشهار تقنية الجيل الثالث في إذاعة الجزائر من ورقلة ، علوم إعلام و إتصال ، العلوم الإنسانية ، جامعة ورقلة ، الجزائر، 2014 ، ص 20.

<sup>3</sup>- رفعت عارف ، محمد عثمان الضبع ، الإذاعية النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية ، ط1، دار الفجر للنشر ، القاهرة ، مصر، 2011، ص 13.

<sup>4</sup>- فؤائد شعبان، عبدة السبطي، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجيااته الحديثة ، د ط، دار الخلدونية، 2012، ص121.



### 6-2-2- البرامح الإذاعية :

برامح الإعلامية : هو الشكل أو القالب الذي يوضع لإحتواء مضمون الرسالة الإعلامية تليفزيونية أو إذاعية ،لتحقيق هدف

أو مجموعة من الأهداف مبنية على موازن من الإحتياجات المستمع أو المشاهد ورغباتهم.<sup>1</sup>

و تمثل " البرامح الإذاعية مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية ثقافية اجتماعية اقتصادية ترفيهية )

،سواء في شكل اللقاء العادي للأخبار ، أو في أشكال إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة ".<sup>2</sup>

■ **إجرائيا:** هي بث و إرسال لبرامج و مضامين و مواد إعلامية متنوعة إلى جماهير واسعة و متباينة من حيث الفئات

العمرية و المستوى التعليمي و الثقافي.

### 7 - مفهوم الشهر الوردي:

كما يشير مفهوم الشهر الوردي على أنه " شهر توعية و التحسيس لضرورة الكشف المبكر أكثر و للعلاقات الموجودة بينها"

و المفاهيم التي تناولتها دراستنا للشهر الوردي هي كما يلي:

■ هي مبادرة عالمية بدأ العمل بها على مستوى دولي في أكتوبر 2006 حيث تقوم معظم دول العالم باتخاذ اللون الزهري

أو الوردي كشعار لها من أجل التوعية من مخاطر السرطان كما يتم عمل حملة خيرية و تحسيسية دولية من أجل رفع من

التوعية و الدعم و تقديم المعلومات و المساندة ضد هذا المرض.<sup>3</sup>

■ أكتوبر هو الشهر العالمي للتوعية بسرطان الثدي؛ وقد اقترن رمز الشريط الوردي على مر السنين الماضية بجهود التوعية

الرامية لمكافحة هذا المرض. وتأكيداً على الصلة الوثيقة بين شهر أكتوبر و مساعي التوعية بسرطان الثدي.<sup>4</sup>

■ الشهر الوردي كما يسمونه هو شهر أكتوبر العالمي للتوعية بسرطان الثدي الذي تتخذه كثير من المنظمات للقيام

بحملات مكثفة يتم فيها توعية النساء بضرورة الكشف المبكر لهذا المرض إما عن طريق الطبيب أو في البيت عن الطريق

<sup>1</sup> - رزيق سامية ، البرامح الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، مرجع سبق ذكره ، ص54

<sup>2</sup> - فضيل دليو، تاريخ وسائل الإتصال، دط، دار أقطاب الفكر ، قسنطينة، 2007، ص140.

<sup>3</sup> - أسماء حيدوسي: شهر أكتوبر شهر وردي اللون للتوعية بسرطان الثدي Cite consulté le 01/03/2016 à 15H30

<https://www.akhbaralaan.net/health/>

<sup>4</sup> - Dominique Martel , **OP Cit** , P

الفحص الذاتي وهو أسهل وأسرع طريقة للتعرف اذا ما كان هناك علامة أو ورم غير عادي في الثدي<sup>1</sup>.

■ يرتبط شهر أكتوبر من كل عام بمكافحة سرطان الثدي، ومعه تظهر الأشرطة وردية اللون، فمن أين جاءت هذه الفكرة؟

وما هي دلالة ارتباط اللون الوردي بمكافحة سرطان الثدي؟ مع الإشارة إلى أن كل نوع من السرطان له شهر مخصص<sup>2</sup>.

في البداية لا بد أن نعرف أن أنظمة الأشرطة والألوان مستخدمة مع عدد من الأمراض، وهي تعطي معنى التضامن مع قضية

معينة ودعمها، ولعل الأكثر شهرة هو الشريط الأحمر الذي يرمز إلى دعم مرضى الإيدز. هناك أيضاً الأرجواني للزهيمر،

والأخضر للهوس الاكتنابي، والفضي لاضطراب الدماغ أو العجز<sup>3</sup>.

■ فكرة الشريط الوردي استوحيت من فكرة الشريط الأحمر الذي يرتبط بمرض الإيدز، وغالباً ما يرمز اللون الوردي

للمرضى النساء بسرطان الثدي، أما الأزرق فيرمز للرجال، وكلاهما من تصميم مؤسس ورئيس منظمة "جوهان نايك"، في

إطار حملته التي خصصها للرجال المصابين بهذا المرض<sup>4</sup>.

ووقع الاختيار على اللون الوردي لكونه يرمز للنساء والفتيات في العديد من البلدان، وعموماً فإن فكرته تمنح الكثير من

المؤسسات والشركات دوراً فعالاً في التوعية بخطر سرطان الثدي، إلى جانب الدعم المادي القادم من شراء تلك الأشرطة<sup>5</sup>.

وفي بداية تسعينيات القرن الماضي تم اعتماد شعار "الشريط الوردي" للتعبير عن سرطان الثدي، ولذلك فإن بعض المؤسسات

تزود أعضائها بهذا الشعار لاستعماله في هذا الشهر، كما توجد مؤسسات تباع منتجات مستوحاة من هذا الشعار، وذلك

لجمع المال لدعم النساء المصابات بالمرض<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - شروق غنيم ، Cite consulté le 01/03/2019 à 11H10 [https://www.masrawy.com/news/news\\_various/details](https://www.masrawy.com/news/news_various/details)

<sup>2</sup> - موقع ويكيبيديا تاريخ الزيارة : 2019/03/19 ، على الساعة 21:10 ليلاً <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

<sup>3</sup> - المنظمة الصحة العالمية ، تاريخ الزيارة : 2019/03/19 على الساعة 21:45 ليلاً

[https://www.who.int/cancer/events/breast\\_cancer\\_month/ar/](https://www.who.int/cancer/events/breast_cancer_month/ar/)

<sup>4</sup> - أحمد علي حسن: "أكتوبر الوردي" ما قصة تخصيصه للتوعية بسرطان الثدي؟ ، Cite consulté le 01/03/2019 à 15H30

<https://alkhaleejonline.net>

<sup>5</sup> سبب تسمية أكتوبر - الشهر الوردي / <https://www.elkhabar.com/press/article/144080/>

<sup>6</sup> - شروق غنيم ، مرجع سبق ذكره، تم إسترجاعه ، Cite consulté le 15H302019/03/10:15

، [https://www.masrawy.com/news/news\\_various/details](https://www.masrawy.com/news/news_various/details)

8- الدراسات السابقة :

8-1- الدراسات العربية :

رقم	صاحب الدراسة	نوع، تاريخ ومكان الدراسة	منهج، أدوات وعينة الدراسة	أهداف الدراسة	نتائج الدراسة
01	اسيا شنين و هدى بتقي " المعالجة الاعلامية لمرض سرطان الثدي في التلفزيون الجزائري دراسة تحليلية لبرنامج ارشادات طبية "	- مذكرة مكملة لمتطلبات شهادة ماستر اكايمي في ميدان العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اذاعة وتلفزيون جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2017؛ - المؤسسة محل الدراسة : بمؤسسة التلفزيون الجزائري، في تحليلها لبرنامج ارشادات طبية ؛ - والتي عالج الباحث من خلالها الإشكالية التالية : كيف عالج التلفزيون الجزائري موضوع مرض سرطان الثدي من خلال برنامج ارشادات طبية ؟	- منهج الوصفي التحليلي واداة تحليل المضمون ومن اجل جمع البيانات استعانوا باستمارة تحليل المضمون التي ضمت فئات المضمون وفئات الشكل ؛ - عينة قصدية والتي تتمثل في برامج ارشادات طبية الذي تبته قناة الجزائرية الثالثة وقد قامو باختيار العينة المتمثلة في 04 اربع حلقات التي جرى بثها خلال شهر اكتوبر في سنة 2016.	تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما التلفزيون في إبلاغ رسالته الصحية على الخصوص ومدى قدرته على تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض وتغيير بعض سلوكياتهم السلبية التطرق الى الموضوعات والقوالب الصحفية التي استخدمها البرنامج فيما يخص معالجته لمرض سرطان الثدي؛ محاولة معرفة مدى نجاح التلفزيون من خلال المضامين الإعلامية في تحقيق الاهداف المنشودة.	- التعريف بمرض سرطان الثدي مع ذكر أعراضه على الجسم، ومعرفة أهم العوامل والأسباب التي تؤدي للإصابة بالمرض فمن بين أهم هذه الأسباب العوامل الوراثية وأيضاً التقدم في السن ؛ - ، كما تم الحديث عن طرق العلاج والوقاية من خطر الإصابة حيث تم التأكيد على أهمية التغذية وممارسة الرياضة مرة في الأسبوع ؛ - من خلال تحليلنا لبرنامج إرشادات طبية يمكننا القول بأنه يهدف إلى تقديم النصائح والإرشادات للنساء للوقاية من مرض سرطان الثدي، بحيث يمنحهن مسؤولية الاعتناء بصحتهن؛

<p>يتضح من تحليل النتائج أن من وسائل الإعلام الأكثر تداولاً لدى (المرأة) والأكثر تعرضاً لها هي الأنترنت إن اهتمام المرأة بالمضامين الإعلامية التي تهتم بالقضايا الصحية هي الأكثر متابعة دوماً</p> <p>من بين وسائل الإعلام الأكثر تداولاً هما التلفزيون والأنترنت و هذا لما له من فائدة بشكل كبير لتنمية الوعي الصحي لديهم</p>	<p>معرفة مدى قدرة هذه الحملات الاعلامية التوعوية على توجيه المرأة نحو الوقاية من سرطان الثدي ؛</p> <p>التعرف على درجة اقبال النساء على هذه الحملات الاعلامية ومعرفة الدوافع الحقيقية لهذا الاقبال ؛</p> <p>التعرف على مدى استفادة المرأة في البرامج الصحية.</p>	<p>- المنهج الوصفي والمنهج المسحي والاستبيان كأداة لجمع البيانات</p> <p>- واستخدمت في هذه الدراسة العينة القصدية وقد تم تقسيم هذه العينة الى ثلاث فئات تمثل 20 مفردة منها نساء طالبات و20 مفردة تمثل نساء عاملات و20تمثل النساء الماكثات في البيت</p> <p>- توزيع استبيان على عينة مكونة من 72 مفردة و هو العدد الكلي لموظفي الأكاديمية.</p>	<p>- مذكرة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والصحافة المكتوبة في كلية العلوم الاجتماعية والانسانية قسم اعلام واتصال تخصص اتصال و صحافة مكتوبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة 2018؛</p> <p>- المؤسسة محل الدراسة : دراسة ميدانية على الأكاديمية الدولية الأسترالية؛</p> <p>- والتي عالج الباحث من خلالها الإشكالية التالية : مادور الحملات الاعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي ؟</p>	<p>دربال كريمة " دور الحملات الاعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي "</p> <p>02</p>
---	---	---	--	--

<p>تعدد المواضيع الصحية التي تعالجها جريدة الشروق اليومي وهذا ما يتماشى وتنوع الحياة الصحية وتعقدتها لدى المرأة ؛</p> <p>استخدام اللغة العربية بدرجة كبيرة واستخدام بعض المصطلحات باللغة الفرنسية؛</p> <p>اهتمام جريدة الشروق بالإختصاصيين والأطباء هذا ماي فسره إرتفاع نسبة المواد التي كتبها الأطباء ؛</p> <p>تخصيص جريدة الشروق مساحة في اسفل الصفحة لمختلف المواضيع النسائية والتي تسمى بالعيادة الطبية ولمعلوماتك سيديتي</p>	<p>- ومدى متابعة الصحافة المكتوبة في مجال التثقيف الصحي للمرأة.</p> <p>- معرفة العلاقة بين استخدام المرأة لمصادر التثقيف الصحي ومستوى وعيها فيه ومعرفة رأي واتجاهات المرأة نحو دور الصحافة المكتوبة في التوعية الصحية.</p>	<p>- المنهج المسحي في الفصول النظرية ومنهج تحليل المضمون في الدراسات التطبيقية وتمثلت عينة الدراسة على عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ؛</p>	<p>- مذكرة لنيل شهادة الماستر في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية شعبة علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة 2018؛</p> <p>- المؤسسة محل الدراسة : مؤسسة الشروق اليومي؛</p> <p>- والتي عالج الباحث من خلالها الإشكالية التالية : ما مدى مساهمة الصحافة المكتوبة في تغطية الموضوعات المتعلقة بالتوعية الصحية للمرأة ؟</p>	<p>نور الهدى بن سماعيل واميرة " دور الصحافة المكتوبة في التوعية الصحية للمرأة جريدة الشروق اليومي انموذجا لعام "</p> <p>03</p>
---	--	---	--	--

<p>أكدت الدراسة أن المواضيع المطروحة بالإذاعة الكبية مفيدة و جاذبة خاصة البرامج الصحية          بأن أكثر البرامج استفادة التي تقدم في التعريف و الوقاية من الأمراض          أن النصائح و التعليمات المداعة في برامج الإذاعة الطبية للوقاية من الأمراض          دليل على فاعلية الإذاعة          يتابع برنامج الإذاعة الطبية فئات مختلفة من المجتمع من مختلف الأعمار خاصة          الأكثر من 41 سنة و هم العنصر الكثر تأثيراً في المجتمع و أكثر قدر على          التثقيف الصحي ؛          أثبتت الدراسة بأن أغلبية عينة الدراسة مستمعين للإذاعة الطبية هم من          المؤهلين علمياً .</p>	<p>- الوقوف على اهم الاشكاليات          الاعلامية التي تطرح عبرها          الاذاعات المتخصصة في السودان ؛          - قياس درجة الثقة ومستوى          مصداقية المعلومات الصحية التي          تطرح في الاذاعة الطبية ؛          - تقويم تناول الاذاعة الطبية          السودانية لقضايا الصحة ؛          - الوقوف على الجوانب الايجابية          والسلبية في الطرح الكمي والكيفي          لقضايا الصحة في جانب الاذاعات          المتخصصة.</p>	<p>- استخدم في دراسته على المنهجين          وهما المنهج التاريخي والمنهج الوصفي          وادوات جمع البيانات وتمثلت في          الملاحظة والمقابلة والاستبيان ؛          - قام الباحث بإختبار عينة عشوائية من          مجتمع البحث من مستمعي الإذاعة          الطبية بمحليات ولاية الخرطوم.</p>	<p>- دراسة مقدمة لنيل درجة دكتوراه          الفلسفة في الاعلام كلية الدراسات          العليا قسم الاعلام تخصص اذاعة          وتلفزيون جامعة الجزيرة 2018          السودان؛          -والتي عالج الباحث من خلالها          الإشكالية التالية : دور الاذاعات          المتخصصة في نشر الوعي الصحي          بالسودان ؟</p>	<p>حافظ عثمان حاج بشير منصور          " الاذاعات المتخصصة ودورها          في نشر الوعي الصحي "          04</p>
--	---	---	---	--

8-2- الدراسات الأجنبية :

رقم	صاحب الدراسة	نوع، تاريخ ومكان الدراسة	منهج، أدوات وعينة الدراسة	أهداف الدراسة	نتائج الدراسة
05	DOMINIQUE MARTEL "ANALYSE DE DISCOURS MÉ-DIATIQUE SUR LE CANCER DU SEIN AU QUÉ-BEC" LE CAS DE LA PRESSE ÉCRITE FRANCOPHONE	- مذكرة مقدمة لنيل الأطروحة ، الماجستير في الإتصال - جامعة كيبيك مونتريال كندا - تاريخ جانفي 2013.	- المنهج المستخدم تحليل المحتوى - وفقاً لطريقة Morin-Chartier لتحليل محتوى 193 مقالة منشورة في ثلاث صحف يومية وخمس مجلات. في الكيبك على فترتين لسنة 2012، - طريقة التحليل الكمي و النوعي لمجموعتين - العينة الأول تتكون من 170 مقالا و المجموعة الثانية من 23 مقالا.	- هدف هذه الدراسة هو رسم صورة لخطاب الصحافة في كيبيك عن سرطان الثدي ؛ - كيف إستجابة الصحافة المكتوبة في كيبيك عن لإصدار الفيلم الوثائقي؛ - الهدف من أطروحتنا هو رسم صورة لخطاب وسائل الإعلام المطبوعة في كيبيك حول سرطان الثدي في الفترة ما بين 31 ديسمبر و 1 ديسمبر 2012 ، - ودراسة كيفية عمل الفيلم الوثائقي للشريط الورددي؛ - نريد تحليل الخطاب الحالي للصحافة على سرطان الثدي؛ - فهم كيف يؤثر هذا الخطاب على السكان كيبك.	- وجدنا أنه تم تخصيص مساحة صغيرة للغاية للوقاية من الأمراض؛ - لاحظنا أن العديد من المقالات كانت قصيرة إلى حد ما ، وأن بعضها كان لديه فقط كمية محدودة من المعلومات المتعلقة هدفنا من الدراسة؛ - تكشف نتائج تحليلنا الصحفي عن معدل انخياز كلي قدره 43.9٪ ، مما يشير إلى عدم اهتمام من قبل وسائل الإعلام بالتعامل مع السرطان بجد ذاته. ومع ذلك ، ن - نلاحظ كذلك أن موضوع دراستنا لم يكن موضوع نقاش ساخن في وسائل الإعلام المطبوعة خلال الفترة التي تم تحليلها ، من 1 يناير إلى 31 ديسمبر. 2012؛ - كان لدى بعض فئات الموضوعات معدلات تحيز أعلى بكثير من غيرها. هذا هو الحال مع قصص موضوع حياة / شهادات ، والتي تقدم مؤشر تحيز بنسبة 72.6 ٪ ؛ - تظهر نتائج تحليل أول مجموعة لدينا أن هذه الازدواجية موجودة في خطاب صحافة كيبيك. - ومع ذلك ، تجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام المطبوعة في كيبيك تتحدث كثيراً عن سرطان الثدي في سياق المقالات التي تصف تجارب الناجين وعائلاتهم (20.6 ٪ من وحدات المعلومات) وأن القضايا التي تمت مناقشتها في هذه المقالات.

09- مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة :

حاولنا تلخيص أوجه المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية حيث سنوضح نقاط التشابه ونقاط الاختلاف، كما سنتطرق لأهم النقاط التي استفدنا منها خلال اطلاعنا عليها.

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	
تمت في بيئة عربية وأجنبية وكانت من سنوات 2012 إلى 2017، حيث شملت الدراسات الأماكن التالية: السعودية، الجزائر، كندا،	انجزت دراستنا في الفترة الزمانية 2019/018 الإذاعة الجزائرية من ورقلة وهي إذاعة محلية تبث برامجها باللغة العربية و اللهجة الورقيلية على موجة (أف أم) 92.01	من حيث الزمان والمكان
ركزت مختلف الدراسات كذلك على عينات القصدية لبعض الحصص التلفزيونية، وبعض المقالات و الجرائد في حين استخدمت بعض الدراسات العينة العشوائية لما يتعلق بدراسة تطبيقية.	ركزنا في دراستنا على عينة القصدية المتاحة و المتمثلة في حصتين و حصة حوارية و مقابلة مقاطع إخبارية.	من حيث العينة
استخدمت معظم الدراسات أداة تحليل المضمون ، في حين اعتمدت دراسات على الإستبانة ، كما إستخدموا المنهج التاريخي الوصفي بالإضافة إلى أداة الملاحظة و المقابلة.	حاولنا في دراستنا الإعتماد على المنهج المسحي في شقة الوصفي التحليلي بإستخدام أداة تحليل المضمون و المتمثلة في إستمارة تحليل المضمون.	من حيث منهج الدراسة
تنوعت الدراسات السابقة بين القطاع الخاص والعام (الإذاعة، التلفزيون، الجرائد، الحملات)، وهذا ما يعطي لدراستنا أكثر مصداقية.	استهدفت الدراسة القطاع العمومي، حيث كانت على عينة من المؤسسات ذات الطابع العمومي: " إذاعة الجزائر من ورقلة "	من حيث نوع القطاع
تناولت الدراسات السابقة متغيرات مختلفة منها: - دور الإذاعات المتخصصة في نشر الوعي الصحي؛ - تحليل الخطاب الإعلامي؛ - دور الحملات الإعلامية في نشر ثقافة الكشف؛	اعتمدت دراستنا على متغيرين الا وهما : المعالجة الإعلامية( البرامج الإذاعية ، الحصص المغلقة، و حصة حوارية ، مقابلات ، و مقاطع)، الشهر الوردي( مضامين هاته البرامج).	من حيث المتغيرات
- إختلفت جل الدراسات حول هدف رئيسي - إزدواجية الخطاب الإعلامي - التركيز على طرق العلاج و الوقاية من خطر الإصابة - تعدد المواضيع الصحية التي تعالجها الجريدة.	تهدف دراستنا إلى وصف و تحليل البرامج الإذاعة المحلية المخصص للشهر الوردي، من خلال الوقوف على القيم المستخدمة ، و توظيف الإستمارات الإقناعية، الجمهور المستهدف	من حيث الهدف

المصدر: من إعداد الطالبين

### 10- مجال الاستفادة من الدراسات السابقة :

تلخصت أهم مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة في ما يلي:

➤ ضبط متغيرات الدراسة؛

➤ ضبط المصطلحات؛

➤ التعمق في الموضوع؛

➤ الاطلاع على مختلف المناهج المستخدمة؛

➤ ساهمت مجمل الدراسات السابقة وبشكل كبير في إعداد استمارة تحليل المضمون، وتصميم الجداول التحليلية ؛

➤ الإلمام بالنتائج المتوصل إليها من الدراسات السابقة، حيث توصلت جل الدراسات السابقة إلى أنه يجب على

المؤسسات الإعلامية بصفة عامة و الإذاعة بصفة خاصة أن تقوم بمجهود لا نقول مضاعف إنما كبير جداً ، مما

يمكن الباحث الانطلاق في الدراسة الحالية.



## 11 - منهج و أدوات جمع البيانات:

### منهج الدراسة و أدواتها :

#### أولاً: منهج الدراسة:

قال تعالى: { لكل جعلنا منكم شرعة ومنهاجا <sup>1</sup> } سورة المائدة آية 50.

المنهج هو أسلوب تفكير و عمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها، و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق

معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.<sup>2</sup>

و يُعرف منهج البحث العلمي بأنه " وسيلة منهجية أو مجموعة القواعد العلمية و المنطقية والتي تساعد الباحث على

تفكيك و تركيب و ربط منطقي لإكتشاف و تفسير علمي حول الظواهر أو المشاكل محل الدراسة"<sup>3</sup>. ، بحيث تتعدد أنواع

مناهج البحث العلمي بحسب طبيعة الموضوع المراد دراسته، و عليه فإن البحوث الوصفية تهدف إلى جمع حقائق و المعلومات

اللازمة لإعطاء وصف لإبعاد و متغيرات الظاهرة المدروسة.<sup>4</sup>

فالبحث الوصفي هو وصف دقيق و تفصيلي لظاهرة محددة على صورة نوعية أو كمية أما بالنسبة لهذه الأخيرة فنعتينا وصفاً

رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة و حجمها و درجة إرتبطها بالظواهر الأخرى ، في حين تعبر الدراسات الكيفية على

وصف الظاهرة و توضح خصائصها و تقويمها و هذا للكشف عن جوانب القوة و الضعف، و هذا ما يعيننا في هذا المقام ،

بحيث تكون هذه البحوث أكثر صعوبة و حساسية<sup>5</sup>، إذا يتوجب على الباحث أن يعمل جاهداً في التعرف على كل ما له

علاقة بالظاهرة من خلال البحث ، كما يسمى كذلك بالوحدات النشاط التي يمكن تفتيت كل وحدة منها إلى وحدات

صغيرة ، وهذه الوحدات أشبه ما تكون بمتغيرات الموضوع.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> - سورة المائدة، رقم الآية : 50.

<sup>2</sup> - رنجي مصطفى عليان ، البحث العلمي/أسسه ، مناهجه و أساليبه، إجراءاته، دط، بيت الأفكار الدولية ، الأردن ، ص 35.

<sup>3</sup> - دلال القاضي و محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي و تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، ط 1، 2008، ص 64.

<sup>4</sup> - رجاء و حيد دويدي، البحث العلمي/أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق ، سوريا، 2000، ص 184.

<sup>5</sup> - سعيد إسماعيل صيني ، قواعد أساسية في البحث العلمي، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1994 ، ص 70.

<sup>6</sup> - محمد عبد العزيز الجيزان، البحوث الإعلامية/أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص 24.

نظراً لطبيعة الدراسة التي تستهدف التعرف على كيفية معالجة الإذاعة لشهر الورد في برامجها، وذلك بمعرفة الأنواع و القوالب الإعلامية المستخدمة من خلال الكشف عن واقع البرامج التي تناولت بها الإذاعة هذا الشهر الوردى شهر الوقاية و التحسيس ، وعلى هذا الأساس فقد تم استخدام المنهج المسحي بشقه الوصفي التحليلي، مما يحقق التأكد من التساؤلات الفرعية و الوصول إلى نتائج تفسيرية ذات دلالة علمية تتسم بالدقة و الموضوعية ، كما إعتدنا على أداة تحليل المضمون في الجانب التطبيقي، من خلال (إستمارة تحليل المضمون).

وفي دراستنا الحالية إعتدنا **منهج المسحي في شقه الوصفي التحليلي** الذي يُعرّف على أنه: " طريقة من طرق التحليل والتفسير، بشكل علمي منظم، من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة إجتماعية " إختارنا هذا المنهج بغرض وصف البيانات وتفسيرها للوصول إلى أجوبة دقيقة و معمقة عن تساؤلات دراستنا.

### ثانياً: أدوات جمع البيانات:

إن عملية إختيار أداة جمع البيانات المناسبة تتطلب الدقة حتى يستطيع الباحث التوفيق في إختيار أداة تتماشى مع طبيعة الموضوع والأهداف المرجوة الوصول إليها ، على ضوء إشكالية الدراسة و منهج البحث المتبع وإستناداً إلى ما نرمي إليه من أهداف، كما تسمح أدوات البحث العلمي بجمع المعطيات و المعلومات إلى التزول إلى الميدان و هذا بغرض تقصي الحقائق و جمع المعلومات ، فالدراسة تفرض المنهج و المنهج يهدي إلى الأداة الإلئع ، و في هذه الدراسة إعتدنا إستمارة تحليل المحتوى، في جمع البيانات و هي الأكثر أدوات إستخدما لتحليل المواد الإعلامية و التي تُعرّف كما يلي : على أنه " تقنية بحتة تستهدف الوصف الموضوعي المنهجي والكيفي للمحتوى الظاهري للإتصال"<sup>1</sup>.

**تعريف تحليل المضمون :** على أن لأداة تحليل المضمون مجموعة من الخصائص في مقدمتها أن تحليل المضمون لا يقتصر على الجوانب الموضوعية فحسب و إنما الشكلية أيضا، وفيه يجب التركيز على الكلمات المكررة والمصطلحات والرموز وأشكال المعاني المتضمنة في المحتوى<sup>2</sup>.

تعريف أحر لهولستي : بأنه " تقنية للقيام بإستنتاجات عن طريق التحديد الموضوعي و المنهجي لبعض السمات خاصة بالرسالة"<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - ألان لارامي و برنار فالي، ترجمة فضيل دليو، البحث في الإتصال عناصر منهجية، مخبر علم إجتماع الإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص 92.

<sup>2</sup> -محمد عبد الحميد ، دراسة جمهور في بحوث الإعلام، ط1 ، عالم الكتب للنشر، القاهرة ، 1993، ص167.

و هو أيضاً: ذلك الأسلوب من البحث النوعي المستخدمة على نطاق واسع. بدلاً من أن تكون طريقة واحدة ، تُظهر التطبيقات الحالية لتحليل المحتوى ثلاثة مقاربات متميزة: تقليدية أو موجهة أو موجزة.<sup>2</sup>

وهو أيضاً: كما عرفه كابلا: Kaplan: بأنه المعنى الإحصائي للأحداث و الخطب السياسية.

أما بيرلسون: فقال بأنه " أسلوب بحثي يتضمن الوصف الموضوعي المنسق و الكمي للمحتوى الظاهرة للرسالة".<sup>3</sup>

ولقد قمنا بإعداد إستمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات التي ستساعدنا على فهم وتحليل محتوى البرامج الإعلامية الإذاعية ، كما تحقق لنا الأهداف الدراسة و الإجابة عن تساؤلاتها ، حيث تضمنت الإستمارة على (81) وحدة تحليلية موزعة على (19) فئة رئيسية ، قد تم تصميم الإستمارة من خلال وحدات وفئات في حين إعتدنا في هذه الدراسة على وحدتين و هما كل من وحدة الكلمة و وحدة الموضوع حيث أن وحدة الموضوع من أهم الوحدات التحليل لأنه يسمح للوحدات أن تظهر فيه تزايد في مصداقية الكلمة عندما يجتمعان في التحليل التالية:

#### تعريف إستمارة تحليل المحتوى:

يتم إستخدام إستمارة تحليل المضمون خلال عملية الملاحظة أو رصد لتسجيل البيانات النشر و الإذاعة و يعتبر في نفس الوقت بداية لعملية العد و الإحصاء للرموز الكمية و استخراج النتائج الكمية التي يتم عليه العد و القياس، كما تعتبر هذه الإستمارة في حدي ذاتها إطاراً متكاملًا للرموز الكمية بكل وثيقة من عينة وثائق التحليل ، و بذلك يقوم الباحث بتصميم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام التالية<sup>4</sup>:

و تعتبر هذه الإستمارة في حدي ذاتها إطاراً متكاملًا من الرموز الكمية بكل وثيقة من عينة وثائق التحليل ولذلك يقوم الباحث بتصميم هيكلها العام بحيث يشمل الأقسام التالية:

<sup>1</sup> - بوب ماتيو ، ليزروس، ترجمة محمد الجوهري، الدليل العملي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016، ص730.

<sup>2</sup> - Hsiu-Fang Hsieh ,Sarah E. Shannon , **Three Approaches to Qualitative Content Analysis**, **Qualitative Health Research**, Fooyin University, 2005 , P 03.

<sup>3</sup> - إبراهيم خليل أبراش، المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، 2009 ، ص192

<sup>4</sup> - محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 176 .

✓ وحدات التحليل :

حاول علماء تحديد وحدات تحليل المضمون ، و بعد التطورات التي شهدتها هذا المنهج إستقر رأي العلماء على خمسة وحدات و هي :

1- **وحدة الكلمة :** و هي أصغر وحدة في تحليل المضمون و قد تشي الكلمة إلى معنى رمزي معين و عندما تستخدم الكلمة كوحدة في تحليل المضمون فإن الباحث يضع قوائم يسجل فيها تكرارات ورود كلمات ، أو فئات مختارة عن المادة موضوع التحليل و هذه من بين أهم الوحدات التي ركزنا عليها في هذه الدراسة.<sup>1</sup>

وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد و القياس و يعطي وجودها أو غيابها وتكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية<sup>2</sup>. ولقد اعتمدنا على وحدات التالية :

2- **وحدة الموضوع أو الفكرة :** يربطها العلماء برغسون و قد يكون الموضوع مجموعة من الأفكار و يعتبر وحدة الموضوع من أهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الآثار الناتجة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات<sup>3</sup>. وهي عبارة عن جملة أو عبارة عن فكرة يدور حولها موضوع التحليل. وموضوع الدراسة هنا هو جميع ما تم تغطيته و تناوله من البرامج الشهر الوردي في الإذاعة .

3- **وحدة (الزمن):** و تتمثل في المدة الزمنية التي طرحت بها المادة الإعلامية يتبعه الباحث ليعرف المدة الزمنية المستغرقة التي يغطيها كل نوع إعلامي في الإذاعة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - بلقاسم سلاطينة، حسان الجيلاني ، أسس المناهج الإجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2012 ، ص 59.

<sup>2</sup> - محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات)، ط2 ، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 49.

<sup>3</sup> - مرجع سبق ذكره: بلقاسم سلاطينة، حسان الجيلاني : ص 56.

<sup>4</sup> - محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره، ص: 57.

### ✓ فئات التحليل:

ويقصد بهذا الإجراء ما يعتمد عليه الباحث من تقسيمات أو تجزئة المحتوى إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة ، بناء على محددات يتم الإتفاق عليها مسبقاً و في دراستنا هذه قمنا بتقسيمها إلى فئتين ، الأولى فئة الشكل ( كيف قيل؟) ، و نعني بها الشكل الذي سيقدم فيه المضمون ، و ثاني فئة المضمون ( ماذا قيل؟) ويقصد به مضمون مادة الإعلامية و المعاني التي تنقلها.<sup>1</sup>

### الفئات : les Catégories

و هي أجزاء تجمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان ، و تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار تتأثر تحديدا هذه الفئات بالإطار النظري بمشكلة البحث و ما تطرحه من تساؤلات و تضعه من أهداف و ما تفروه من نتائج المستهدفة من البحث.<sup>2</sup>

### ❖ فئات الشكل: حيث إقتصرننا في دراستنا على إستعمال كل من:

- فئة الموقع من حيث الشبكة البرمجية : صباحا / منتصف النهار / مساء.
- الموقع في الحصة الواحدة : في بداية الحصة / في وسط الحصة / في نهاية الحصة
- فئة الأنواع الإعلامي: متمثلة في الحصة الأولى و الثانية / حصة حوارية / الأخبار / المقابلة
- فئة الزمن: المدة المستغرقة لكل هذه الأنواع بالدقيقة و الثانية
- فئة اللغة: فيها العربية الفصحى / الأجنبية / العامية / المزيج اللغوي.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 170.

<sup>2</sup> - Klaus Krippendorff, **Content Analysis**, volem1, Annenberge school of Commnication ,University of Pennsylvania, 1989, P 406/

❖ فئات المضمون: (ماذا قيل) والمتمثلة فيما يلي:

- فئة التعريف بأعراض المرض: تتمثل في ألم موضعي / وجود كتلة / تغيرات في حجم الثدي / ظهور ورم.
- فئة المواضيع : تضمنت: تجارب معاشة / إنجازات علمية / مساندة نفسية / الوقاية و التحسي .
- فئة مجال المضمون: صحي / إجتماعي / نفسي
- فئة المصادر: أطباء / مختصون إجتماعيون / صحافيون / جمعيات .
- فئة الشخصيات: إطارات عمومية / مخصصين أطباء / متدخلين نساء رجال / مرضى.
- فئة الهدف من البرامج: تمثلت في وظائف: الإعلام/ التفسير والتبسيط/التوعية والتحسيس(التثقيف الصحي).
- فئة إتجاه المعالجة: و فيها تحديد هل أذيع الموضوع بطريقة إيجابية / سلبية.
- فئة الإستimalات الإقناعية : عاطفية / عقلية / تخوفية.
- فئة السمات الشخصية للمرضى : الضعف / القوة / التحدي / التعاون .
- فئة الجمهور المستهدف : النساء / السلطات الرسمية / المجتمع .

رابعاً: مجتمع البحث و عينة الدراسة:

- أ- مجتمع الدراسة : و الذي يُعرَّف على أنه "هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث"<sup>1</sup>. ومجتمع البحث في دراستنا هو جميع البرامج و الأنواع الإعلامية لشهر الوردى و عددها خمسة حصص متنوعة ، حيث تم اللجوء إلى إستخدام أسلوب العينات<sup>2</sup>.
- ب- العينة الدراسة : حيث تُعرَّف على أنها "ذلك الجزء من المجتمع التي يجري إختيارها وفق قواعد و طرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً"<sup>3</sup>، وهناك عدة طرق تمكننا من تحديد نوع العينة التي سيتم إجراء الدراسة عليها شريطة أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي للبحث، والعينة الجيدة هي التي تمكن من تعميم النتائج التي يتوصل لها على مجتمع البحث الذي تمثله ، و العينة كما عرفها محمد عبد الحميد هي " : عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً ، ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية المتاحة ، و تتكون من مجموعة برامج لشهر الوردى التي يسهل الوصول إليهم لدراسة ، كما أنها من العينات الغير الإحتمالية يمكن أن تكون مفيدة .<sup>4</sup>

الرقم	اسم الحصة	يوم البث	الساعة
الحصة الأولى	ملفات صحية	2018/10/02	11:07 صباحاً
الحصة الثانية	ملفات صحية	2018/10/09	11:04 صباحاً
الحصة الحوارية	أكتوبر الوردى	2018/10/13	09 :11 صباحاً
الأخبار	تغطية تظاهرات		
مقابلة	مقابلة	2018/10/04	10 :33 صباحاً
		2018/10/16	14:24 مساءً
		2018/10/21	11:45 صباحاً

<sup>1</sup>- كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 4، 2011، ص91.

<sup>2</sup> Devi Prasad, **Content Analysis**. , A method of Social Science Research , v10 , P P 10 11 .

<sup>3</sup>- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1 ، طاكسيج - كوم، للدراسات و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 ، ص 24.

<sup>4</sup>عاطف عدلي العبد، إستطلاعات و بحوث الإعلام والرأي العام، الأسس النظرية و النماذج التطبيقية ، د ط ، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص16.

## 12- مجال الدراسة:

إن تحديد مجال الدراسة كخطوة مهمة وأساسية في الإطار المنهجي لأي بحث علمي لأنه يمكننا من قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان:

### ❖ المجال المكاني: إذاعة الجزائر من ورقلة

الإذاعة الجزائرية من ورقلة وتعرف أيضا باسم إذاعة الواحات وهي إذاعة محلية تبث برمجتها باللغة العربية و اللهجة الورقلية على موجة (أف أم) 92.01 بدأت بثها أول مرة بتاريخ 9 ماي 1991 وتبلغ ساعات بثها 12 ساعة يوميا إلى حد الآن.

### ❖ المجال الزمني: يتم إجراء هذه الدراسة في الموسم الجامعي 2019/2018 وهي فترة التكوين في الماجستير

02، وقد امتدت الفترة الزمنية لدراسة من 2019/01/28 إلى غاية 2019/05/20.

## 13- المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة:

### أولا : التفاعلية الرمزية

تعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من أقدم تقاليد التحليل السوسولوجي المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية، بما فيها تحليل انساقها الاجتماعية وذلك بمستوى تحليل الوحدات الصغرى منها للوحدات الكبرى إذ ننظر لادوار البشر بعضهم اتجاه بعض من خلال المعاني والرموز سواء كانت ايجابية او سلبية الذي يجد العلاقة بينهم وهذا ما يجعل هربرت و بلومر التفاعل الرمزي التسمية المميزة للتفاعل البشري التي تترجم رموز واحداث الافراد وفعالهم المتبادلة<sup>1</sup>

### أ- مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية :

تتم نظرية التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في عملية الاتصال في اطارها الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال الرموز و المعاني الذي يربطها الفرد للأشياء و الأشخاص والمواقف.

و يبرز مبدأ التفاعل الرمزي من خلال إرتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية ، و ذلك لتفاعل مع الآخرين عن اللغة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عدنان أحمد مسلم ، نظريات إجتماعية، جامعة دمشق ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، دت ، ص 01.

<sup>2</sup> - عماد حسن مكاي، ليلى حسين السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1،الدار المصرية اللبنانية ، مصر 1998، ص ص 151 152.



كما يعرفها هيربرت بلومر بأنه: خاصية مميزة و فريدة للتفاعل الذي يقع بين الناس و ما يجعل هذا التفاعل فريداً، هو أن الناس يفسرون و يؤولون أفعال بعضهم بدلاً من الإستجابة المجردة لها، إن إستجابتهم لا تصنع مباشر و بدلا من تستند إلى المعنى الذي يلقونه بأفعال.<sup>1</sup>

هناك توجهان منفصلان إلى حد ما حول فكرة التبادل التفاعل الإجتماعي و بناء المعاني المشتركة كأساس لتفسير الفرد للعالم الموضوعي ، وقد تبنى هذا التوجه عالم النفس الإجتماعي " تشارلز هورتون كولي" الذي رأى أن الناس يستطيعون الإنتساب إلى بعضهم البعض ليس على أساس صفاتهم الموضوعية المجردة ن وإنما من خلال " الإنطباعات" التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم ، وأطلق كولي على هذه الإنطباعات إسم الأفكار الشخصية فنحن نكون فكرة شخصية عن كل فرد نعرفه ، و كذلك عن أية جماعة.<sup>2</sup>

و من هنا تصبح الفكرة عبارة عن بناء للمعنى الذي خلاله يتولد الرمز ، أي مجموعة من الصفات " الإنطباعات" التي نتخيلها و نسقطها على كل من نتعامل معه و نحتك به سواء أصدقائنا و معارفنا كتفسير لشخصياتهم الواقعية.<sup>3</sup>

أما الإتجاه الثاني فقد أشار إليه " جورج ميد" الذي رأى أن المقدرة على الإتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الأفراد ، كما يستطيع أيضاً من خلال ذلك الإتصال المفتاح أن يتعرف و يتعلم كيف يتوقع تصرفات الآخرين، و أضاف ميد إلى أنه لكي نتسب للآخرين فإنه علينا " أن نلعب أدورهم " بمعنى أننا يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في الجماعة ، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرين في أدوار معينة لتصرفاتنا.

### ب- علاقة النظرية بالإتصال

ومن الواضح أن الوسائل الإتصال الجماهيرية تمارس دوراً مهماً في المجتمعات الحديثة ، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة و الصورة و الحركة و اللون وة تضيفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية ، و يبني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي و الإجتماعي من خلال ما يقرأونه أو يسمعونه أو يشاهدونه و ثم فإن سلوكهم الشخصي و الإجتماعي يمكن أن

<sup>1</sup> - محمد عبد الكريم الحوراني، النظرية المعاصرة في علم الإجتماع /التوازن التفاعلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع، دار المجلداني، ط1، الأردن، ص28

<sup>2</sup> - عماد حسين مكاوي، ليلي حسين السيد ، ص 152.

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص 154

يتحدد جزئياً من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية و القضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها و يعد هذا أحد أعقد النماذج المستخدمة في بحوث الإعلام سواءً أكان ذلك على مستوى الأفراد أم المجتمعات<sup>1</sup>. و أستنتج ليمان " من ذلك أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث , ما قد وقع فعلاً ، و لكن أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي ، و هذا موقف حصلوا عليه من الصورة التي تنقلها لهم الصحف ، و هي معانٍ و تفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلاً و هذا من الممكن أن يؤدي إلى سلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجري في الواقع الحقيقي .

وبالتالي كلما اتسع اطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة، ويعمل ذلك ايضاً على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الاشياء والاشخاص او المواقف المختلفة في اطار الثقافة الواحدة نتيجة لادراك الفرد للمعاني المشتركة في هذه الثقافة، وبالتالي نجد ان الافراد يرسمون صوراً للواقع من خلال نظام خاص للرموز والمعاني يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة خلال حياته.<sup>2</sup>

وبالتالي كلما اتسع اطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة، ويعمل ذلك ايضاً على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الاشياء والاشخاص او المواقف المختلفة في اطار الثقافة الواحدة نتيجة لادراك الفرد للمعاني المشتركة في هذه الثقافة .

يقوم هذا الفكر على أساس أن للأفراد القابلية على التفاعل من خلال الرموز المشتركة التي تعطي معنى لأنشطتهم و فاعليتهم ، و الرموز المشتركة التي يعتمدون عليها في تفاعلهم هي التي تحدد مواضيعهم في المجتمع و تفسر سلوكهم كما أن مدرسة التفاعل الرمزية لا تركز على تفاعلات الأفراد فقط ، بل تذهب إلى دراسة وفهم الرموز التي من خلالها يمكن فهم التفسير هذه التفاعلات و علاقات<sup>3</sup>. تعد اللغة من الرموز المستعملة في التفاعل الاجتماعي نظراً لما تعطيه من معاني لسلوكيات الأفراد أثناء تفاعلهم ، كما تؤكد هذه النظرية على أن سلوك الأفراد و الجماعات ، ما هو إيجسد للرموز التي يشاهد الفرد و يتأثر بها سلباً أو إيجاباً بشكل مباشر ، يدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما : الرموز و

1- محمود عودة ، اسس الاجتماع ، دط، دار النهضة العربية للطباعة و النشر ، بيروت ، لبنان، دت ، ص 95.

2 -محمود عودة ، اسس علم الاجتماع ، ص 92

3- أمال عساسي ، إثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير (منشورة) في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات ، جامعة باتنة 2، الجزائر ، 2015، ص ص 52 53

المعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل و تشير هذه النظرية إلى معنى الرموز على إعتبار أنه القدرة التي تتمتعها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملتهم مع بعضهم البعض.

ذلك التفاعل البشري من خلال استخدام الرموز و الاشارات والمعاني ، ولذا فهي تهتم بنقطتين اساسيتين هما :

- ✓ - طريقة البشر في استخدامهم للمعاني و الرموز و التي تتمثل اساسا في (اللغة، المعاني...) لكي يتصلوا فيما بينهم
- ✓ - تفسيرات نتائج الرموز على سلوك الجماعة اثناء عملية التفاعل الاجتماعي.<sup>1</sup>

### ج- أشهر ممثلي النظرية التفاعلية الرمزية:

#### 1- جورج هربرت ميد (George H. Mead) 1863-1931:

استطاع جورج ميد في محاضراته التي كان يُلقِيها في جامعة شيكاغو، على طول الفترة من (1894-1931) أن يُبلور على نحوٍ متقن، الأفكار الأساسية لهذه النظرية. وقد جَمَعَ له تلاميذه كتاباً بعد وفاته، يحتوي على معظم أفكاره التي كانوا يدوّنوها في محاضراته، تحتَ عنوان: (Mind, Self and Society, 1934).

ويبدأ ميد بتحليل عملية الاتصال، وتصنيفها إلى صنفين: الاتصال الرمزي، والاتصال غير الرمزي. فبالنسبة للاتصال الرمزي فإنه يؤكّد بوضوح على استخدام الأفكار والمفاهيم، وبذلك تكون اللغة ذات أهميةٍ بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة، وعليه فإن النظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يصنعها أفراد المجتمع، ويُشير ذلك إلى أن المعنى ليس مفروضاً عليهم، وإنما هو موضوعٌ خاضع للتفاوض والتداول بين الأفراد.<sup>2</sup>

#### 2- هربرت بلومر (H. Blumer 1900-1986):

وهو يتفق مع جورج ميد في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري، وأن تلك السمة الخاصة تنطوي على ترجمة رموز وأحداث الأفراد وأفعالهم المتبادلة. وقد أوجزَ مسلماته في ما يلي:

<sup>1</sup> - محمود عودة، مرجع سبق ذكره، ص 95 96.

<sup>2</sup> - محمد عبد الكريم الخوراني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

فرضياته في النقاط التالية:

- - إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء بالنسبة إليهم.
- - هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي الإنساني.
- - هذه المعاني تحوّر وتعُدّل، ويتم تداولها عبر عمليات تأويلٍ و يستخدمها كلُّ فردٍ في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.<sup>1</sup>

د - وحدات تحليل التفاعلية الرمزية:

- ✓ - **التفاعل**: وهو سلسلة متبادلة و مستمرة من الاتصالات بين فرد و فرد، أو فرد مع جماعة، أو جماعة مع جماعة.
- ✓ - **المرونة**: و يقصد بها استطاعة الإنسان أن يتصرفَ في مجموعة ظروف بطريقة واحدة في وقت واحد، و بطريقة مختلفة في وقتٍ آخر، و بطريقة متباينة في فرصةٍ ثالثة.
- ✓ - **الرموز**: وهي مجموعة من الإشارات المصطنعة، يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل، وهي سمة خاصة في الإنسان. وتشمل عند جورج ميد اللغة، وعند بلومر المعاني، وعند جوفمان الانطباعات والصور الذهنية.<sup>2</sup>
- ✓ - **الوعي الذاتي**: وهو مقدرة الإنسان على تمثّل الدور فالتوقعات التي تكوّن لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة، هي بمثابة نصوصٍ يجب أن نعيها حتى نُمثلها، على حدّ تعبير جوفمان.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 28 29.

<sup>2</sup> - عدنان أحمد مسلم، مرجع سبق ذكره، ص 03.

<sup>3</sup> - محمود عودة، اسس علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 98.

ه - الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية:

- 1 - ان افضل طريقة للنظر الى المجتمع هي اعتباره نظاما للمعاني .وبالنسبة للأفراد فان المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة، يعد نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الاشخاص، تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع تقود السلوك الانساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها.
- 2- من وجهة نظر السلوكية ،تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء متميزا من المعاني ،نتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي و الجماعي ،فان تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقا عليها من الناحية الاجتماعية وذات ايقاع محدد من الناحية الفردية .<sup>1</sup>
- 3- ان الروابط التي توحد الناس و الافكار التي لديهم عن الاخرين ومعتقداتهم حول انفسهم ،تعد كلها ابنية شخصية في المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي ...و هكذا، فان المعتقدات الذاتية لدى الناس عن انفسهم وعن الاخرين هي اهم حقائق الحياة الاجتماعية .
- 4 - ان السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف ... وهكذا فالسلوك ليس رد فعل او توماتيكيا او استجابة الية لمؤشر خارجي، ولكنه ثمرة لبنية ذاتية حول النفس والاخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.<sup>2</sup>

ثانياً : البنائية الوظيفية

أ - البنائية الوظيفية :

من مداخل النظرية البنائية الوظيفية أنها تنظر إلى المجتمع باعتبار نظاماً لإجزاء مترابطة فيما بينها فالبناء الوظيفي، وهو يرتبط بوسائل الإعلام و الإتصال باعتبار هذه الأخيرة تقوم بأنشطة متكررة و متماثلة مع باقي النظم في المجتمع و تساهم في تحقيق التوازن الوظيفي في المجتمع.<sup>3</sup>

تحتل الوظيفية مكانا مرموقا داخل النظريات السوسيولوجية المعاصرة، ولا نكاد نجد باحثا في علم الاجتماع و الأثروبولوجيا إلا وظهرت في أعماله و تفسيراته ومنهجه خصائص الوظيفية بل إنها من أوسع الاتجاهات انتشارا في

<sup>1</sup>- عماد حسن مكاوي، ليلي حسين السيد : الإتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1،الدار المصرية اللبنانية ، مصر ن1998،ص 153.

<sup>2</sup>- مرجع سبق ذكره ، ص 154.

<sup>3</sup>- منال أبو الحسن، مرجع سبق ذكره ، ص 55.

دراسة الظواهر الاجتماعية . فتعتبر اتجاه فكري في علم الاجتماع يتألف من عنصرين مترابطين، يتمثلان في نموذج

تصوري للمجتمع، واطار منهجي لتحليل هذا المجتمع ويعتبر مفهوم النسق هو الأساس الفكري للوظيفية.<sup>1</sup>

و قد قام روبرت ميرتون: بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع في ما يلي :

1- إن أفضل طريقة لنظر إلى المجتمع هي باعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة ، وأنه تنظيم للأنشطة مرتبطة المتكررة و التي

يكمل كل منها الآخر.

2- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي و إذا حدث أي نوع من التنافر داخله ، فإن

قوى معينة سوف تنشط من أجل إستعادة التوازن

3- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في إستقراره و بمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب

دوراً في الحفاظ على الإستقرار النظام.<sup>2</sup>

### ب- المفاهيم الأساسية للنظرية:

☞ - **البنائية** : تشير إلى تحديد عناصر التنظيم و العلاقات التي تقوم بين هذه العناصر، كما يشير البناء إلى الطريقة

التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع ، و الواقع أن السلوك الأسري و النشاط الإقتصادي ، و السياسي و العقيدة و

غيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية ، تعد على درجة عالية من التنظيم.

☞ - **البناء** : على ناء على لسان براون: أنه مجموعة من العلاقات أو هو شبكة علاقات تتباين تباينا اجتماعياً

نتيجة ما تظطلع به من أدوار، و أن كلمة البناء تعني وجود نوع من التنسيق و التركيب بين الأجزاء المكون للكل.<sup>3</sup>

1- صيام شحاته : النظرية الاجتماعية /من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحدائة ، ط1 ، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2009، ص 53.

2- ،منال أبو الحسن، مرجع سبق ذكره ، ص 55.

3- صيام شحاته : مرجع سبق ذكره، ص 53

☞ **الوظيفية:** تقوم بتحديد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم، ويتحقق الثبات و الإلتزان من خلال

توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل و ثابت<sup>1</sup>، كما ينظر إلى الوظيفية من ناحية الدور و كذلك إلى مساهمة

كل شكل من هذه الأشكال في ما تقدمه من أنشطة متكررة للحفاظ و إستقرار و توازن المجتمع.

☞ **التنظيم و المجتمع:** في رأي هذه النظرية أنه غاية كل بناء في المجتمع، حتى يحافظ هذا البناء على إستقراره

وتوازنه، و لا يسمح التنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف، بالإضافة إلى إن

المجتمع نظر هذه النظرية من مختلف تفرعاتها إلى المجتمع كونه نسق من الأفعال المحددة و المنظمة، و يتألف هذا النسق

من مجموعة من المتغيرات المرتبطة بنائيا و متساندة وظيفيا<sup>2</sup>.

☞ **توازن المجتمع:** ينظر على أنه هدف في حد ذاته، ويساعد المجتمع على أداء وظائفه و بقائه أو إستمراره و

يتحقق بالانسجام بين مكونات البناء الاجتماعي و التكامل بين الوظائف الأساسية، و يحيطها جميعا برابط من القيم و

الأفكار التي يرسمها المجتمع للأفراد و جماعته، حيث يلتزم بها جميع أفراد المجتمع<sup>3</sup>.

☞ **البناء الاجتماعي:** و يقصد به " مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل و تتسق من خلال الأدوار

الاجتماعية، فثمة مجموعة مرتبة و متسقة تدخل في تشكيل الكل الاجتماعي. و تتخذ الأشخاص او لجماعات و ما

ينتج عنها من علاقات وفقا لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها لها الكل، و هو البناء الاجتماعي<sup>4</sup>"

☞ **الوظيفية الاجتماعية:** الوظيفية هي كل ما يقوم به الفرد أو الجماعة أو المؤسسة في إطار مجتمع أو جماعة أو

نظام

<sup>1</sup> - محمود عودة، اسس علم الاجتماع، دط، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، دت، ص 92

<sup>2</sup> - مي عبد الله، نظريات الإتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2010، ص 174.

<sup>3</sup> - صيام شحاته، مرجع سبق ذكره: ص 56.

<sup>4</sup> - مصطفى خلف عبد الجواد، قراءات معاصرة في علم الاجتماع، مطبوعات البحوث و الدراسات الجامعية، جامعة القاهرة، مصر، 2002، ص 395.

### ج- فرضيات النظرية:

تنظر هذه النظرية إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة ، وتنظيم نشاط هذه العناصر يكون بشكل

متكامل

1- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، و مجموع عناصره تضمن استمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في

هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

2- كل عناصر النظام و الأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على الإستقرار النظام.

الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لإستمراره و جوده، وهذا الإستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع

الأنشطة المتكررة لتلبية لحاجاته.

### د- التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام :

"نموذج تشارلز اريت للتحليل الوظيفي يهتم التحليل الوظيفي كما يرى" تشارلز اريت" بدراسة المهام التي تؤديها أي

ظاهرة من الظواهر في النظام الاجتماعي و في هذه الحالة تعد وسائل الاتصال الجماهيري من الظواهر التي تؤثر بلا شك

على النظام الاجتماعي أو على أدائه لمهامه . والنوع الثاني من التحليل أقل عمومية واتساعا من الأول يهتم بدراسة

وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الإذاعة كمادة للتحليل.و النوع الثالث من التحليل الوظيفي هو النوع الذي يعتقد

أنه سيصبح له مستقبل عظيم في تطوير النظرية الوظيفية للاتصال الجماهيري . تم فعلا تطبيق هذه التوجهات في

دراسات عديدة، أهمها هارولد لاسويل عام 1949 حيث اقترح الأبعاد النظرية للعلاقة الوظيفية بين النسق الاجتماعي

ووسائل الإعلام، ووسائل الإعلام<sup>1</sup> تقوم بثلاث وظائف أساسية:

<sup>1</sup>- عماد حسن مكاوي، ليلي حسين السيد : مرجع سبق ذكره، ص



ه- علاقة النظرية بالإتصال الجماهيري:

1- الجمهور: و هو العنصر الرئيسي للنظام الإجتماعي الخاص بالوسائل الإتصال الجماهيري ، و ينقسم الجمهور إلى طبقات إجتماعية متميزة ، في علاقات متشابكة في مجالات عديدة و لابد من تحديد إحتياجات أفراد الجمهور و طبيعة العلاقات الإجتماعية بين أفرادهم. **هيئات البحث** : و هي الجهات التي تقدم معلومات للمسؤولين عند إنتقاء أنواع المحتوى الذي سيوزع على الجمهور.

2- الموزعون : حيث ينتقل المحتوى من الموزع إلى الجمهور

3- المنتجون و الممولون : وهناك مجموع كبير من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج و من الأمثلة على ذلك:

الممثلون ، المخرجون ، المراسلون ، رؤساء أقسام الأخبار و غيرهم...<sup>1</sup>

4- **نظم الرقابة**: مثل الهيئات التشريعية التي تطلع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام مراقبة البيئة. بمعنى

الكشف عما يمكن أن يهدد المجتمع أو ما يمكن أن يستفيد منه - الربط بين مكونات- المجتمع- توصيل الإرث

الاجتماعي والثقافي من جيل إلى جيل. كما كان للوظيفة دور في قيام عدة دراسات إمبريقية مثل تأثير السينما

وبالأخص تأثير أفلام العنف في الشباب والمراهقين من المشاهدين، و دراسات حول تأثير الرسوم المتحركة والموسيقى

كلها سلكت و جهة العلاقة الممكنة بين النسق الاجتماعي ووسائل الإعلام الجماهيرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- منال أبو الحسن ، مرجع سبق ذكره ، ص 57.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه ، ص 57.

## 14 - تطبيق المقرب النظري على موضوع الدراسة :

لقد إعتدنا في إخترانا لهذه الدراسة على منطلقين أو متقاربين دون غيرهما ، بحيث لا يمكننا أن نعتد على مدخل نظري واحد نفسر به الظاهرة الإتصالية ، بمختلف أركانها ، كما لا يمكننا تفسير السلوكيات الناجمة عن ذلك الإتصال بمختلف أشكاله ، ولكي نسلط الضوء من خلالهما على الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام، بحكم أن المؤسسة الإعلامية هي الأخرى بناء نسق إجتماعي من الأنساق الأكبر بحيث تجعل هذه الوسائل الإعلامية المجتمع هدف من أهدافها، وفي دراستنا هذه سنركز على المؤسسة الإذاعية باعتبارها وسيلة جماهيرية ونحاول معرفة العلاقة بين الجمهور والوسيلة والدور الذي تلعبه الإذاعة من خلال المضامين الإعلامية في تحقيق الاهداف المرجوة منها فيما يخص موضوع دراستنا الذي يعالج قضية التوعية والتثقيف الصحي من خلال البرامج الإذاعية .

أما بالنسبة للمقرب الثاني وهو التفاعل الرمزي ، فكان سبب اعتمادنا على هذا المقرب يرجع إلى إعتبار أن الاتصال كما اتفق حوله علماء الإتصال لا يكون بين البشر إلا بإتفاقهم على إطار دلالي موحد من رموز أو الأشياء أو معاني موجودة في محيطهم الإجتماعي، حيث يترتب على هذا الاتفاق تشابه في الاستجابات بين الأفراد ليزداد التفاعل فيما بينهم بزيادة خبراتهم الاتصالية المترتبة بادراك هذه الرموز ومعانيها ، و الذي يتجسد في محتوى البرامج التي تهتم بالشهر الوردي و المتعلقة بالتوعية و الوقاية الصحية ، من حيث الرموز اللغوية و دلالات و الإشارات التي تدرج في المحتوى الإعلامي الذي بدوره ينعكس على الجمهور المستهدف في بعض التدخلات و المشاركة في هذه البرنامج.

## 15 - الصدق والثبات:

يعتبر اختبار الصدق والثبات خطوة أساسية ومهمة في تحليل المضمون ففي هذه الخطوة يحاول الباحث أن يؤكد على صدق و ثبات تحليل ،حيث تصبح أداة القياس التي يستعملها الباحث بعد ذلك أكثر مصداقية.

أن صدق و ثبات التحليل هو العمود الفقري لتحليل المحتوى، و عليه فإن وجوده من عدمه، يحد بين الموضوعية و الذاتية، بمعنى أن مجرد حصر الظواهر و رصد معدلات تكرارها و دقة تحليلها، قد لا يكفي لإعطاء مصداقية للنتائج التي يمكن الوصول إليها إذا لم يخضعها الباحث إلى مقاييس الصدق و الثبات.

مقاييس الصدق و الثبات ليست خاصة بتمناز بها أداة تحليل المحتوى فقط، لكنها إجراءات تُستعمل في الكثير من المجالات المعرفية، الهدف منها تقييد الباحث بموضوعية دقيقة في اختياره للفئات و الوحدات.<sup>1</sup>

### أ- صدق التحليل:

يتبع الثبات من الناحية النظرية، ضرورة الوصول إلى إتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس و الأساليب على المادة الإعلامية، و نظراً لصعوبة الوصول إلى إتفاق كامل من الناحية العملية، فإنه يجب تحديد حد أدنى من الإتفاق يعتبر دليلاً على ثبات الإجراءات.<sup>2</sup>

و يقصد به صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه ، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف

الدراسة ، و لقد تم عرض الإستمارة على مجموعة من المحكمين<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ص 95.

<sup>2</sup> - محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 178.

<sup>3</sup> -المحكمون

- أ/ بودربالة عبد القادر: أستاذ بجامعة قاصدي مرباح ورقلة
- أ/ الزاوي محمد الطيب. أستاذ بجامعة قاصدي مرباح ورقلة
- أ/ قانة مسعود : أستاذ بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

ب- ثبات التحليل:

يقصد بالثبات إعادة التطبيق الإستمارة للحصول على نتائج ثابتة ، و يهدف إلى التأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما هو مراد قياسه<sup>1</sup>، يهدف صدق التحليل إلى اختبار مدى ملائمة الأسلوب المستخدم في قياس الظواهر التي يريد الباحث تحليلها، ومدى قدرة هذا الأسلوب على توفير المعلومات المطلوبة، وعليه تم توزيع دليل الاستمارة على أساتذة مختصين وذلك من أجل تعديلها ومعرفة مدى توفيقنا في تصميم الاستمارة.<sup>2</sup>

$$\text{معدل الثبات} = \frac{(\text{المحكمن بين الإتفاق متوسط})}{(1-x) + \text{متوسط الإتفاق بين النحكمن}}$$

ج- حساب معدل الثبات


- ن : عد المحكمن : 3 ( أ ، ب ، ج ) .
- متوسط الإتفاق بين المحكمن : هو معدل مجموع الفئات ووحداتها المرمزة في الإستمارة من 81 وحدة
- أ و ب : تم الإتفاق على 61 من أصل 81 بحيث تساوي 61/81
- ب ، ج : تم الإتفاق على 65 من أصل 81 بحيث تساوي 65/81
- أ ، ج : تم الإتفاق على 63 من أصل 81 بحيث تساوي 63/81

أ. الزاوي + أ. بودربالة	11	20	61	81	0,75
أ. بودربالة + أ. قانة	9	16	65	81	0,80
أ. قانة + أ. الزاوي	7	18	63	81	0,78
2,33					
0,78					
معامل الثبات					
0,92					


المصدر : من إعداد الطالبان

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 178 .

<sup>2</sup> - المرجع السابق ، ص 211 .



الإطار التطبيقي



## تمهيد

البطاقة التقنية حول البرامج الشهر الوردي

أولاً : البيانات الأولية

ثانياً: التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل

ثالثاً: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

نتائج الدراسة

الخاتمة

## 1- تمهيد

يعرض هذا الفصل تفسير وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية، حيث تم تفرغ جميع البيانات المتمثلة في فئات الشكل وفئات الموضوع للدراسة، كما سنقوم بقراءة الجداول ومناقشة محتوى مضمون البرامج الإذاعية. حيث نقوم فيها بتحليل و تفسير المعطيات الكمية إلى الكيفية وصولاً في الأخير إلى الفصل الذي نعرض فيه النتائج العامة لدراسة، و التي ستجيبنا عن تساؤلات الدراسة على ضوء النتائج المتوصل إليها، ثم نقدم جملة من الإقتراحات والتوصيات التي تم إستنتاجها من خلال الدراسة التحليلية.

## بطاقة تقنية حول البرامج الشهر الوردية:

تعد برامج الشهر الوردية التي خصصت لها إذاعة الجزائر من ورقة مجموعة من الحصص والأخبار والمقابلات الفنية ، تجسدت في عدة أنواع إعلامية ، أولاً من جانب الحصة كانت حصتين على مدار الشهر حملت إسم ملفات صحية ، و تبث كل أسبوع يوم الثلاثاء ، أما الحصة الخاصة التي انجزت خصيصاً لشهر التوعية والتحسيس حملت إسم الشهر شهر أكتوبر الوردية ، أما باقي الأنواع الصحفية الأخرى كأخبار و المقابلة فكانتا بشكل روتيني حيث الموضوع في حدي ذاته فرض نفسه كحدث عالمي ، كانت له في الأخبار تغطيات على هامش المنتقيات و التظاهرات الصحية المنظمة من طرف الجمعيات و الفاعلين في هذا المجال ، بالإضافة إلى المقابلات الفنية مع الأطباء المختصين و النفسانيين.

أولاً : البيانات الأزلية :

الجدول رقم(1) : أسم البرنامج

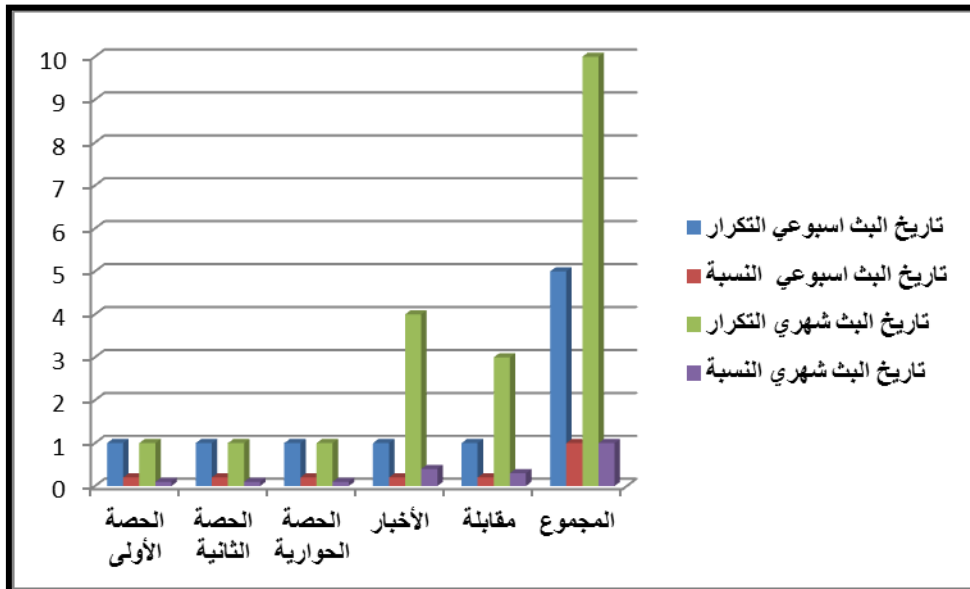
أسم البرنامج	التكرار الموضوع
ملفات صحية	الحصة الأولى
ملفات صحية	الحصة الثانية
اكتوبر الوردي	حصة حورية
أخبار محلية	الأخبار
مقابلة	مقابلة



الجدول رقم (2): تاريخ البث

تاريخ البث				الموضوع
شهري		اسبوعي		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%10	1	%20	1	الحصة الأولى
%10	1	%20	1	الحصة الثانية
%10	1	%20	1	الحصة الحوارية
%40	4	%20	1	الأخبار
%30	3	%20	1	مقابلة
%100	10	%100	5	المجموع

الجدول رقم ( 02 ) إلى فئة " تاريخ البث



الشكل رقم (02): يمثل فئة تاريخ البث

يشير الجدول رقم ( 02 ) إلى فئة " تاريخ البث من حيث المعطيات التي أظهرتها النتائج حيث نجد أن كل الحصص متساوية في البث الأسبوعي بنسبة قدرت بـ (20%) ، في حين تشابهت النسب في الحصص البث الشهري قدرت بـ (10%) ما عدا الأخبار بنسبة (40%) و المقابلة بنسبة (30%) وهي بيانات أولية ثابتة.

الجدول رقم (3) : مدة البث

مدة البث		التكرار	الموضوع
الزمن د/ثا			
المجموع	الزمن خلال الحصة الواحدة		
51:52 د/ثا	51:52 د/ثا		الحصة الأولى
49:43 د/ثا	49:43 د/ثا		الحصة الثانية
56:27 د/ثا	56:07 د/ثا		الحصة الحوارية
6,02 د/ثا	2:03 د/ثا، 1:46 د/ثا، 1:23 د/ثا، 1:21 د/ثا		الأخبار
28:89 د/ثا	11:03 د/ثا 9:37 د/ثا و 8:49 د/ثا		مقابلة

ثانياً : فئة الشكل ( كيف قيل )

الجدول رقم (4): فئة الموقع من حيث الشبكة البرمجية

الموضوع			صباحاً الشبكة البرمجية من الساعة (12:00-08:00) الزمن بـ د/ثأ			منتصف الشبكة البرمجية من الساعة (16:00-12:00) الزمن بـ د/ثأ			ليلاً الشبكة البرمجية من الساعة (20:00-16:00) الزمن بـ د/ثأ		
الزمن المخصص بـ د/ثأ	النسبة	إجمالي بـ د/ثأ	الزمن المخصص بـ د/ثأ	النسبة	إجمالي بـ د/ثأ	الزمن المخصص بـ د/ثأ	النسبة	إجمالي بـ د/ثأ	الزمن المخصص بـ د/ثأ	النسبة	إجمالي بـ د/ثأ
51,52	32,21	51,52	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27,56	17,23	49,43	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57,07	35,68	57,07	0	0	0	0	0	0	0	0	0
06,2	3,87	42,06	06,2	35,49	42,06	06,2	100	42,06	06,2	100	42,06
06,2	3,87	37,44	06,2	35,49	37,44	06,2	100	37,44	06,2	100	37,44
06,2	3,87	34,56	06,2	35,49	34,56	06,2	100	34,56	06,2	100	34,56
06,2	3,87	40,53	06,2	35,49	40,53	06,2	100	40,53	06,2	100	40,53
0	0,00	0	11,03	65,03	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0
09:37	5,86	0	0,00	0	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0
08:49	5,31	0	0,00	0	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0
159,93	100%	16,96	100%	06,2	100%	06,2	100%	0	0,00	0,00	0

يشير الجدول رقم ( 04 ) إلى فئة " فئة الموقع من حيث الشبكة البرمجية " من حيث المعطيات نجد أن الشبكة البرمجية

تعمل على مدار 12 ساعة في يوم الواحد ، حيث كانت النسبة عالية فيما يخص الحصص حيث جاءت الحصص الحوارية

بـ (35,68%) ، ، في حين جاءت الحصص الأولى بـ (32,21%) وتليها مباشرة الحصص الثانية نسبة قدرت

بـ (17,23) مقارنة بالزمن الإجمالي لكل الأنواع المذكورة في بداية الشبكة البرمجية في الفترة الصباحية والتي

تنطلق من الساعة ( 08:00 - 12:00 ) وبعدها تأتي المقابلة بنسبة متواضعة ، بمقابلتين توزعت على ثلاثة أسابيع حيث

جاءت المقابلة الثانية بنسبة ( 05,86%) و المقابلة الثالثة جاءت نسبة ( 5,31%) ، مقارنة بالزمن الإجمالي في الفترة الصباحية ، في حين جاءت النسبة لفترة منتصف النهار و التي حدد إنطلاقها من الساعة ( 13:00 زوالاً-16:00 مساء) و التي جاءت بمؤشر عالي في ما يخص المقابلة الأولى التي بلغت نسبة ( 65,3%) ، في حين نجد أن الأخبار على مدار أربعة تغطيات إعلامية فقد بلغت نسبتهم (35,56%) و انعدمت النسبة في البقية، و أما في ما يخص الفترة الممتدة من بعد الزوال إلى غاية الليل و التي حدد إنطلاقها من ( 16:00 مساء إلى 20:00 ليلاً) و التي بلغ فيها مؤشر الأخبار النسبة الكاملة بنسبة (100%)

#### التحليل الشامل لمجموع الدقائق على ثانية :

كقراءة الشامل لزمن جميع الأنواع الإعلامية لـ فئة الموقع في الشبكة البرمجية الممتدة على مدار إثني عشر ساعة حيث نجد أن الحصص استحوذت على حصة الأسد في المرتبة الأولى ثم تأتي المقابلة و الأخبار بمؤشر كرونولوجي بلغ ( 159,9 دقيقة ) هذا للفترة الصباحية و التي حدد إنطلاقها كما هو محدد في الجدول، في حين جاءت الأخبار و المقابلة في فترة منتصف النهار بمؤشر بلغ نسبة ( 16,9دقيقة) كزمن إجمالي لفترة منتصف النهار ، و إنعدمت الحصص الأخرى في هذا التوقيت ، في حين بلغ مؤشر الأخبار العلامة الكاملة بنسبة ( 100%) في الفترة الممتدة من ( 16:00 مساء – 20:00 ليلاً) ، و إنعدمت الأنواع الإعلامية الأخرى.

يكشف التحليل الكمي للجدول رقم ( 04 ) لـ فئة الموقع من الشبكة البرمجية اليومية أن الفترة الصباحية استحوذت عليها الحصص بنسب عالية مقارنة بكتلة الزمن الإجمالي لكل الأنواع الإعلامية المتوزعة على مدار اسبوعين خصصت لها حصة للأسبوع الأول من الشهر الوردي بعنوان ملفات صحية ، و حصتين في الأسبوع الثالث حصة بنفس عنوان الأسبوع الأول مع زيادة حصة خاصة للشهر الوردي ، و هذا ما يدل على أن الحصص المخصصة لنقاش معالجة القضايا الصحية يوفر لها الوقت الكاف في الفترة الصباحية تناسب جميع الضيوف على غرار الأخبار و المقابلات التي تكون تحت ضغط الطابع الإخباري مما يضطرها إلى تقديم مختصر مفيد و سريع ، أما في ما يخص فترة منتصف النهار فهي منعدمة الحصص الطويلة و هذا راجع إلى المتحكمين في البرمجة من الدرجة الأولى و أما فيما يخص الأخبار فهي على مدار ثلاثة محطات محلية رئيسية تتخللها نشرات موجزة لا تتعدى ثلاثة دقائق في اليوم ، في حين نجد مقابلة واحدة في منتصف النهار و هي تنقل الميكروفون إلى مركز مكافحة

السرطان و هو الوقت المناسب لتفرغ الأطباء بعض الشيء من الفحصات الصباحية الروتينية ، أما في يخص طبيعة الفترة الممتدة من بعد الرابعة عصرًا إلى الثامنة ليلاً فقد بلغت نسبة الأخبار فيها مائة مائة و هذا راجع إلى إنعدام الأنواع الإعلامية الأخرى و عدم إعادة و لا حصة في ذلك اليوم.

الجدول رقم (05):الموقع في الحصة الواحدة

نهاية الحصة		وسط الحصة		بداية الحصة		التكرار	الموضوع	
النسبة	الزمن المخصص بـ د/ثا	النسبة	الزمن المخصص بـ د/ثا	النسبة	الزمن المخصص بـ د/ثا			
51,52	31,12	51,52	31,12	30,09	51,52	الحصة الأولى		
49,43	13,21	21,87	13,21	16,09	27,56	الحصة الثانية		
57,07	34,47	57,07	34,47	33,33	57,07	الحصة الحوارية		
42 , 06	3,75	06,2	3,75	06,2	3,62	06,2	الاخبار	
37,44								
34,56								
40,53								
29,28	17,69	11,03	17,69	11,03	17,10	11,03	المقابلة	
		09,37						09,37
		08,49						08,49
242,76	%100	165,5	%100	165,55	%100	171,24	المجموع	

يشير الجدول رقم ( 04 ) إلى فئة " فئة الموقع من الحصة الواحدة " من حيث المعطيات نجد أن الحصة الحوارية مؤشراتهما كانت متقاربة حيث كانت في بداية الحصة بنسبة (33,33%) و تساوت نسبتها في وسط و نهاية الحصة بـ (34,47%) و في حين نجد الحصة الأولى بنسبة (30,09%) في بداية الحصة و تساوت في وسط و نهاية الحصة بنسبة (31,12%) كما جاءت الحصة الثانية في المرتبة الثالثة قدرت نسبتها بـ (16,09%) في بداية الحصة أما عن وسط و نهاية الحصة كالتت نسبتها متساوية بـ (13,21%) في حين جاءت المقابلة بـ (17,10%) كمؤشر لزممن إجمالي لجميع المقابلات في بداية إلى نهاية المقابلات إلا أن بعض التغير الذي أثر على جزء قليل من انسبة في الوسط و نهاية فكان نسبتها (17,69%) ، أما بالنسبة الأخبار فجاءت في بداية الحصة بنسبة — (03.26%) ، و إرتفعت النسبة في وسط و نهاية الحصة بـ (03,75%)

#### التحليل الشامل لمجموع الدقائق على ثانية :

كقراءة شاملة لزممن جميع الأنواع الإعلامية لـ فئة الموقع من الحصة الواحدة المنقسمة على ثلاثة أجزاء البداية و وسط و نهاية الحصة، حيث كانت نسبة الحصص الأولى و الحصة الحوارية مستقرة من بداية الحصة إلى نهايتها ، أما الحصة الثانية التي كان نسبتها غير ثابتة و هذا راجع أنها ركزوا على الموضوع في البداية فقط، أما الأخبار فجاء مؤشرها بنسبة (06,02%) مقارنة بالزممن الإجمالي لكامل المقاطع النشرات حيث تطرقت النشرات الأولى من بداية الحصة إلى موضوع الشهر الوردى كمناسبة فرضت نفسها في حين جاءت المقاطع المتبقية في وسط الحصة الأخبار ، أما في ما يخص المقابلات الموزعة على تغطية التظاهرات الصحية فجاءت بنسبة مستقر و ثابت حيث قدرت في بـ (29,28) و هو مؤشر مستقر ، في حين كانت المقارنات يكشف التحليل الكمي للجدول رقم ( 04 ) لـ فئة الموقع من الشبكة البرمجية اليومية أن الفترة الصباحية استحوذت عليها الحصص بنسب عالية مقارنة بكتلة الزممن الإجمالي لكل الأنواع الإعلامية المتوزعة على مدار اسبوعين خصصت لها حصة للأسبوع الأول من الشهر الوردى بعنوان ملفات صحية ، و حصتين في الأسبوع الثالث حصة بنفس عنوان الأسبوع الأول مع زيادة حصة خاصة للشهر الوردى ، و هذا ما يدل على أن الحصص المخصصة لنقاش معالجة القضايا الصحية يوفر لها الوقت الكاف في الفترة الصباحية تناسب جميع الضيوف على غرار الأخبار و المقابلات التي تكون تحت ضغط الطابع الإخباري مما يضطرها إلى تقديم مختصر مفيد و سريع ، أما في ما يخص فترة منتصف النهار فهي منعدمة الحصص الطويلة و هذا راجع إلى

المتحكمين في البرمجة من الدرجة الأولى و أما فيما يخص الأخبار فهي على مدار ثلاثة محطات محلية رئيسية تتخللها نشرات موجزة لا تتعدى ثلاثة دقائق في اليوم ، في حين نجد مقابلة واحدة في منتصف النهار و هي تنقل الميكروفون إلى مركز مكافحة السرطان و هو الوقت المناسب لتفرغ الأطباء بعض الشئ من الفحصات الصباحية الروتينية ، أما في يخص طبيعة الفترة الممتدة من بعد الرابعة عصراً إلى الثامنة ليلاً فقد بلغت نسبة الأخبار فيها مائة مائة و هذا راجع إلى إنعدام الأنواع الإعلامية الأخرى و عدم إعادة و لا حصة في ذلك اليوم.

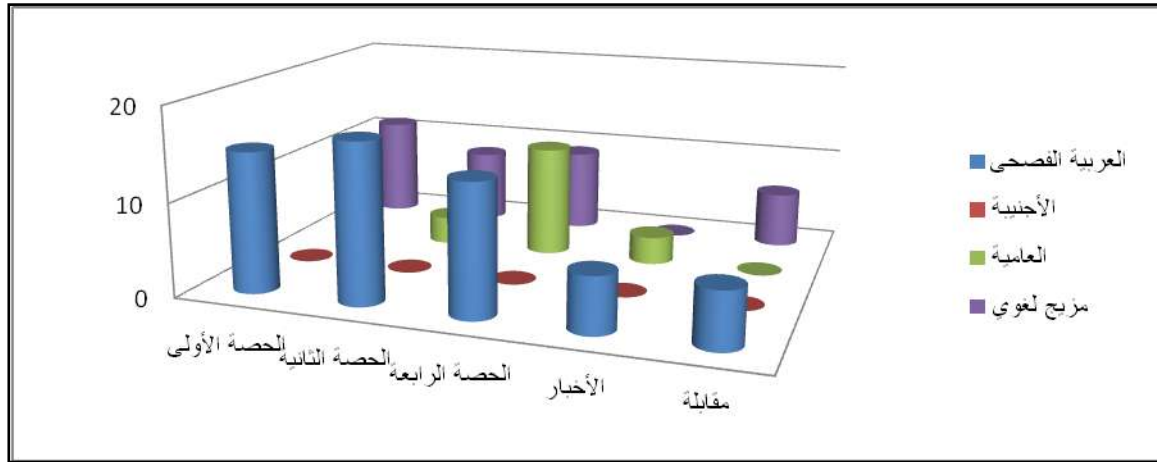
جدول رقم(06) : فئة الأنواع الإعلامية

النوع الإعلامي	التكرار الموضوع
الحصة الأولى	01
الحصة الثانية	02
الحصة حورية	03
الأخبار	04
مقابلة	05

جدول رقم (07): فئة اللغة

اللغة المستخدمة								التكرار	الموضوع
العربية الفصحى		الأجنبية		العامية		مزيج لغوي			
نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار		
25,86	15	0	0	24	6	32,35	11	الحصّة الأولى	
29,31	17	0	0	12,5	3	23,52	8	الحصّة الثانية	
24,13	14	0	0	50	12	26,47	9	الحصّة الحوارية	
10,34	6	0	0	12,5	3	0	0	الأخبار	
10,34	6	0	0	0	0	17,64	6	مقابلة	
<b>58</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	المجموع	

الجدول رقم ( 07 ) إلى فئة " اللغة المستعملة في البرنامج "



الشكل رقم (07): يمثل فئة اللغة المستعملة

يشير الجدول رقم ( 07 ) إلى فئة " اللغة المستعملة في البرنامج " من حيث المعطيات نجد أن الحصّة الحوارية أستخدمت

فيها العامية بنسبة أعلى قدرت بـ (50%) ، في حين تقارب المزيج اللغوي مع العربية الفصحى بنسبة (26,47%)

و(24,13%) ، و لم تظهر اللغة الأجنبية . كما احتل أيضاً للمزيج اللغوي في الحصّة الأولى أكبر نسبة قدرت بـ

(32,35%) بينما تقاربت النسب بين كل من العربية الفصحى و العامية بنسبة (25,86%) و(24%) و انعدمت اللغة

الأجنبية كذلك، كما نجد كذلك النسب متقاربة في الحصّة الثانية بين كل من العربية الفصحى بنسبة تقدر بـ ( )



29,31%) و المزيج اللغوي بـ (23,52%) ، في حين كانت العامة بدرجة اقل بنسبة (12,5%) و انعدمت النسبة في إستعمال اللغة الأجنبية ، و في الأخير نجد الأخبار بنسبة (17,64%) في المزيج اللغوي ، و تساوي الأخبار كذلك مع المقابلة بنسبة (10,34%) في العربية الفصحى، في حين انعدمت النسبة في البقية.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة الشامل لمجموع لتكرارات لجميع الأنواع الإعلامية في فئة اللغة المستخدمة نلاحظ أن إستخدام العربية الفصحى بلغ مجموع تكراراته (58) كأعلى قيمة ، في حين بلغ مؤشر المزيج اللغوي (34) كقيمة لعدد التكرارات ، كما نجد إستخدام العامة بقيمة بلغت (24) أقل قيمة مقارنة مع سابقها، و أنعدم إستعمال اللغة الأجنبية .

يكشف التحليل الكمي للجدول رقم (06) أن إستعمال اللغة العربية الفصحى كانت بنسبة قليلة في كل من الأخبار و المقابلة و هذا راجع إلى المدة الزمنية القصيرة لهذا النوع الصحفي بإضافة إلى أنهما يحتويهما إستجاب المذيع لبعض آراء الأفراد و تغطية بعض التظاهرات الصحية كما راجع ذلك إلى الفروقات الفردية بين النساء اللواتي في أغلبهن لم يكن مستعدات لمثل هذه الإستجابات ، كما غلب المزيج اللغوي في الحصة الأولى و هذا ما يفسره مكانة كل شخصية من بين هذه الشخصيات الفاعلة في الحصة و هذا من خلال الخلفيات الثقافية لكل شخص و سياق الكلام ، في إعطاء آراء و شروحات متنوعة حول الموضوع ، حيث تدخل كل من الأطباء في محاولة لتقريب المصطلحات بالعربية و الأجنبية هذا من جهة و جهة أخرى كان للجمعيات حديث حول طبيعة نشاطهم ونشرهم للأفكار التي ستقرب شريحة واسعة من المجتمع مستخدمين في ذلك المزيج اللغوي لتقريب الفكرة للموطن و هذا بإستعمال بعض الشعارات مثل شعار " حلل نظمنا " و طبيعة المجتمع الجزائري ذو ثقافة مزدوج حيث أن الكثير منه يخلط بين العامة و الفصحى و الأجنبية، كما تصدرت العامة نسبة كبيرة في الحصة الحوارية مقارنة مع بقية الأنواع الأخرى، وهذا راجع أولاً لطبيعة الحصة التي استضافت أربعة حالات وإطارات عمومية مما يضطر على هذه الأطارات تبسيط المعلومة للجمهور. بمختلف شرائح بلغة بسيطة ، إضافة إلى مشاركة المرضى في سرد قصصهم و تجاربهم مع المرض و لكل حالة لها ظروفها الإجتماعية الخاصة بها ، أما بالنسبة للحصة الثانية فكانت العربية الفصحى و المزيج اللغوي بنسب متقاربة مقارنة ببقية الأنواع حيث كان متدخلين ذو فوارق ثقافية متباينة من خلال تنقل ميكروفون الإذاعة لمصلحة السرطان حيث قام بأخذ إنشغالات المريضات، بالإضافة إلى ما تتطلبه بعض المصطلحات النطق باللغة الأجنبية مثل طرق العلاج و أعراض المرض و طرق التحسيس.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

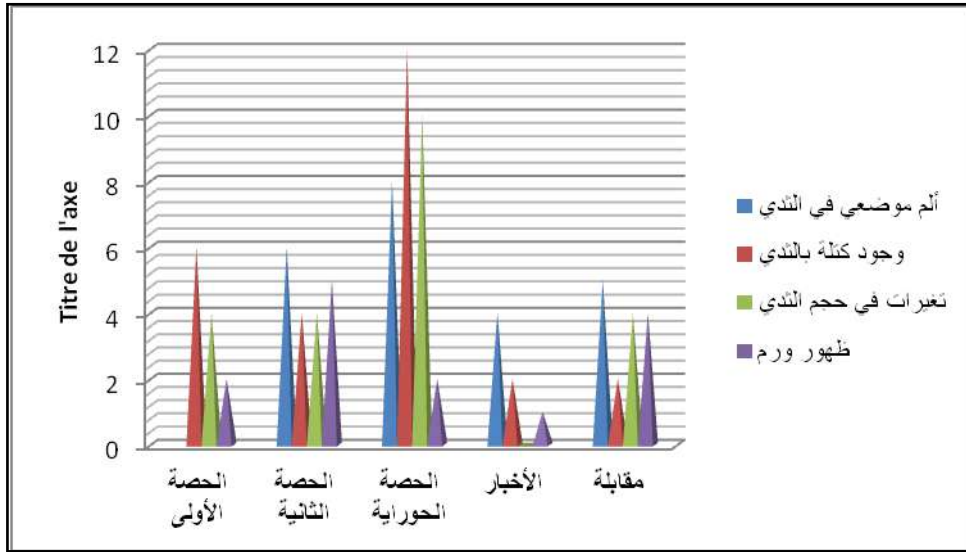
عند قراءة مجموع التكرارات للجدول رقم (07) قراءة كلية شاملة لإستعمال فئة اللغة في جميع الأنواع الصحفية أو الإعلامية نلاحظ أن العربية الفصحى كان لها النصيب الأكبر من التكرارات حيث بلغ (58) مرة و هذا ما يفسر سيطرة العربية الفصحى على كل الحوارات مما يدل على المستوى العالي للشخصيات المستضافة و كذلك ما يتطلبه العمل الإعلامي ، أما بالنسبة للمزيج اللغوي عربية فرنسية عامة كان بدرجة الأقل من سابقتها و هذا ما يدل على استعماله في المصطلحات الطبية و الوقائية وشرحها للجمهور ، كما جاءت العامة في الأخير دليل على إستعمالها في شرح و تبسيط و كيفية الوقاية و الكشف المبكر عن المرض و تعرف عليه و كذلك لرفع من معنويات.

ثالثاً : فئة المضمون ( ماذا قيل )

الجدول رقم (08) : فئة التعريف بأعراض المرض

أعراض المرض								التكرار
ظهور ورم		تغيرات في حجم الثدي مع إرتفاع درجة الحرارة		وجود كتلة بالثدي		ألم موضعي في الثدي		الموضوع
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
14,28	2	18,18	4	23,08	6	0	0	الحصة الأولى
35,71	5	18,18	4	15,05	4	26,08	6	الحصة الثانية
14,28	2	45,45	10	46,15	12	34,78	8	الحصة الحوارية
7,14	1	0	0	7,69	2	17,66	4	الأخبار
28,57	4	18,18	4	7,69	2	21,73	5	مقابلة
% 100	14	% 100	22	% 100	26	100	23	المجموع

الجدول رقم ( 08 ) فئة " التعريف بأعراض المرض "



الشكل رقم (08): فئة التعريف بأعراض المرض

يشير الجدول رقم ( 08 ) إلى فئة " التعريف بأعراض المرض " نلاحظ أن هناك إرتفاع ملحوظ في نسبة وجود كتلة و تغيرت في الحجم مع ارتفاع درجة الحرارة في الحصة الحوارية بنسبة تقدر بـ(46,15%) و ( 45,45%) ، في حين نجدها في ذات الحصة بنسب متقارب في كل من ألم موضعي بالثدي بنسبة —(34,78%) و بدرجة اقل في ظهور ورم بنسبة (14,28%) ، و تليها الحصة الثانية التي قدرت فيها النسبة — (35,71%) في ظهور الورم و هي أعلى نسبة مقارنة بالأنواع الأخرى، إضافة إلى أن ألم الموضعي جاء نسبة ( 26,08%) و تقارب النسب في كل من إرتفاع درجة الحرارة و وجود كتلة بـ(18,18%) و ( 15,05%)، كما جاءت الحصة الأولى بدرجة أقل من سابقتها و هذا من خلال تقارب نسبها حيث تمثل وجود كتلة بنسبة ( 23,08%) و تغيرات في الحجم مع إرتفاع درجة الحرارة بنسبة قدرت بـ( 18,18%) و ظهور ورم بنسبة ( 14,28%) ، في حين وصل مؤشر المقابلة إلى نسبة ( 28,57%) مقارنة بالنسب الأنواع الأخرى التي كانت نسبها متقاربة حيث سجلت بألم موضعي نسبة ( 21,66%) و مع إرتفاع درجة الحرارة التي قدرت بنسبة ( 18,18%) و وجود كتلة بالثدي بنسبة ( 07,67%)، في الأخير نجد مؤشر نسبة الأخبار بلغ ( 17,07%) و متساوية النسب بشكل كبير في كل من وجود كتلة و ظهور ورم بنسب قدرت بـ ( 07,67%).

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة الشامل لمجموع التكرارات لفئة التعريف بأعراض المرض نجد مؤشراتهما تتراوح ما بين 14 و 22 و 23 إلى منه إلى

26 مرة كمؤشر لتعريف بالمرض ، و هي على العموم متقاربة

يكشف التحليل الكمي للجدول رقم (08) : إن الحصص الحوارية كان التركيز فيها على تعريف بالمرض من خلال وجود كتلة

في الثدي و إرتفاع في درجة الحرارة للمريض حيث جاءت نسبهم عالية و هذا ما يدل على ما سردته بعض المريضات التي

سارعن إلى الكشف و تجوزن مرحلة الخطورة، من خلال كذلك ما طرحه الأطباء من أعراض ينبغي على كل النساء الإهتمام

بهنه المؤشرات و أن يقمن بتفقد أجسامهن مما يقلل درجة الخطورة و يكسبن ثقافة الكشف المبكر ، في حين كان أقل

تركيزاً على ألم الموضعي و ظهور ورم تحت الإبطن ، و هذا ما فسره الأطباء بتطور المرض و بوجود هذه الأعراض قد

تكوين خطورة على المريض مما تدخله في درجة متقدمة من العلاج وهذا كذلك ما صرحت به إحدى المريضات حيث كانت

حالتها الإجتماعية صعبة مما أدى بها إلى كتم و تستر على المرض، أما الحصص الثانية التي بلغ فيها مؤشر ظهور ورم بنسبة كبيرة

مقارنة مع الأنواع الأخرى المتمثل في ألم الموضعي و إرتفاع في درجة الحرارة و هذا راجع إلى طبيعة هذه الحصص التي لم تكن

مخصص للشهر الوردي و إنما كان فيها جزء كبير للمفات صحية أخرى هذا من جهة و من جهة أخرى إنتقل فيه الميكروفون إلى

مصلحة علاج السرطان حيث اشتكت اغلبية المريضات بظهور ورم و تغيرات في حجم الثدي كعلامات أولية التي حسب ما

أقرت به المريضات بإكتشاف أنفسهم، في حين عبرت النسب المتواضعة في الحصص الأولى على تقارب في ما بينها و هذا

راجع إلى محتوى الحصص الذي كان يدور حول الوقاية و التحسيس و الكشف الدوري كأحسن علاج، و هذا ما أصر عليه

الأطباء من توصيات و نصائح في هذا الجانب و ما تطرقت له كذلك حل الجمعيات الناشطة في هذا المجال مع ما أبدته

هذه الاخيرة بفتح ابوابها لمساعدة جميع الأفراد مادياً و معنوياً لكشف المبكر و غرس مبادئ الثقافة الصحية، كما

أطلقت هذه الجمعيات شعارات مختلفة، في الأخير جاءت مؤشرات كل من الاخبار و المقابلة بنتائج ضعيفة و منعدمة لتعريف

بالمرض و هذا من خلال المدة القصيرة المتاحة لتغطية الإخبارية للحدث من مناطق مختلفة ، و تنقل إلى بعض المصححات بمناطق

نائية و استجواب بعض رؤساء الجمعية الخيرية الناشطين في هذا الشهر شهر التحسيس و الوقاية ، مما جعلهم لم يتطرق إلى

الأعراض التعريف بالمرض.

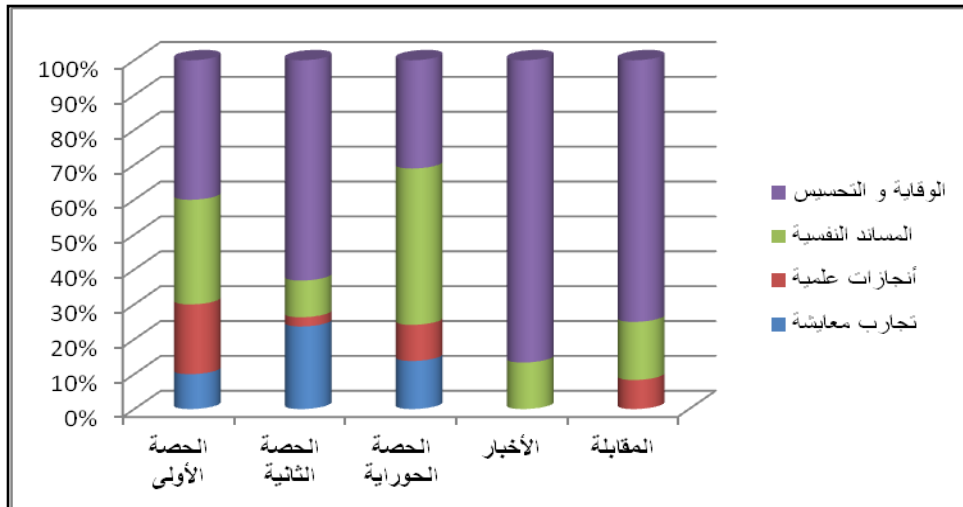
التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شامل لمجموع لتكرارات لفئة التعريف بأعراض المرض تبين أن عدد التكرارات كان متقارب نوعاً ما ، و هذا يفسر أن أغلبية الأطباء و المختصين و المرضى بصفة خاصة إتفقوا على أن من بين الأعراض المرض وجود كتلة بالثدي و إرتفاع درجة الحرارة و هو أحد المؤشرات الأولى بالإصابة بهذا المرض التي تستدعي الكشف المبكر كوقاية من جهة و من جهة اخرى يجب على النساء تفقد أجسمن بإستمرار، كما أجمعوا على أنه لا يشترط أيضاً إجتماع هذه الأعراض لكي يتواجد المرض.

جدول رقم (09) : فئة المواضيع

المواضيع								التكرار	الموضوع
الوقاية و التحسيس		المساندة النفسية		إنجازات علمية		تجارب معايشة			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
6,77	4	12,05	3	28,57	2	7,14	1	الحصة الأولى	
40.67	24	16,66	4	14,28	1	64,28	9	الحصة الثانية	
15.25	9	54,16	13	42,85	3	28,57	4	الحصة الحوارية	
22.03	13	8,33	2	0	0	0	0	الأخبار	
15.25	9	8,33	2	14,28	1	0	0	المقابلة	
<b>100</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>14</b>	<b>المجموع</b>	

الجدول رقم (09) إلى فئة " المواضيع المطروحة "



الشكل رقم (08): فئة المواضيع المطروحة

يشير الجدول رقم ( 09 ) إلى فئة " المواضيع المطروحة " على أن الحصة الحوارية كان لها النصيب الأكبر في المساندة النفسية بنسبة تقدر بـ(56,16%) ، مقارنة بالمواضيع الأخرى، و أما إنجازات العلمية فكانت بنسبة (42,85%) ، و جاءت تجارب المعاشة بنسبة (28,57%) بنسبة أقل من سابقها و تذيلت الترتيب في هذا الحصة الوقاية و التحسيس بـ (15,25%) ، و تليها مباشرة الحصة الثانية التي في التجارب المعاشة بنسبة (64,28%) ، حيث بلغت قيمتها كأعلى مؤشر ، في حين بلغ مؤشر الوقاية و التحسيس نسبة ( 40,67 % ) وهذا عكس ما جاء في الحصة الحوارية ، حيث جاءت نسبة المساندة النفسية بـ (16,66%) ، حيث تقاربت مع الإنجازات العلمية بنسبة (14,28%) ، اما في الحصة الاولى فبلغت نسبتها بـ(28,57%) في الإنجازات العلمية في حين بلغت المساندة النفسية نسبة ( 12,05%) ، كما كانت الوقاية و التحسيس و التجارب المعاشة بأقل درجة في كلاهما بنسبة (07,14%) و (06,77%) ، اما بالنسبة للاخبار فكانت نسبة الوقاية و التحسيس (22,03%) و المساندة النفسية بـ (8,33%) كما انعدمت النسبة في كل من الانجازات العلمية و التجارب المعاشة ، في حين تقاربت نسب مؤشرات المقابلة في الوقاية و التحسيس و الانجازات العلمية فيها بـ (15,25%) و (14,28%) و جاءت المساندة النفسية بـ (8,33%) وانعدام نسبتها في التجارب المعاشة .

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لفئة المواضيع المطروحة لكل من هذه الأنواع الإعلامية نجد ما يلي الوقاية و التحسيس بـ ( 59 ) مرة كأعلى قيمة و تليها المساندة النفسية بقيمة ( 26 ) مرة ، في حين توقف مؤشر التجارب المعاشة عند قيمة ( 14 ) مرة ، وفي الأخير مؤشر الإنجازات العلمية ( 07 ) مرات كأضعف مؤشر .

من خلال التحليل الكمي للجدول رقم (09) : يتبين لنا أن الحصة الثانية بلغت قيمتها في التجارب المعاشة بأعلى نسبة برغم أن هذه الحصة لم تكن مخصص لشهر الوردية بنسبة كبيرة إلا أن ما يفسر ارتفاع مؤشرها هو تنقل الميكروفون إلى جناح المصابات بسرطان الثدي حيث كان للمتدخلات فرصة في إبداء إنشغالتهن حول ما يقدم لهن من رعاية بصفة عامة وكذلك التعبير عن تفاؤلهن بالشفاء ، في حين يسفر مؤشر الوقاية و التحسيس عن نسبة مقبولة فهذه من خلال ما أوصى به الأطباء و المشاركين في الحصة بضرورة نشر و توعية أفراد المجتمع في جانب الكشف الدوري كثقافة صحية لتجنب الكثير من المخاطر بإضافة إلى أن يكون الفرد على دراية بصحته، أما فيما يخص المساندة النفسية و الإنجازات العلمية فكانت مؤشراهما متقاربة هذا راجع إلى مثل هذه الحالة التي تستدعي المساندة النفسية و الدعم المعنوي من الجميع بحكم أن المرضى أغلبهم نساء و بطبيعة الحال المرأة حساسة جدا مما إستوجب على كل المتدخلين و الفاعلين في الحصة التعاطف مع كل الحالات وهذا من خلال

سياق كلاهما الموجه إلى الجميع و لما في هذا الكلام من نصائح تدل على المساندة و الدعم النفسي، أما في ما يخص الإنجازات فكان تدخل الأطباء في ما توصلت إليها الأبحاث من توصيات عامة من خلال ممارسة الرياضة و كذلك بنسبة للنساء التي يفوق سنهن الأربعين لا بدأ هن من مراقبة أنفسهن ، في حين جاءت الحصص الحوارية بمؤشر كبير في المساندة النفسية و هذا ما يدل على طبيعة الحصص من خلال حضور و مشاركة المرضى الذين عاشوا حالة المرض و سردوا قصصهن بكل التفاصيل مما أدى إلى دعمهن و وقوف إلى جانبهن معنوياً و مادياً من خلال المتدخلين و ما عبر عنه من كلمات و عبارات المساندة و التشجيع ، و كذلك من خلال الأطباء في تقديم النصائح و توجيهات لتجاوز هذه المرحلة النفسية الصعبة التي لمسناها في حديثهن، ، و تليها مباشرة نسبة الإنجازات العلمية التي كان فيه عرض لبعض التوصيات المشابهة للحملة الثانية حيث تطرق الأطباء إلى أن ما توصل له الباحثين في هذا المجال الصحي من دراسة حول النساء المصابات بمرض سرطان الثدي هن نساء يقوف سنهن الأربعين و جلهن لا يمارسن الرياضة و فيه بعض الحالات الوراثية التي لا لها أن يكون على حذر مما يستوجب عليهن الكشف الدور ، في حين مؤشر الوقاية و التحسيس كان أقل درجة مقارنة ببقية المواضيع الأخرى و هذا ما يدل على التطرق لإنجازات العلمية لما فيها من توصيات التي تخدم الوقاية و التحسيس فالجتمتع هو الهدف الأساسي لجميع عمليات التوعية و التثقيف الصحي و أن يتعلم السلوكيات الصحية في مجالات مختلفة<sup>1</sup> ، أما الحصص الأولى فتطرق فيها الأطباء إلى الأعمال المنجزة من خلال العمل الذي قام به الدكتور جمال معمري في كل من بعض البلديات التابعة لولاية ورقلة برعاية المنظمة الصحة العالمية ، حيث قام بإستقصى لبعض النساء المنتشرين على بلديات ولاية ورقلة ، حيث توصل إلى أن الكثير منهن يجهلن هذا المرض و الكثيرات ليس لهن الثقافة الصحية ، و أوصى الطلبة بالعمل في هذا الميدان ، كذلك تطرقت الطبيبة فاشم لبعض التوجيهات العلمية التي تدعوا النساء التي يفوق سنهن الأربعين أن يكن على دراية بالواجب الصحي و أن يقمن بالكشف الدوري بإستمرار لتجنب الوقوع في المخاطر ، هذه التوصيات تحم بطريقتهم غير مباشرة للدعم النفسي من طرف الأطباء و الجمعيات التي أعربت هذه الأخيرة في تصريحاتها عن تقديم المساعدات و الدعم المادي و المعنوي لجميع الحالات لتجاوز هذه المرحلة و هذه من عادات المجتمع الجزائري، أما بنسبة للوقاية و التحسيس جاءت نسبتها ضعيفة نوعاً ما من خلال ما تطرق له الأطباء عن قلقهم من هذا الجانب المهم في هذه العملية التي تتطلب تظافر جهودات الجميع لغرس التثقيف الصحي لما له من دور كبير في تجنب هذا المرض، كما جاء مؤشر الأخبار والمقابلة منعقدة فيها النسب و هذا ما يدل على طبيعة نوعهما

<sup>1</sup> - محمد الحفناوي، الصحافة و التوعية الصحي، ط1، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع ، دسوق ، مصر، 2014، ص 143..

الإعلامي، حيث لأهمها لا يحضيان بالوقت الكاف لإستضافة تجارب معاشة ، كما كانت المساندة النفسية و الوقاية و التحسيس في كل من الأخبار و المقابلة متواضعة من خلال ما أدلى به الأطباء عن التعريف بالمرض و الوقاية منه في المقابلة التي أجريت معها و لم يتطرقا إلى المساندة النفسية مباشرة.

**التحليل الشامل لمجموع التكرارات :**

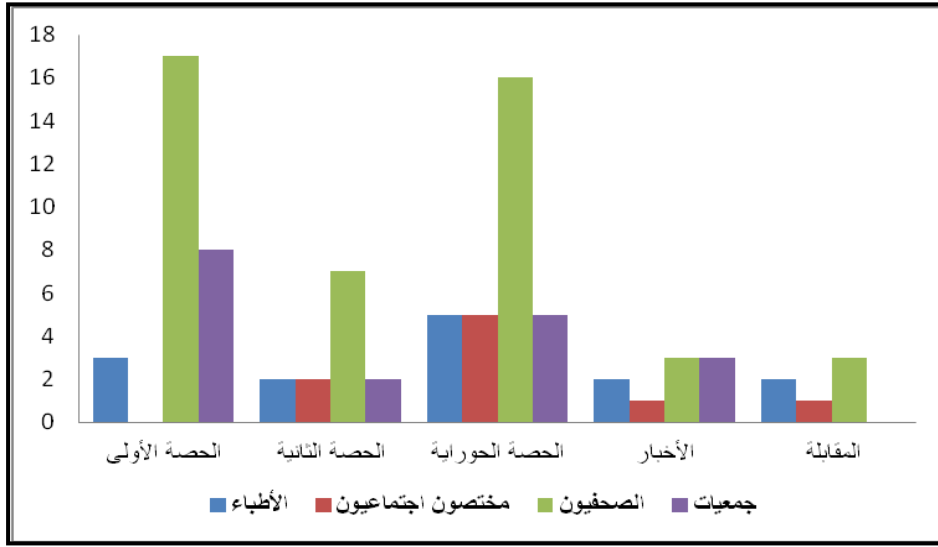
كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لكل من هذه الأنواع نجد ما يلي الوقاية و التحسيس بمؤشر تكرارات عالية مقارنة ب بقية المواضيع الأخرى ، و هذا ما يفسره أن كل الجهود منصب حول موضوع الوقاية و التنقيف الصحي لما لهذا الموضوع من مخرج سوى غرس ثقافة الكشف المبكر و الكشف الدوري للتصدي لهكذا أمراض ، أما ما أبان عليه مؤشر المساندة النفسية بقيمة أقل نستطيع أن نفسره أن كل هذه المواضيع تصب في نفس السياق، و في الأخير مؤشر التجارب المعاشة بقيمة منخفضة عن الإنجازات العلمية و هذا راجع للمواضيع التي ركزت على التوعية و التحسيس لما لهذا الموضوع من مردودية إجتماعية على الجميع.

جدول رقم (10) : فئة المصادر

المصادر								التكرار	الموضوع
جمعيات		الصحافيون		مختصون اجتماعيون		الأطباء			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
44,45	8	36,95	17	0	0	21,42	3	الحصة الأولى	
11,11	2	15,21	7	22,23	2	14,33	2	الحصة الثانية	
27,77	5	34,78	16	55,55	5	35,71	5	الحصة الحوارية	
16,66	3	6,52	3	11,11	1	14,71	2	الأخبار	
0	0	6,52	3	11,11	1	14,71	2	المقابلة	
<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>14</b>	<b>المجموع</b>	

الجدول رقم ( 10 ) إلى فئة " المصادر "





الشكل رقم (10): فئة المصادر

يشير الجدول رقم ( 10 ) إلى فئة " المصادر " على أن الحصة الحوارية كانت بنسبة عالية قدرت بـ(55,55% ) كأكبر قيمة في الجدول لوحدة المختصين الاجتماعيين ، مقارنة بالوحدات الأخرى ، حيث تليها مباشرة و بنسب متقاربة كل من مؤشر الصحفيين بنسبة ( 34,78% ) و فئة مصادر الأطباء بـ ( 35,71% ) بنسب مقبولة أما في ما يخص مؤشر نسبة الجمعيات فقد بلغ نسبة ( 27,77% ) ، في حين تليها مباشرة الحصة الأولى بإرتفاع مقبول في المصادر الجمعيات حيث قدرت بنسبة ( 44,45% ) ، و وصلت نسبة الصحفيون إلى ( 36,95% ) ، و بلغت نسبة الأطباء إلى ( 21,42% ) ، في حين كانت الحصة الثانية بنسب متقاربة بين وحداتها حيث بلغت نسبة الأخصائيين الاجتماعيين بنسبة ( 22,23% ) أما نسبة الصحفيون كمصدر بلغت ( 15,21% ) و وحدة الأطباء ( 14,33% ) و بلغت وحدة الجمعيات إلى نسبة ( 11,11% ) ، أما فيما يخص المقابلة فكانت نسبة الأطباء بمؤشر بلغ ( 14,71% ) في حين نجد مصادر المختصين الاجتماعيين في المقابلة بنسبة ( 11,11% ) ، أما في ما يخص الصحفيون كمصدر بلغ نسبة ( 6,52% ) و إنعدمت المصادر الجمعيات فيها ، أما الأخبار فكانت النسبة مصادرها بدرجة أقل من حيث بلغت نسبتها ( 16,66% ) عند الجمعيات و ( 14,71% ) عند الأطباء — أما عند الصحفيون فقد قدرت بـ ( 6,52% ) فكانت نسبتها ضعيفة مقارنة بالأنواع الأخرى .

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات للجدول: تلاحظ أن عدد التكرارات — ففة المصادر بلغ عند الأطباء (14) مرة كقيمة لعدد التكرارات في حين وصل مؤشر المختصون الإجتماعيون بـ تسعة تكرارات و بلوغ المؤشر الإجمالي للجمعيات (18) مرة، إلا أن مجموع التكرارات كان للصحفيون العدد الأكبر بـ (46) مرة.

يكشف التحليل الكمي للجدول رقم ( 10 ) : أن الحصة الحوارية بلغت فيها نسبة المختصين الإجتماعيين كمصدر لإثراء الحصة بالمعلومات كأعلى نسبة و هذا راجع إلى إبداء نوع من الذكاء من طرف معد الحصة حيث ركز على الأخصائي النفسي أكثر من الطبيب و هذا بحكم تواجدهن في الإستوديو لمجموعة من النساء لهم تجارب مع المرض يجب تحضيرهن نفسياً وهذا ما قام به الأخصائيون النفسيون من التطرق إلى كيفية التي ينبغي أن يكون فيه المريض و كذلك كيفية التعامل مع المحيط الأسري و لا داعي لتستر على المرض و هذا ما يزيد إلا معانات الأفراد و هذا ما قاله النفسيون بأن الإنسان أو الفرد ليس هو من يختار المرض و إنما عليه بالإيمان و مباشرة العلاج و أما في ما يخص مؤشر الأطباء كأحد المصادر المهمة و الموثوقة فقد أعطى للحاضرات و لكل المستمعين جرعة من الأمل حيث تطرق للنوعية الأورام التي تصيب الثدي هي ليست من الأورام الخبيثة إلا أنها تتطور مع مرور الوقت لذا حرص على تشجيع نشر ثقافة الكشف المبكر كفكر لتحسيس و التوعية ، أما بالنسبة لصحافيين كمصدر للمعلومة فهم من ينشطون الحصة لذا توجب عليهم الإمام بالقدر الكاف بالمعلومات و إعطائها كمقدمات لتسلسل في الحديث ن بإضافة أن الصحفي هو من يتقرب من المصادر دائماً ، كذلك الصحفيون من حيث إعطائهم معلومات كمصدر إلى نسب عالية و هذا راجع كون الصحفيون هم من يتقرب من المصادر دائماً أما الأخصائيون الإجتماعيون فلهم دور في المصحات لرفع من معنويات المرضى و إمتصاص الصدمات التي تقع في نفسية المريض الذي لهم إحتكاك مباشر مع المريض، أما في الحصة الأولى ففسرت نتائجها على أن الجمعيات من حيث أنها جزء من المصدر فقد كانت نسبتها جيدة مقارنة مع الوحدات الأخرى في نفس الحصة ، و هذا راجع إلى طبيعة الحصة التي كان للجمعيات فيها حصة الأسد من خلال حضور ما يقارب أربعة جمعيات خيرية إجتماعية نشط في المجال الصحي هذا من جهة ، ومن جهة أخرى لما لها من دور كبير تلعبه في تحسيس المجتمع بضرورة الكشف الدوري وخاصة عند النساء للوقاية من هذا المرض ، في حين كان دور الصحفيون في هذه الحصة بتقديم معلومات و معطيات تحضيرية لطرح الأسئلة في غالب الأحيان أما دور الأطباء كمصادر للمعلومات حول هذا الشهر المخصص للوقاية و الكشف المبكر لم يرقى في هذه الحصة إلى درجة كبيرة و نحصر دوره في عرض بعض الإحصائيات

و الأرقام و ترتيب السرطانات على مستوى ولاية ورقلة، كما جاءت الحصة الثانية بنسب متواضعة من حيث فئة المصادر و هذا ما يفسر أن الحصة لم تكن مخصصة كلياً لشهر الوقاية و الكشف المبكر على سرطان الثدي و إنما تطرقت إلى ملفات صحية أخرى إلا أن مصدر الأخصائيين الإجتماعيين كان مقبول هذا ما يدل على تنقل الصحفي إلى مركز مكافحة السرطان مما ساعده على التقرب من الإحصائيين المتواجدين على مستوى المركز حيث أفادوا بمعلومات حول المرضى و حالتهم النفسية و التغيرات التي تحصل عليهم نفسياً ، أما في ما يخص المقابلة و الأخبار فكانت نتائجها مقبولة و هذا ما يفسره طبيعة هذا النوع الإعلامي و الوقت المخصص له في كثير من الأحيان لا يكون كبيراً و خاصة في الإذاعة .

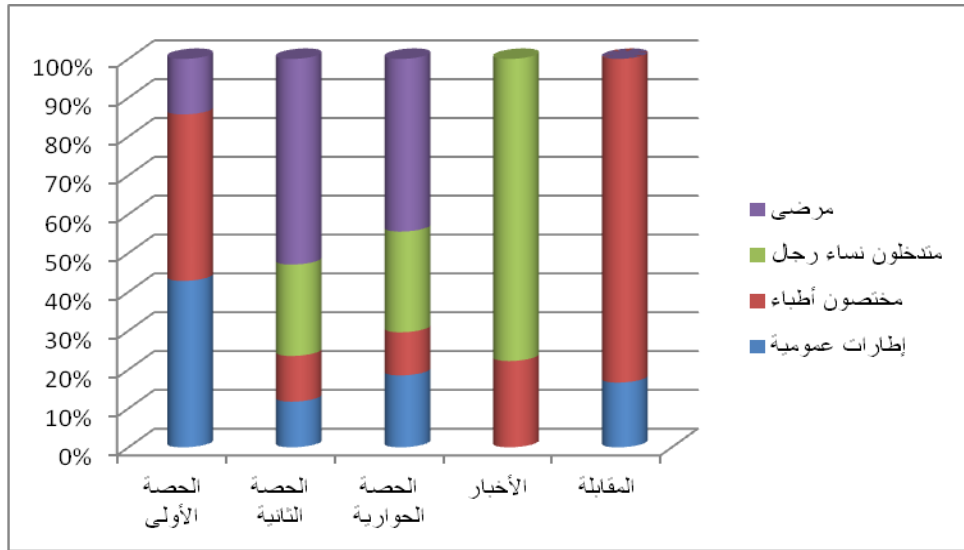
**التحليل الشامل لمجموع التكرارات :**

كقراءة كلية للجدول من خلال مجموع التكرارات نجد أن مصادر المعلومات أستحوذ عليها الصحفيون و هذا راجع إلى إحتكاك و إطلاع منشط أو صحفي لإنجاز هكذا عمل ، أما مجموع التكرارات بالنسبة للجمعيات فكان متواضعا مقارنة بالمهمة المنوطة بهم في إعطاء معلومات و الإتفاف حول قضايا التي تمس المجتمع و خاصة التوعية و إرساء الثقافة الصحية لتجنب هذه الأمراض في حين بنسبة للأطباء و المختصين الإجتماعيون فكانت نسبهم متقارب .

الجدول رقم (11) : فئة الشخصية الفاعلة

الشخصيات								التكرار	الموضوع
مرضى		متدخلون نساء رجال		مختصون أطباء		إطارات عمومية			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
4,54	1	0	0	23,07	3	27,27	3	الحصة الأولى	
40,91	9	22,23	4	15,38	2	18,18	2	الحصة الثانية	
54,54	12	38,,88	7	23 ,07	3	45,45	5	الحصة الحوارية	
0	0	38,88	7	13,33	2	0	0	الأخبار	
0	0	0	0	33,33	5	9,90	1	المقابلة	
<b>%100</b>	<b>22</b>	<b>%100</b>	<b>18</b>	<b>%100</b>	<b>15</b>	<b>%100</b>	<b>11</b>	<b>المجموع</b>	

الجدول رقم (11) الذي يمثل فئة " الشخصيات الفاعلة في البرنامج "



الشكل رقم (11): الشخصيات الفاعلة في البرنامج"

من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل فئة "الشخصيات الفاعلة في البرنامج"، يتضح لنا أن الحصة الحوارية كانت نسبتها أعلى في الجدول حيث قدرت بـ (54,54%) في وحدة المرضى وكذا من حيث مشاركة الإطارات العمومية بنسبة قدرت بـ (45,45%)، في حين تلتها نسبة المتدخلين رجالا و نساء بنسبة (38,88%) وجاء مشاركة الأطباء مختصين بنسبة (23,07%)، وجاءت الحصة الثانية بنسبة (40,91%) في مشاركة المرضى كمعنيين بدرجة أكبر، ثم المتدخلون بنسبة (22,23%) ثم تقارب النسب بين تدخلات الأطباء المختصين و الإطارات العمومية بـ (18,18%) و (15,38%)، أما في ما يخص نتائج الحصة الأولى بين نسبة (27,27%) في مشاركة الإطارات العمومية، كما جاءت بنسبة الأطباء بـ (23,07%) وتأتي في مرتبة أقل مشاركة المرضى بـ (04,54%)، في كانت نسب الأخبار منعدمة إلا في وحدة المتدخلين بنسبة قدرت بـ (38,88%) و في الأخير نجد المقابلة بنسب متقاربة من حيث مشاركة الأطباء المختصين بنسبة (33,33%)، أما نسبة الإطارات العمومية فقد قدرت بـ (9,91%) وانعدمت في بقية الوحدات الأخرى.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

من خلال القراءة الشاملة للمجموع التكرارات التي كانت تتراوح ما بين (11\_15\_18\_22) كمؤشرات متقاربة في ما بينها و للدور الذي تلعبه الشخصيات الفاعلة في إثراء مختلف البرامج .

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم(11) يتبين لنا فئة الشخصيات الفاعلة و خاصة المرضى في الحصة الحوارية حيث كانت نسبتها عالية من خلال إثراء الحصة ببعض التجارب المعاشة و كشريحة معنية بالدرجة الأولى، حيث أعطى منشط الحصة القسط الكبير منها إلى هذه الفئة لسرد معاناتهم مع المرض و كذلك التعبير عن انشغالهم و ما يختلج في نفوسهم بالإضافة إلى خصوصية الموضوع و خصوصية الشهر التي تفرض تقديم معلومات حول مرض سرطان الثدي، أما من جانب تدخل الإطارات العمومية فكان مؤشرا جيدا و هذا ما يدل على إلزامية مشاركة الإطارات العمومية في شهر الوردي حيث تحدثوا بإسهاب على ضرورة الكشف المبكر و ما يتلقونه يوميا من أعداد كبيرة، في حين أعرب جل المتدخلون في تعابيرهم برفع معنويات المرضى و كذا المساندة المعنوية و المادية خاصة ذو المشاكل الإجتماعية الصعبة بالإضافة إلى طرح بعض التساؤلات على الأطباء فيما يخص بعض الأعراض، أما بالنسبة للأطباء المختصين فقد تحدثوا عن ضرورة إكتساب الفرد لثقافة الصحية كحل و حيد بإضافة إلى تحليلهم لبعض القضايا الموجودة أمامهم أي كعينات من المرضى، أما الحصة الثانية فكان مؤشر وحدة المرضى مرتفع و هذا ما يدل على تنقل الميكروفون وإستجواب المرضى في عين المكان حيث طرح عليهم بعض الأسئلة في ما يخص تحسن لياقتهم الصحية و كذلك كيفية تنقلهم إلى المركز السرطان و بالإضافة إلى الأجواء داخل هذا المركز، في حين نجد مؤشر المتدخلون نساء و رجال فهذه الحصة بالمرتبة الثانية و هذا راجع كما سلف الذكر أولا إلى تنقل الميكروفون إلى مركز مكافحة السرطان ، حيث إستجوب بعض عائلات المرضى، أما في ما يخص مؤشر الإطارات العمومية فكان بنسبة مقبولة و هذا من خلال ما دار من نقاش داخل الحصة و كذلك لإستجوابه لبعض الإطارات مشرفة على مصالح الوقاية و رؤساء مراكز و هم الأكثر إحتكاكاً بهذه الشريحة حيث تحدثوا عن حالات النفسية للمرضى و كيفية تقبلهم بالتدرج للعلاج و أما في ما يخص مؤشر الأطباء المختصين فكان النقاش يدور حول الحلول لهذه الإحصائيات و الأرقام المقلقة و المهددة للنواة الإجتماعية كما قالته المختصة النفسانية بشكي ، في حين جاءت الأخبار مؤشر الأطباء المختصين بقيمة مقبولة و راجع إلى طبيعة العمل الإخباري الذي قام بتغطية بعض الأنشطة التي أجريت خصيصاً لشهر الوردي حيث إستجوب الصحفي بعض الأطباء في عجالة بكلمات نصحوا و أصرو على نشر ثقافة الكشف المبكر كحل لهذه الأزمات الصحية ، أما بالنسبة للمقابلة التي أجريت مع الأطباء فكان الموضوع حول الشهر الوردي الذي يفرض نفسه على اسئلة المقابلة و هذا من خلال ما توسع فيه الأطباء من شرح بشكل مفيد حيث أحو على إنتهاج الكشف المبكر كوسيلة كافية للعلاج و الوقاية منه.

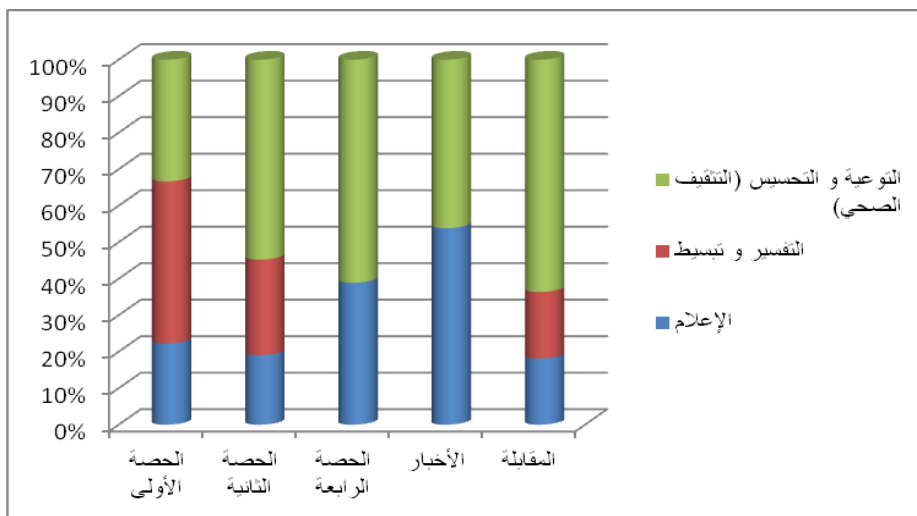
التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

الملاحظ لمجموع التكرارات لكل فئة الشخصيات الفاعلة يفسر أن المجموع مؤشراتهما كان متقارباً و بين وحدة المرضى و بقية الوحدات الأخرى و هذا ما يدل على طبيعة الموضوع و الشهر الذي يفرض نفسه مما يستدعي مشاركة المرضى كشريحة معنية و إعطائها مساحة لتعبير بكل أريحية مما قد يرفع من ثقتهم أما بالنسبة لمؤشرات الأطباء و الأطارات و المتدخلون لمجموع تكراراتهم يفسره ضرورة إعطاء كلمتهم في هذا الموضوع بطبيعة ناشطهم و إحتكاكهم بالمرضى ،

الجدول رقم (12) : فئة الهدف من البرامج

الهدف						التكرار	الموضوع
التوعية و التحسيس (التثقيف الصحي)		التفسير و تبسيط		الإعلام			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
9,37	6	28,09	8	11,42	4	الحصة الأولى	
25,93	23	52,23	11	22,85	8	الحصة الثانية	
34,37	22	0		40	14	الحصة الحوارية	
09,37	6	0		20	7	الأخبار	
10,93	7	9,52	2	5,71	2	لمقابلة	
100	64	100	21	100	35	المجموع	

الجدول رقم ( 12 ) الذي يمثل فئة " الأهداف من البرامج



الشكل رقم (12): فئة "الأهداف من البرامج"

يبين الجدول رقم ( 12 ) الذي يمثل فئة "الأهداف من البرامج" أن الحصة الثانية كان لها النصيب الأكبر فيما يخص تفسير و التبسيط بنسبة بـ ( 52,23%)، و يليها الهدف التثقيف الصحي بنسبة ( 25.93 %) التي تقاربت مع نسبة الهدف الاعلامي بنسبة ( 22.85%)، في حين نجد الحصة الاولى كان مؤشر التفسير و التبسيط بنسبة ( 28.09%)، تليها مؤشر الاعلام بنسبة ( 11.42 %) و جاء مؤشر التثقيف الصحي بنسبة أقل بـ ( 9.37%) اما في الحصة الحوارية فكانت نسبة الهدف الاعلامي فيها بمؤشر كبير مع هدف التوعية الصحية حيث بلغ الهدف الاعلامي بنسبة ( 40%) و الهدف التثقيف الصحي بنسبة ( 34.37%) في حين انعدام النسبة في هدف التفسير و التبسيط ، اما بالنسبة للأخبار فكان مؤشر الاعلام فيها بلغ ( 20%) ، يليها مؤشر التثقيف الصحي بنسبة ( 9.37%) وانعدامها في هدف التفسير والتبسيط ، في حين تأتي المقابلة في فئة التفسير والتبسيط بـ ( 9,52%) و جاء التثقيف الصحي بنسبة ( 10.93%) وهي نسب متقاربة، في حين جاء مؤشر الاعلام بنسبة ضعيفة بـ ( 5.71%) و هي أقل نسبة في الجدول.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

القارئ لمجموع التكرارات الجدول الخاص بفئة الأهداف من البرامج يلاحظ التباين الكبير بين هذه الأرقام حيث كانت في أعلى مستواياها عند هدف التثقيف الصحي و التوعية و التحسيس حيث بلغت ( 64 ) مرة كقيمة التكرارات و وصل هدف الإعلام إلى ( 35) مرة في حين بلغ هدف التبسيط و التفسير إلى ( 21) مرة كمؤشر لقيمة مجموع التكرارات.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (11) يتبين لنا من خلال هذا التحليل ان الحصة الثانية كان مؤشر التفسير و التبسيط بنسبة عالي مقارنة مع بقيت الأهداف الأخرى وهذا راجع لكون الحصة تعرضت لملفات صحية أخرى على غرار الشهر الوردى وعليه فإن الحاضرين أو الفاعلين في الحصة كان حرصهم على توصيل المعلومة الى الجمهور المستهدف بأبسط طريقة وأسهل توجيه على غرار النسب الأخرى التي تخدم الإعلام و التثقيف الصحي لتحسين و رفع من أهمية التوعية الصحية في المجتمع ، كما ركزت الحصة الأولى كذلك على نفس الهدف حيث كان للجمعيات الخيرية حصة الأسد في النقاش بحكم تواجد ما يقارب أربع جمعيات خيرية إجتماعية غير ربحية في تفسير و تبسيط المعلومة لتقرب من قرائها ، بالإضافة إلى التعريف بمهامها و رفع شعارات متنوعة القصد منها الإعلام و التوجيه بحكم أن الإعلام يوظف بطريقة غير مباشرة لخدمة كل من التفسير و التبسيط و كذلك منه إلى التوعية و التحسيس ، اما الحصة الحوارية فكانت نسبتها مقبولة بالنسبة للهدف من الاعلام وهذا من

خلال ما الأطباء و النفسانيون من خلال المعلومات التي أجادو بها على المستمعين و من توجيه و نصائح قيمة تخدم الجانب الإعلامي الذي من وظائفه التوعية التي تركز دور التثقيف الصحي بطريقة غير مباشرة ، مقارنة مع بقية الاهداف ، أما بالنسبة للإخبار فكانت بنسب متواضعة مع بقية الاهداف وهذا راجع لوظيفته الإخبارية الاساسية بإضافة إلى طبيعة موقع الخبر من الوقت المخصص للإخبار حيث يكون هدف الإعلام أكثر من خلال ما تطرق له القائم بالإتصال من استجاب لبعض الجمعيات الفاعلة و المنشطة لتظاهرات الشهر الوري المقامة في بعض البلديات النائية ، في الأخير نجد المقابلة بنسب متقاربة بين الاعلام والتفسير والتبسيط والتثقيف الصحي، من خلال ما عرج عليه الأطباء من تبسيط و التوعية و التحسيس من خلال ما يتوجب على النساء القيم به من نصائح في هذا المجال.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

نلاحظ من خلال ما أنتجته مجموع التكرارات المتباينة فيما بينها حيث نجد فئة هدف التثقيف الصحي كان مؤشرها قوي وهذا ما يدل على التركيز بنسبة كبيرة على توعية الصحية و غرس هذه المبادئ في المجتمع لتفادي و تقليل من هذه الأمراض ، كما أن مؤشر هدف الإعلام قيمة لتكرارات كان مقبولا لكون الإعلام من وظائفه خدمة التثقيف الصحي ، مروراً بهدف التبسيط و التفسير كمؤشر أقل و هذا لما فيه من المساند النفسية و تبسيط المعلومة لما لها فائدة في دعم لإرساء مبادئ الكشف الدوري و ثقافة الصحية، إن ثنائية الإعلام والصحة تمثل القاعدة التي يتأسس عليها الوضع الصحي في يومنا هذا، فالصحة مطلب إنساني مشروع، والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في الترويج لهذا المطلب.<sup>1</sup>

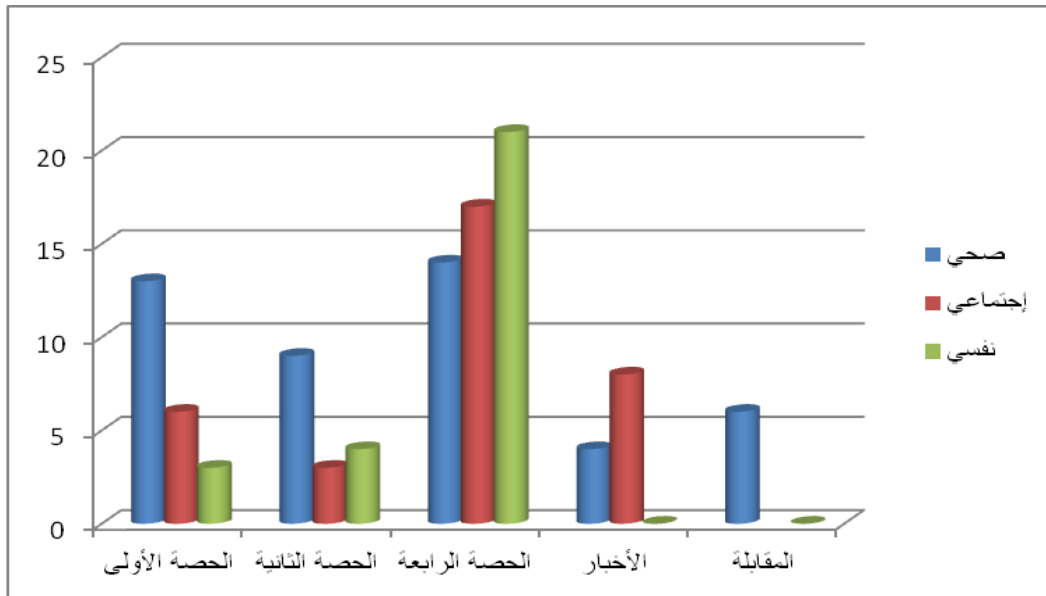
<sup>1</sup> - كريمة دربال، الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكرة عن سرطان الثدي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال و صحافة مكتوبة، قسم إعلام وإتصال ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر ، سعيدة، الجزائر، 2018. ص 45.



الجدول رقم (13): فئة مجال المضمون

مجال مضمون البرامج						التكرار	الموضوع
نفسي		إجتماعي		صحي			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
10,71	3	17,64	6	28,26	13		الحصة الأولى
14,28	4	8,83	3	19,56	9		الحصة الثانية
75	21	50	17	30,43	14		الحصة الحوارية
0	0	23,52	8	8,69	4		الأخبار
0	0	0		13,04	6		المقابلة
<b>%100</b>	<b>28</b>	<b>%100</b>	<b>34</b>	<b>%100</b>	<b>46</b>		<b>المجموع</b>

الجدول رقم (13) الذي يمثل فئة " مجال المضمون "



الشكل رقم (13): فئة " فئة مجال المضمون "

من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل فئة " مجال المضمون " يتضح لنا أن النسبة التي تحظى بها الحصة الحوارية في المجال النفسي قدرت بنسبة ( 75%) بينما تراجمت نسبتها في المجال الإجتماعي بنسبة ( 50%) ، تليه بنسبة أقل ايضاً في المجال

الصحي بنسبة (30,43%) ، وجاءت الحصة الأولى التي شهدت نسبة المجال الصحي فيها بـ (28,26%) كما إنخفضت تدريجياً في المجال الاجتماعي بنسبة (17,64%)، إلى أن وصلت إلى نسبتها بـ (10,71%) في المجال النفسي ، في حين نجد الحصة الثانية التي قدرت نسبتها في المجال الصحي بـ (19,56%) ، إلا أنه إنتابها نقصان في معالجة مضمون المجال النفسي بنسبة قدرت بـ (14,28%) ، إلى أن بلغ مؤشرها (8,83%) في المجال الاجتماعي ، أما بنسبة للمقابلة فسجل فيها مضمون المجال الصحي بـ (13,04%) و انعدام نسبتها في المجالين الاجتماعي و النفسي ، و في الأخير نجد الأخبار في المجال الاجتماعي بلغت بنسبة (23,52%) مقارنة بالحصص التي سبقتها، في حين سجلت (8,69%) في المجال الصحي هي أقل نسبة مقارنة المضامين التي سبقتها و انعدم مضمون المجال النفسي فيها.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

الملاحظ للمجموع التكرارات لـ فئة المجال العام للمضمون البرامج الإعلامية يرى أن المجال الصحي كان بمؤشر (46) كقيمة تكرارية لأبأس بها ، في حين نجد المضمون المجال الاجتماعي بلغ مؤشره الإجمالي عنده بـ (34) مرة كقيمة تكرارية متوسطة وفي الأخير وبأقل درجة أقل نجد مجال المضمون النفسي بـ (28) مرة كمؤشر تكراري متقارب نوعاً ما مع المجال الاجتماعي.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (13) نلاحظ أن نسبة المجال المضمون النفسي بلغت قيمتها في الحصة الحوارية و هذا ما يفسره أن الجانب النفسي له دور كبير في تغلب على المرض لأن كل المرضى لا يصدقون أنهم أصيبوا بهذا المرض ، كما سردوه في قصصهم و لم يتقبلوا في البداية أنهم مصابون ، و لأن هذا المرض في نظر الجميع يساوي الموت إلا أنهم تدريجياً عندما إقتنعوا بفكرة العلاج حيث وجدوا دعم و المساندة النفسية كبيرة من الأطباء و المتدخلين الذين أعربوا عن دعمهم للمرضى، بحيث وجدوا دعم مادي و معنوي لم يكن يتوقعونه، بينما جاء مضمون المجال الاجتماعي في المرتبة الثانية و هو ما يدل على ما طرحه كل من الشخصيات و الجمعيات و خاصة جمعية منبع الحياة بورقلة المتمثلة في رئيستها من تقديم كل ما أتاحت من إمكانيات و دعم و تكفل الاجتماعي في سبيل جميع المريضات ، كما نستطيع أن نفسر إرتفاع و إستحواذ المضمون النفسي الذي لا يرقى إلا بالتكافل و الدعم الاجتماعي أما مؤشر مضمون المجال الصحي فبطبيعة الحال مادام عنوان الحصة أكتوبر الوردي بمعنى المحتوى يكون التطرق فيه إلى الجانب الصحي هذا من جهة من جهة أخرى أن جميع ضيوف الحصة كانوا من

المرضى و الأطباء و الجمعيات الناشطة في المجال الصحي ، حيث تكلم الأطباء عن موضوع الصحي في المجتمع و عن قلقهم في إرتفاع نسبة هذا المرضى لدى النساء، في حين جاء مضمون المجال الصحي في الحصة الأولى بنسبة مقبولة التي تعبر على الوقاية و التحسيس بتوجه نحو التثقيف الصحي و الإلتزام بالكشف المبكر و الدوري سواء للمرضى أو لجميع الأفراد ، بإضافة إلى ما تكلم عنه الدكتور معمر من نتائج و أرقام كبيرة في الحاضر و ما يتربق في المستقبل من تهديد للمجتمع من جراء سلوكيات الغير صحيحة و الغير سليمة من بعض المريضات، كذلك ما تطرقت له بعض الجمعيات من مصطلح (عقليات) بهذه الصورة أي مازال عندنا التستر أي: (الحشمة بهذا المرض) مما سبب عواقب وخيمة على العائلات ، أدت بهم بالتكفل و الرعاية الصحية الإجتماعية بهذه الحالات إنعكست على تداول المضمون الإجتماعي منه على المضمون النفسي في نفس الحصة ، كما كانت النسبة في الحصة الثانية متواضعة بحيث يعبر و يدل إرتفاع النسبة في المجال الصحي على نفس السياق الحصة الحوارية ، من خلال إهتمام بالوقاية قبل العلاج و تجسيد هذه الوقاية في الكشف المبكر و خاصة الكشف الدوري الذي بدوره يعطي امال كبيرة في الشفاء، أما في المضمون الحصة في الجانب الإجتماعي فكان ضعيف و هذا راجع إلى طبيعة الحصة التي تنقل فيها الميكروفون إلى الجناح الخاصة بالمريضات مما أسعدتهم هذه الإلتفات من جانب الإذاعة و كأها أعطتهم دعماً نفسياً ، بالنسبة للأخبار فكان مجال مضمونها الصحي و الإجتماعي مقبولاً و هذا راجع إلى طبيعة النشرة الإخبارية و وقت المخصص لكل خبر ، حيث تطرقت مختلف النشرات بتنوع التغطيات و النشاطات المقام في الشهر الوردي ، أما المقابلة فمجال مضمونها عبر هو أيضاً على المجال الصحي و الإجتماعي و انعدام الجانب النفسي و هذا راجع إلى طبيعة هذا النوع الإعلامي الذي لا يكون فيه التطرق إلى الجانب النفسي بحكم الوقت الممنوح لهما و كذلك ما تطرق له الأطباء و رؤساء المصالح الوقاية بالمستشفيات عن حديثهم عن الوقاية و الكشف المبكر و التوعية كجانب مهم جدا للحد من هذه الأرقام.

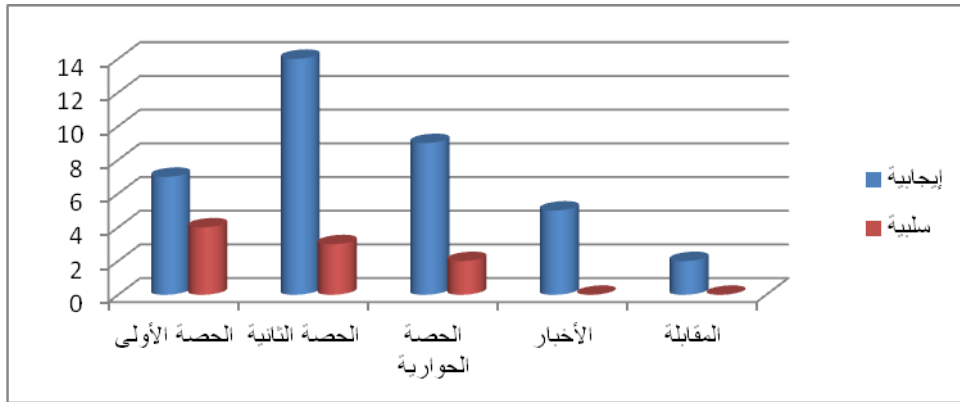
#### تحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة كمية شاملة لمجموع التكرارات لدفعة مجال مضمون هذه الوحدات نلاحظ أن هذه البرامج كانت في أغلبية ذات طابع صحي ، حيث أستحوذ و تربع عليها الجانب الصحي على كل المضامين، و هذا راجع إلى طبيعة موضوع البرامج التي تناولت فيها ملفات صحية بالدرجة الأولى، و كتغطية للإذاعة لهذا الشهر ، بالإضافة إلى إبراز دور الجانب الإجتماعي الذي دار حوله النقاش من خلال التكفل و الدعم المادي و المعنوي ، لرفع من الجاب النفسي الذي يلعب دورا مهما في إعطاء الدعم المعنوي للمرضى مما يكسبهم عزيمة التحدي و الإيمان بالعلاج.

جدول رقم (14) : فئة إتجاه المعالجة

إتجاه المعالجة				التكرار	الموضوع
سلبية		إيجابية			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
44,44	4	18,91	7		الحصّة الأولى
33,33	3	37,83	14		الحصّة الثانية
22,22	2	24,32	9		الحصّة الحوارية
0	0	13,51	5		الأخبار
0	0	5,40	2		المقابلة
% 100	9	% 100	37		المجموع

الجدول رقم (14) الذي يمثل فئة " إتجاه المعالجة "



الشكل رقم (14): فئة " إتجاه المعالجة "

من خلال الجدول رقم (14) الذي يمثل فئة " إتجاه المعالجة " نجد أن الإتجاه الإيجابي فيها متفاوت ما بين الحصص فتصدرت الحصّة الثانية بنسبة بـ ( 37,83%) بينما أتت بعدها الحصّة الحوارية بنسبة نسبة ( 24,32%) ، وتليها الحصّة الأولى بنسبة ( 18,91%) ثم جاءت الأخبار بنسبة (13,51%) إلى أن وصلت إلى نسبة ( 5,40%) ، في المقابلة ، كما نجد كذلك التفاوت حاصل تدريجياً في الإتجاه السلبي في معالجة المواضيع حيث قدرت النسبة الإتجاه السلبي في الحصّة الأولى بـ ( 44,44%) و جاءت الحصّة الثانية بـ ( 33,33%) ثم الحصّة الحوارية بـ ( 22,22%) ، و انعدام نسب في كل من الأخبار و المقابلة.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة لمجموع التكرارات — ففة إتجاه المعالجة للمواضيع المطروحة في كل هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر (37)

كقيمة تدل على الإتجاه المعالجة إيجابي في حين كانت أقلها درجة في إتجاه المعالجة السلبي بعدد التكرارات يساوي (09) مرات كقيمة تكرارات و هي كمؤشر ضعيف .

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (14)) نلاحظ أن الإتجاه الإيجابي للمعالجة في الحصة الثانية كان مقبول من حيث طرح الصحفي في هذه الحصة عدة تشكيلات من جمعيات و الأطباء الذين كان لهم الطرح الإيجابي في سياقة الكلام في إعطاء كل المعلومات و إرشاد لكل المستمعين بضرورة أن تكون للإنسان ثقافة الكشف الدوري حتى وإن لم يكن مريض ، و هذا لتفادي الكثير من الصعوبات و كوقاية خير من العلاج المستعصي في كثير من الأحيان، وما قام به من تنقل إلى الإجنحة الخاصة بالمصابات بهذا المرض حيث يعتبر هذا التنقل في إتجاه الإيجابي ، أما الحصة الحوارية فكانت المعالجة تصب في الإتجاه الإيجابي من خلال تقديم النصائح للجميع و كسر الطابوهات التي مزالت لها تأثير كبير في مجتمعتنا، من خلال ما سردته بعض التجارب المعاشة في الحصة أما الحصة الأولى فلم يكن إتجاه معالجة المضامين فيه إيجابياً بقدر الكاف ، بحيث تغلب الإتجاه السلبي، هذا ما يدل على أن الأطباء و الجمعيات ركزوا على الأعراض و كذلك أعربوا على قلقهم إزاء الأرقام المتضاعفة لكل سنة بالإضافة ما عبرت عنه الجمعيات من عدم إستجابة الأفراد بشكل كبير نحو ما يقدمونه من خدمات و نصائح وتنشيط لمثل هذه تظاهرات، أما في يخص الأخبار و المقابلة فتدل نسبهم على ذلك القدر المتواضع من التوسع في المضامين لأن المعالجة فيها سريعة نوعاً ما الإقبال أهما تبدي نوعاً من الإتجاه السلبي أكثر منه إيجابي و هو ما تطرقت له التغطيات الإعلامية لمراسل القناة حيث لم يكن الإقبال كبير علي مختلف هذه التغطيات التي تخدم الجانب الإعلامي وتنبه بهذا الشهر على غرار المقابلة التي كانت مع الأطباء و رؤساء المصالح الذين شرحوا فيها قدرة المريض على التماثل بالشفاء التام من خلال ما أوضحوه عن المرض و التعريف به أنه ليس من الأورام الخبيثة إلا إذا المرض تهاون عن نفسه هذا يصب في الإتجاه الإيجابي ، في حين نلاحظ أن الإتجاه السلبي في المعالجة المضامين في الحصة الأولى كان مرتفعاً و هذا ما يفسره الأنداز و إلقاء اللوم و تشديد اللهجة من بعض الأطباء من تستر على المرض و عدم قابلية الأفراد للمرض ، بالإضافة إلى الكشف عن الإحصائيات و الأرقام المقلق التي تهدد المجتمع بصفة عامة و كذلك تصريح بعض الجمعيات الخيرية في عدم تجاوب و تعاون بعض الأفراد معهم و خاصة عدم التقرب من الجمعيات لتقديم الفحوصات لمن تريد الكشف المبكر كوسيلة كافية للعلاج و الوقاية منه، في حين جاءت الحصة الثانية بمؤشر سلبي مرتفع نوعاً

ما عن سابقه و هذا راجع إلى ما قاله بعض الأطباء حول المرض ، أما بالنسبة للحصة الحوارية فكان إتجاه معالجة المضامين فيها من الناحية السلبية أقل وتيرة بحكم إستضافة الحصة لحالات تستدعي الرفع من الجانب النفسي للمرضى و خاصة من بينهم توجد حالة إجتماعية كارثية ، إلا أن رئيسة الجمعية القت باللوم على بعض الحالات .

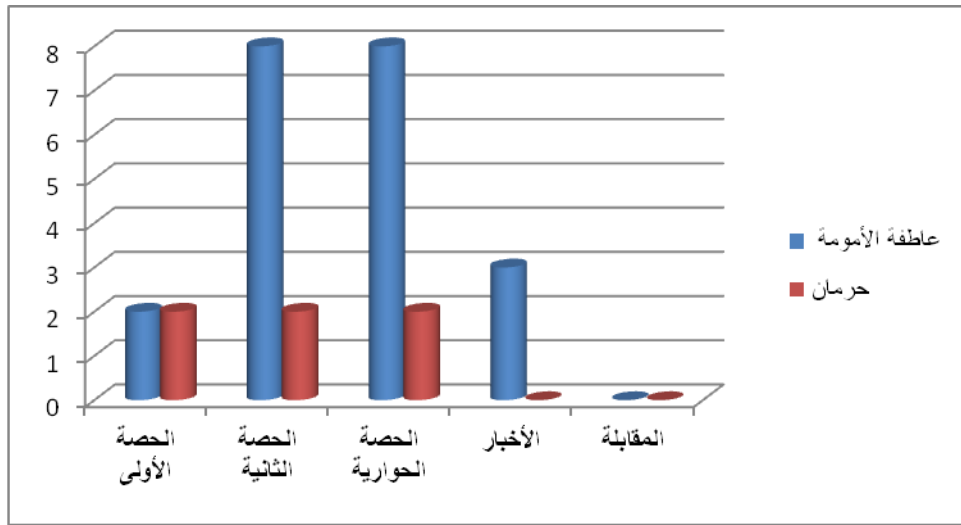
### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لـ فئة الإتجاه المعالجة المضامين للأنواع الإعلامية نستطيع أن نقول أن الإتجاه الإيجابي كان مقبولاً من حيث معالج البرامج لصميم الموضوع و هو الدعوة لتجنيد كل الإمكانيات من أجل الرفع و التنقل بقفزة نوعية في غرس مبادئ الثقافة الصحية عند جميع الأفراد و خاصة النساء التي أوصى بها جميع الأطباء الحاضرين، ونستطيع أن نقول أن الإتجاه السلبي كان إيجابياً لأنه تطرق إلى كسر الطابوهات و كذلك دعوة الجمعيات للأفراد بالتقرب منها، و التعرف على ما تقوم به من نشاطات في صالح المجتمع .

جدول رقم (15) : فئة الإستمالات الإقناعية ( عاطفية )

الموضوع	عاطفة الأمومة		حرمان	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
الحصة الأولى	2	13,51	2	18,81
الحصة الثانية	7	08,10	2	0
الحصة الحوارية	8	70,27	1	81,81
الأخبار	3	08,10	0	0
المقابلة	0	0	0	0
المجموع	37	%100	11	%100

الجدول رقم (15) الذي يمثل فئة " الإستمالات الإقناعية (العاطفية - الأمومة )



الشكل رقم (15): فئة " فئة " الإستمالات الإقناعية (العاطفية)"

من خلال معطيات الجدول رقم (15) الذي يمثل فئة " الإستمالات الإقناعية (العاطفية - الأمومة- الحرمان - ) حيث تمثل معطيات الحصة الحوارية أعلى نسبة في الإستمالات العاطفية في عنصر الأمومة و التي قدرت بـ ( 70,27 % ) ، و تأتي الحصة الأولى بدرجة أقل و هذا بنسبة (13,51%) ، و جاءت الحصة الثانية مع الأخبار بنفس النسبة و تمثلت بـ ( 08,10 %) و انعدمت النسب في المقابلة في حين نجد عنصر الحرمان احتل نسبة كبيرة في الحصة الحوارية حيث قدرت

( 81,81% )، و تراجعت النسبة في الحصة الأولى بـ ( 18,18% ) و انعدامها في كل من الحصة الثانية و الأخبار و المقابلة.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة مجموع التكرارات لـ فئة الإستمالات الإقناعية العاطفية في عنصر الأمومة في كل هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الأمومة بلغ قيمة (37) كقيمة تدل على عاطفة الأمومة و أقلها درجة في عنصر الحرمان بعدد التكرارات يساوي (11) من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (15) يتبين لنا أن فئة الأستمالات العاطفية للأمومة كانت قيمتها منطقيّة خاصة في الحصة الحوارية التي إستضافت مجموعة من النساء كلهن تحركت فيهن عاطفة الأمومة بشكل كبير و خاصة إنهن ربوات بيوت علهن مسؤولية إتجاه أبنائهن ، حيث أحضرت إحدى النساء إبتها و كيفية تعلق البنت صحبت الأربع سنوات بأماها و العبارات التي كانت تقول لها إبتها عبارات التفاؤل و أنها سوف تعالج أمه و سوف تشفى، في حين الحصة الأولى كانت أقل درجة من سابقتها ، حيث أثارت المنشطة للحصة عاطفة الأمومة في دور المرأة في العائلة و تعلق الأبناء بالأم ، و أثارت إحدى رئيسات الجمعيات في سياق حديثها تقديم يد المساعدة و الدعم المادي المتمثل على حدي تعبيرها في مصاريف الكشف و تحاليل اللازمة أما الدعم المعنوي هو ذلك التشجيع و المساندة و الوقوف إلى جانب المرضى كلها تصب في الإتجاه الإيجابي ، و جاءت النسب متساوية بين الحصة الثانية و الأخبار التي لم تتعرض بشكل كبير إلى الإستمالات العاطفية و خاصة جانب الأمومة منها. ، أما بالنسبة لعنصر الحرمان فجاء بمؤشر ضعيف في الحصة الأولى و هذا ما يفسر عدم تطرق الحضور إلى مواضيع تشاؤمية ، أما في الحصة الحوارية فكان نسبة معدل الحرمان فيها مرتفع جدا ، و هذا راجع إلى حالة إحدى المريضات التي كانت متواجدهم مما أستدعى من تطرق إلى تفاصيل مشاكلها الإجتماعية.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

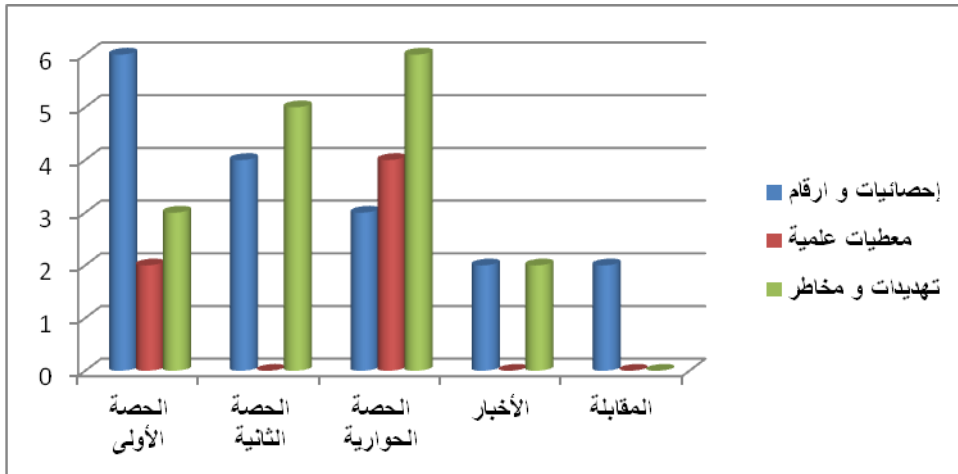
كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لـ فئة الإستمالات العاطفية في عنصر الأمومة في كل من هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الأمومة بلغ قيمة مقبولة وهي كقيمة تدل على نسبة النساء التي تتعرض إلى هذا المرض كلهن يفوق عمرهن اربعين سنة كذلك ربوات بيوت ، و أقلها درجة في عنصر الحرمان الذي يعبر على الحالة الإجتماعية للمريض.



جدول رقم (16) : فئة الإستمالات الإقناعية (عقلية – تخوفية)

تخوفية		عقلية				التكرار
تهديدات و مخاطر		معطيات علمية		إحصائيات و ارقام		الموضوع
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
18,75	3	25	2	35,29	6	الحصة الأولى
31,25	5	0	0	23,52	4	الحصة الثانية
37,5	6	50	4	17,64	3	الحصة الحوارية
12,5	2	0	0	11,76	2	الأخبار
0	0	0	0	11,76	2	المقابلة
<b>% 100</b>	<b>16</b>	<b>% 100</b>	<b>8</b>	<b>% 100</b>	<b>17</b>	<b>المجموع</b>

الجدول رقم (16) الذي يمثل فئة " الإستمالات عقلية و تخوفية



الشكل رقم (16): " فئة " الإستمالات عقلية و تخوفية )"

من خلال الجدول رقم (16) الذي يمثل فئة " الإستمالات عقلية و تخوفية يتضح لنا أن الحصة الحوارية كانت نسبتها أعلى نسبة حيث قدرت بـ ( 50%) في فئة الإستمالات العقلية في مجال المعطيات العلمية ، ثم تليها أعلى نسبة في الإستمالات التخوفية و هذا في مجال التهديدات بنسبة قدرت بـ ( 37,5%) ، و جاءت بنسبة اقل عنصر الإحصائيات و الأرقام بنسبة قدرت بـ ( 17,64%) ، أما في ما يخص الحصة الأولى جاءت الإحصائيات و الأرقام كمؤشر عقلي بلغ نسبته ( 35,29%) ، في حين و صل مؤشر المعطيات العلمية عند حد ( 25%) و جاءت الحصة الثانية بنسبة ( 31,25%) في فئة التخوفية عنصر التهديدات و المخاطر ، أما في الفئة العقلية عند عنصر الإحصائيات بلغ نسبة ( 23,52%) و انعدمت

النسبة في المعطيات العلمية، ، في حين جاءت الأخبار و المقابلة بنسب متساوية حيث بلغ كلاهما نسبة (11,76%)، و انعدم في البقية.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة مجموع التكرارات — فئة الإستمالات العقلية في عنصر الإحصائيات و الأرقام في كل من هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الإحصائيات بلغ قيمة (17) كقيمة تعكس وتدلل على تداول هذه الأرقام في كل حصة و أقلها درجة في الفئة التخوفية بعدد التكرارات يساوي (16) ، في حين جاءت الإستمالات العقلية في عنصر المعطيات العلمية نصف ما بلغت له الفئة التخوفية — (8).

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم(15) : يتبين لنا أن إرتفاع نسبة الإستمالات العقلية في عنصر المعطيات العلمية في الحصة الحوارية و هو ما تطرقت له الشخصيات الفاعلة في الحصة من معطيات علمية ، التي بدورها تسمح لأفراد المجتمع و خاصة فئة النساء منها توخي الحيلة و الحذر و الإلتزام ببعض الإرشادات ، أما في الفئة التخوفية عند عنصر التهديدات و المخاطر فجاءت النسبة مقبولة و هذا ما يفسر ما طرحته الشخصيات الفاعلة في الحصة من ما يهدد سلامة الفرد نفسياً و الإجتماعياً و خاصة فئة النساء في مجتمعنا ،أما بالنسبة للإحصائيات و الأرقام جاءت بدرجة منخفضة و هذا ما يدل على طبيعة الحصة الحوارية التي تركزت كثيراً على سرد بعض النماذج لتجاربهن مع المرض و إكتشافهن له و حالتهم الإجتماعية ، في حين كانت الحصة الأولى للأرقام و الإحصائيات بالنسبة الأكبر و هذا ما يدل على ما تطرقت له الشخصيات من الإحصائيات سواءً على المستوى المحلي و الوطني و الدولي ، وخاصة ما دوين في السجل الوطني و السجل المحلي من أرقام و الإحصائيات ، تندرج حول الفئة التخوفية في عنصر التهديدات و المخاطر كان متقارباً مع عنصر المعطيات العلمية و هذا ما ينعكس مباشرة على ما أعرب عنه الأطباء و الجمعيات من إحصائيات في الوقت الحاضر و المستقبل و قلقهم من هذه الأرقام.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

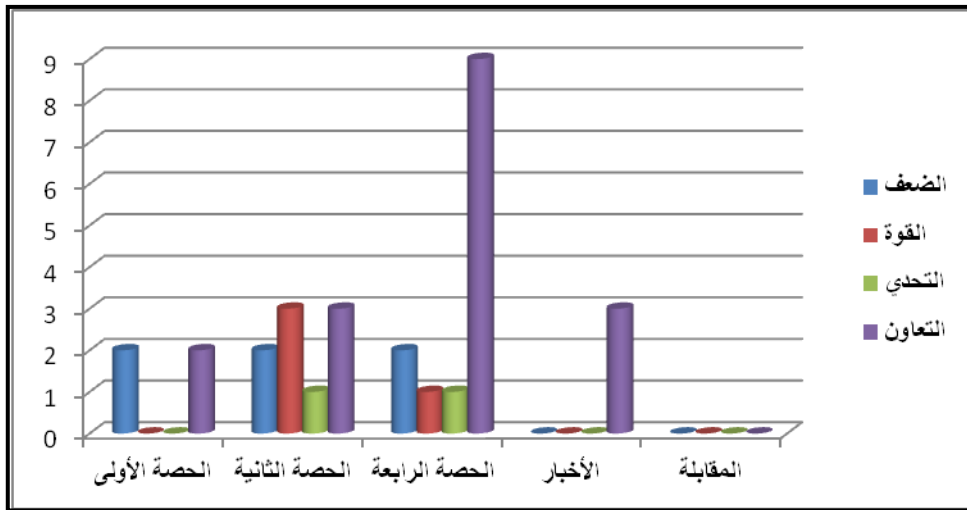
كقراءة شاملة لمجموع التكرارات — فئة الإستمالات العقلية نجد عنصر الإحصائيات و الأرقام في كل من هذه الأنواع الإعلامية متقاربة مع الفئة التخوفية في عنصر التهديدات و المخاطر و هذا ما يعكس القلق الذي تفرزه الإحصائيات و الأرقام في الوقت الحاضر و تنبؤ بالمستقبل، هذا من جهة و من جهة أخرى ما وصلت إليه المعطيات العلمية أقل درجة من سابقها حيث

أفصحت هذه الأخيرة على بعض النصائح و الإرشادات المختلفة حول ممارسة الرياضة و الكشف الدوري لفئة النساء التي يفوق سنهن الأربعين.

جدول رقم (17) : فئة السمات الشخصية من حيث المرضى

السمات الشخصية من حيث المرضى								التكرار	الموضوع
التعاون		التحدي		القوة		الضعف			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
32,5	2	0	0	0	0	40	1	الحصة الأولى	
21,42	3	25	1	50	3	40	2	الحصة الثانية	
42,85	6	75	3	50	1	20	2	الحصة الحوارية	
21,42	3	0	0	0	0	0	0	الأخبار	
0	0	0	0	0	0	0	0	المقابلة	
%100	14	%100	4	%100	6	%100	5	المجموع	

الجدول رقم (17) الذي يمثل فئة " السمات الشخصية من حيث المرضى



الشكل رقم (17): فئة " السمات الشخصية من حيث المرضى"

أشارت النتائج في الجدول رقم (17) الذي يمثل فئة " السمات الشخصية من حيث المرضى أن عنصر الضعف في الحصتين الأولى و الثانية كانت النسبة فيها متساوية حيث بلغت بـ (40%) أما عن الحصة الحوارية فسجلت نسبة (20%) في حين نجد الأخبار و المقابلة كانت فيها النسب معدومة ، كما نجد عنصر القوة في كل من الحصتين الثانية و الحوارية فقد بلغت

النسبة فيها (50%) ، أما عن الحصة الأولى والأخبار والمقابلة فلم تسجل أية نسبة ، في حين نجد عنصر التحدي يشهد نسب متفاوتة في كل من الحصة الحوارية (75%) وهي كأعلى نسبة والحصة الثانية (25%) وانعدمت النسبة في الحصة الأولى والأخبار والمقابلة ، في نجد عنصر التعاون بالنسبة للحصة الثانية نسبة (60%) وهي أعلى نسبة مقارنة بالخصص الأخرى ، أما الحصة الحوارية فكانت (40%) ، أما في الحصة الأولى والأخبار والمقابلة فلم تسجل أي نسبة .

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة لمجموع التكرارات — فئة السمات الشخصية من حيث المرضى في كل من هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الضعف بلغ قيمة (05) تكرارات كقيمة تعكس وتدل الصدم النفسية التي يتلقها الفرد في بداية الأمر، أما في ما يخص مؤشر القوة جاء بعدد التكرارات متقارب مع مؤشر الضعف بـ (06) تكرارات ، في حين جاءت مؤشر التحدي بقيمة تكرارات ضعيف على سابقه حيث توقف عند بـ (04) تكرارات فقط ، وأخيراً مؤشر التعاون جاء بـ (14) مرة كقيمة تكرارات مرتفع على كل الوحدات السابقة.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (17) يتبين لنا من خلال فئة السمات الشخصية للمرضى أن عنصر التعاون كان في الحصة الحوارية بمؤشر مرتفع وهذا ما يدل على طبيعة الحصة التي إستضافت عدة مريضات اللواتي سردنا قصصهم وخاصة الحالة التي تضامن معها الجميع ، والتي تحدثت عن حالتها الإجتماعية الصعبة وما تعرضت له من مشاكل زوجية وتسترها على المرض لمدة طويلة، هذه القصة حركت ضمائر المستمعين والذين أبد تعاونهم وتضامنهم معها ، أما الحصة الأولى فكان مؤشرها مقبول وهذا ما يفسر ما أبدته الجمعيات من تعاون ومد يد المساعدة للجميع من خلال الكلمات والعبارات التي عبر من خلالها رؤساء الجمعيات، وكذلك ما قدمه الأطباء من نصائح تصب في سياق التعاون والمساعدة ولو بالنصيحة التي ركزوا فيها على أن يتحلى الفرد في المجتمع بالثقافة الصحية وأن يكون على مستوى من التوعية وخاصة ما يفرضه الواقع من تحديات وأزمات صحية كبيرة، في حين جاءت الحصة الثانية والأخبار متساوية النسبة وهذا راجع إلى أن الحصة الثانية لم تكن مخصص لشهر الورد ككل إلا أننا نستطيع أن نقول على أن مؤشرها كان مقبولاً وهذا من خلال تنقل الميكروفون إلى المركز مكافحة السرطان وهذا التنقل يصب في عنصر التعاون من خلال التقرب من المريضات مما يحسبهم على الإهتمام من طرف

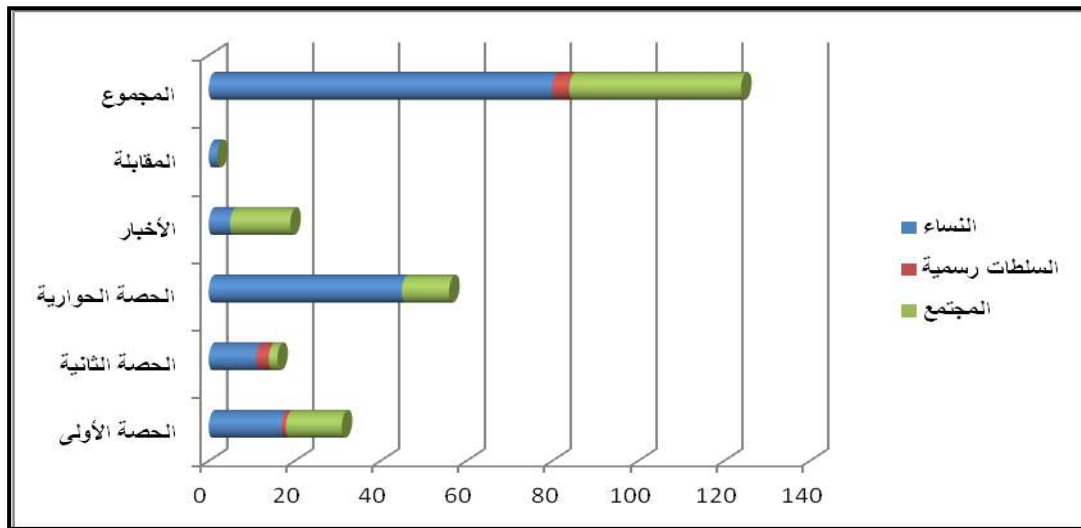
الجميع<sup>1</sup>، أما في يخص مؤشر التحدي الذي بلغ قيمة كبيرة في الحصة الحوارية و هذا ما يفسر أن المريضات في الأستويو الإذاعي كانت هن إرادة فولذية من خلال ما إستعرضه في أقولهم عن كيفية خروجهم من الصدمة النفسية الأولى و إيمانهم بالعلاج و الكيفية التي تعاملوا فيها مع عائلتهم ، في حين نجد الحصة الثانية بقيمة أقل في عنصر التحدي وهو ما يفسره تنقل الميكروفون إلى المركز حيث إستجوب بالمريضات و من خلال هذا الإستجواب تحس في سياق الكلام لبعض النسوة أنهن غير متقبلات المرض مما تحس أنهن محبطات نفسياً، أما بالنسبة لعنصر القوة فقد تساوات فيه النسب في الحصة الحوارية و الحصة الثانية بمؤشر مقبول جداً ، بحيث نجد أن عنصر القوة يخدم عنصر التحدي فمن كانت عندها القوة يكون لها من التحدي جانب كبير ، وهذا ما تجسد في جل الحالات التي أستضيفت في الحصة . أما عنصر الضعف في فئة سمات المرضى فقد تجسد في الحصة الأولى و الثانية بنفس النسب أي كانت نسبهم متساوية و هذا ما يدل على عدم تقبل بعض المرض لخالهم و هذا شئ طبيعي في بداية الأمر ، أما من خلال ما صرحت به الأخصائية النفسانية أن بعض الحالة أصبحت لها شخصية عدوانية عنيفة في بداية المرض و منهم من أصبحت ذو نفسية إنعزالية بعض الشئ ، في حين كانت ذات طبيعة إجتماعية قبل أن تصاب بالمرض و هذا يصب في عنصر الضعف بشكل مباشر ، أما في ما يخص الحصة الحوارية فجاءت بنسبة أقل و هذا راجع إلى أن المريضات إستطعن تجاوز مرحلة الصدمة بسلام و هذا من خلال ما وجده من محيط عائلي ساعدهم على تخطي أصعب مرحلة في هذا المرض هذا ما عبرت عنه التكرارات ، إلا في حالة واحدة التي كانت نفسيتها صعبة و هذا ما سرده حول حالتها الإجتماعية و محيطها العائلي المتدهور.

<sup>1</sup> - هناء سلطان: استخدام القائم بالاتصال للأساليب الإقناعية في الخطاب الإعلامي الديني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، منشورة تخصص: اتصال وعلاقات عامة، كاية: العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018، ص30.

جدول رقم (18): فئة الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف						التكرار	الموضوع
المجتمع		السلطات رسمية		النساء			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
32,5	13	25	1	21,25	12		الحصة الأولى
5	9	75	3	13,75	16		الحصة الثانية
27,5	7	0	0	56,25	32		الحصة الحوارية
35	14	0	0	6,25	5		الأخبار
0	0	0	0	2,5	2		المقابلة
<b>%100</b>	<b>40</b>	<b>%100</b>	<b>4</b>	<b>%100</b>	<b>80</b>		<b>المجموع</b>

الجدول رقم (18) الذي يمثل فئة "الجمهور المستهدف"



الشكل رقم (18): فئة " السمات الشخصية من حيث المرضي"

أشارت النتائج في الجدول رقم (18) الذي يمثل فئة "الجمهور المستهدف" نجد أن عنصر النساء في الحصة الحوارية كان لها النصيب الأكبر بنسبة (56,25%) و تأتي في المرتبة الثانية الحصة الأولى بنسبة (21,25%) ، إلى أن انخفضت النسبة إلى (13,75%) ثم جاءت الأخبار بنسب (6,25%) ثم المقابلة بنسبة (2,05%) وهي أقل نسبة تشهدها ، في حين

نجد فئة السلطات الرسمية فكان هناك تفاوت كبير ما بين النسب حيث نجد في الحصة الأولى بنسبة (25%) و و إرتفعت في الحصة الثانية بنسبة (75%) أما عن الحصة الحوارية و الأخبار و المقابلة نجدها منعدمت النسب فيها ، في حين نجد فئة المجتمع أن هناك إنخفاض تدريجياً في النسب فنجد أن الأخبار قدرت بنسبة (35%) و بعدها الحصة الأولى (32,5%) ثم الحصة الحوارية بنسب —(27,5%)، ثم تأتي الحصة الثانية بنسبة (05%) ، وانعدمت في المقابلة.

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة مجموع التكرارات — فئة الجمهور المستهدف في كل من هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر النساء بلغ قيمة (80) كقيمة تدل على أن النساء كشريحة معنية أكثر من غيرها و أقلها درجة في فئة المجتمع حيث بلغت (40) كقيمة تدل على دور المجتمع في التوعية الصحية و تأتي السلطات الرسمية بقيمة أقل (04) .

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم(18) يتبين لنا فئة الجمهور المستهدف من النساء حيث نجدها في الحصة الحوارية بأكبر نسبة و هذا ما يفسر أن فئة النساء هن أكبر شريحة معرضة لمثل هذه المواضيع التي تعالج إنشغالاتهن و تُطرح فيها ما ينبغي على أفراد المجتمع إتخاذها بصفة عامة و على المرأة بصفة خاصة ، أن تتحلي بالثقافة الصحية لتجنب هذه الأمراض من خلال ما تحدث عنه الأطباء، كما إستضافت الحصة كذلك تجارب معاشة لأربعة نساء و رئيسة جمعية التي طرحت ما يدور حول النساء و هذا شئ طبيعي لأنهن الشريحة المستهدفة من هذه البرامج الصحية ، أما بالنسبة للحصة الثانية فكانت أقلها درجة مما يفسر أن الطبيعة الحصة التي لم تكن مخصصة كلها لشهر الورد و إنما طرحت فيها ملفات صحية أخرى إلا أن القسط المخصص للشهر الورد كان يناقش ما يستلزم من المرأة القيام به من إرشادات ضرورية لا بد من إكتسابها عند المرأة و بإضافة إلى تنقل الميكروفون إلى المصححة حيث كانت له معاينة لبعض النساء إستجوابهن و هذا كله موجه إلى فئة معينة و نقصودة بهذه البرامج، أما الحصة الأولى فقد إنخفضت فيها النسبة قليلا في عنصر النساء بطريقة غير مباشرة من خلال ما تحدثت عنه الجمعيات في إبراز دورها في المجتمع و فتح الأبواب و مساعدة الجميع و خاصة النساء ، و هذا راجع إلى نوع الشخصيات و الجمعيات التي كانت حاضرة في تنشيط الحصة حيث ركزوا على جانب التحسيس و الوقاية بصفة عامة و على دور و نشاط الجمعيات في مثل هذه المناسبات كشهر أكتوبر و على المرأة التقرب من هذه الجمعيات الناشطة في المجال الصحي حيث أعرب كل الرؤساء الجمعيات على ضرورة تقديم المساعدة لكل من يتقرب من هذه الجمعيات، اما بالنسبة لاستهداف السلطات الرسمية فقد كانت نسبتها عالية في الحصة الثانية و هذا راجع لذكر ما تقدمه الحكومة من تكفل و رعاية و كذلك ما قام به الميكروفون من

زيارة لمركز مكافحة السرطان حيث تطرق إلى ما تقوم به السلطات الرسمية المتمثلة في الكوادر البشرية المسخرة و الأجهزة و المعدات كمساعدة لكل المرضى و هذا من خلال ما أقرت به المستجوبات لميكرفون الإذاعة باضافة إلى ما كان يدور من ناقش بين الشخصيات الفاعلة في الحصة على ما تقوم به الدولة بصفة عامة من دعم و مساعدات في هذا المجال، حيث قارن ما تقدمه الدول الأخرى التي لا بد على المريض أن يدفع مصاريف العلاج .

**التحليل الشامل لمجموع التكرارات :**

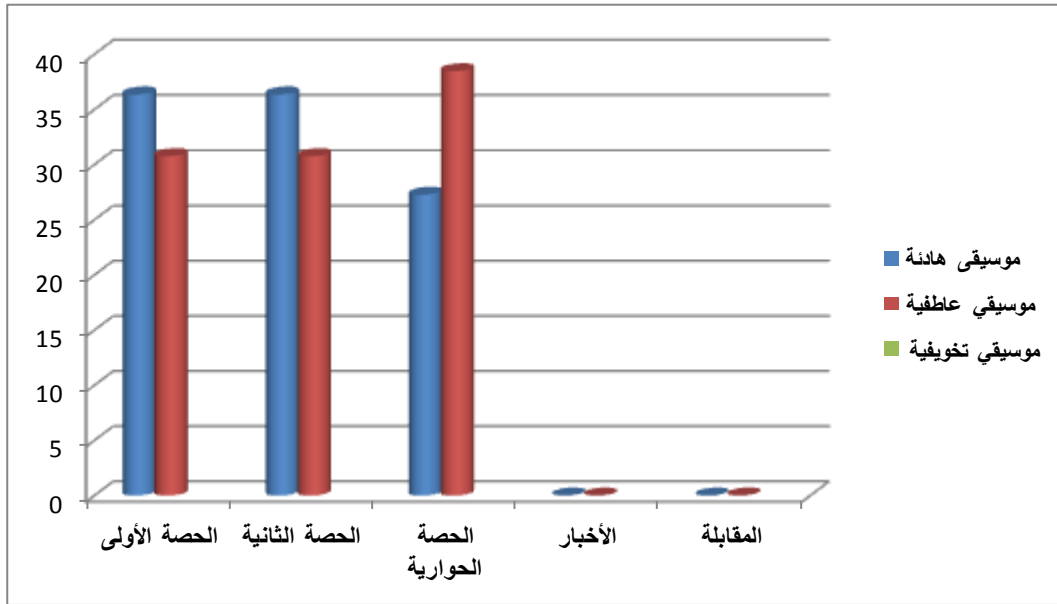
كقراءة شاملة لمجموع التكرارات — فئة الجمهور المستهدف في كل ما جاء في هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر النساء بلغ قيمة كبيرة كقيمة تدل على أن النساء كشرريحة معنية أكثر من غيرها بهذه الموضوعات ، حيث طرحت فيها مسائل التثقيف الصحي و التحسيس بضرورة الكشف الدوري و أقلها درجة في فئة المجتمع حيث تدل مجموع التكرارات بصفة عامة على دور المجتمع في التوعية الصحية و تأتي عدد تكرارات وحدة السلطات الرسمية بقيمة أقل و ما يفسر عدم التطرق إلى الناقص التي وفرتها السلطة في هذا المجال من دعم صحي .

جدول رقم (19) : فئة الموسيقى

الموسيقى						التكرار
موسيقى تخويفية		موسيقى عاطفية		موسيقى هادئة		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	الموضوع
0		30,76	4	36,36	4	الحصة الأولى
0		30,76	4	36,36	4	الحصة الثانية
0		38,46	5	27,27	3	الحصة الحوارية
0		0	0	0	0	الأخبار
0		0	0	0	0	المقابلة
<b>%100</b>		<b>%100</b>	<b>13</b>	<b>%100</b>	<b>11</b>	<b>المجموعة</b>

الجدول رقم (18) الذي يمثل فئة " الموسيقى "





الشكل

رقم (19): فئة " الموسيقي "

أشارت النتائج في الجدول رقم (19) الذي يمثل فئة " الموسيقي " حيث يتضح لنا أن فئة الموسيقى الهادئة كانت النسبة متساوية في كل من الجزء الأولى و الثانية بنسبة بـ (36,36%) أما الجزء الحوارية كانت بنسبة (27,27%) و انعدمت في كل من الأخبار و المقابلة ، أما بالنسبة للموسيقى العاطفية فكذلك تساوت النسبة في كل من الأولى و الثانية بنسبة (30,76%) ، أما في الجزء الحوارية كانت بنسبة (38,46%) في و انعدمت في الأخبار و المقابلة ، في حين أن الموسيقى التخوفية فلم تسجل أي نسبة .

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة مجموع التكرارات لـ فئة الموسيقى في كل هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الموسيقى الهادئة و عاطفية تقاربت تكراراتها حيث بلغت الموسيقى الهادئة (11) تكرارات أما العاطفية قد بلغت (13) مرة.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم(19) في فئة الموسيقى المستخدمة في البرامج الإذاعية نجد النسب متساوية في الجزء الأولى و الثانية و لا تغير فيها و هذا ما يدل أن الجزء ثابت على مدار الشهر لا تغير فيها و خاصة من ناحية جنيريك البداية و ذلك من خلال الكلمات و الموسيقى الهادئة التي يستفتح بها الصحفي الجزء هي نفسها في الجزء الثانية مكررة هذا كتقديم لدخول الجزء بكلمات مع مزيج موسيقى هادئة يقدم بها الجزء و منشطة الجزء ، أما عند مباشرة الجزء تستخدم موسيقى

عاطفية مغايرة لجنيريك و هي التي تدوم مع كامل الحصة و تستخدم ما بين الفواصل و كذلك عندما تقدم إستجابات، في حين الحصة الحوارية كان فيها من الجديد من حيث تقديم الكجنيريك كبداية و مدخل للحصة بحكم هذه الحصة الإستثنائية حملت أسم أكتوبر الوردي أستخدمت فيها من الموسيقى هادئة المستمرة مع كامل الحصة، أما في ما يخص مباشرة الحصة فكان استخدام الموسيقى العاطفية بين الفواصل التدخلات ، في حين إنعدمت الموسيقى في الأخبار و هذا ما يفسر المقطع الذي يخص تغطية التظاهرات الصحية حيث لا توجد به موسيقى و هذا راجع إلى طبيعة الأخبار التي لا تستخدم فيه الموسيقى كثيراً و خاصة في تداول الأخبار و عرضها .

#### التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة مجموع التكرارات لـ فئة الموسيقى في كل هذه الأنواع الإعلامية نلاحظ أن مؤشر الموسيقى الهادئة و عاطفية تقاربت تكراراتها ، هذا ما يدل على نوعية الحصة التي كانت ثابتة على مدار الشهر ،حصة ملفات صحية إلا أنه طراً عليه بعض التغير بالإضافة حصة حوارية تحمل عنوان أكتوبر الوردي.مناسبة هذا الشهر كانت فيها بعض الإضافات على الموسيقى.

### النتائج العامة لدراسة :

بعد الدراسة التحليلية التي أخضعنا بمقتضاها مضامين عينة الدراسة ، و ذلك باستخدام أداة تحليل المحتوى سمحت لنا بالحصول على مجموع من المعلومات الخاصة بالشكل و المحتوى ، حيث توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات كان من أبرزها ما يلي :

✓ حيث أظهرت نتائج التحليل على التعريف بأعراض التي تؤدي للإصابة بسلطان الثدي و من خلال النسب العالية التي برزت أن أهم هذه الأعراض هو وجود كتلة بالثدي و إرتفاع درجة الحرارة ، و هذا ما أكدته الأطباء ، و هي كمؤشرات على بؤادر المرض أنه على المصاب الإسراع في الفحوصات لتفادي المعاناة.

✓ توصلنا من خلال عينة الدراسة أن اللغة المستعملة في البرامج كانت العربية الفصحى و التي تتوافق مع العمل الإعلامي و طبيعة الموضوع الموجهة للجمهور بإعتبار هذا الأخير أصبح لديه مستوى ثقافي لا بأس به ، و هي لغة التي أستخدمها أغلبية ضيوف الحصة إضافة إلى ذلك اللغة التي يفهمها الجميع.

✓ وظفت الإذاعة في منابرها قيماً إجتماعية و إنسانية لمعالجة هكذا مواضيع، تمثلت هذه القيم في الدعم النفسي و المساندة الإجتماعية من خلال إستضافتها لشخصيات و جمعيات خيرية ناشطة في المجال الصحي.

✓ توصلت الدراسة إلى أن تغطية الإذاعة لبرامج الشهر الوردي كان متنوعاً في مواضيعه، إلا أنها ركزت فيه على الوقاية و التحسيس ، و الدعم النفسي و ذلك بإعطاء نصائح و إرشادات للنساء بحيث تغير و تؤثر في إتجاهاتها الفكرية نحو ثقافة صحية و ذلك بإنتهاج الكشف الدوري ، مما يمنحهن مسؤولية الإعتناء بصحتهن و يشجعهن على طلب المشورة الطبية كما كانت هناك مساندة من طرف أخصائين نفسانيين و إجتماعيين و الجمعيات الفاعلة في هذا المجال.

✓ من خلال تحليلنا للبرامج يمكننا القول أنها تهدف هذه الأخيرة إلى التوعية و التحسيس ( التثقيف الصحي ) ليلفت إنتباه الناس إلى الأهمية القصوى للتوعية كحل و علاج من أجل تجنب هذا المرض كما نجد أن مضامين هذه البرامج هي مضامين صحية و هذا راجع إلى طبيعة الموضوع.

✓ إعتمدت برامج الشهر الوردي على استمالات إقناعية و تمثلت في عاطفة الأمومة التي ركزوا عليها أكثر على العائلة الكبيرة المتمثلة في الزوج و الأبناء ، و أقل درجة من الحرمان الذي برز قليلا في المعانات الإجتماعية لبعض الأسر، كما

إعتمدت على إستمالات عقلية و تمثلت في إحصائيات و معطيات علمية التي بدورها تصب في تحريك الإستمالات التخويفية و المتمثل في التهديدات و المخاطر من خلال عرض الإحصائيات الحالية و الأرقام المستقبلية.

✓ توصلت النتائج إلى أن برامج الشهر الوردى يستهدف كافة شرائح المجتمع ، في حين أنه ركز على فئة النساء باعتبار أن هذا الأخير هي أكبر شريحة معرضة لمثل هذه المواضيع ، و تركيز على المرأة باعتبارها البنية الأساسية في المجتمع.

✓ و حيث أفرزت النتائج أن الإذاعة إستخدمت في معالجتها لبرامج الشهر الوردى أنواع إعلامية مختلفة تمثلت في ثلاثة حصص و أخبار و مقابلة حيث إن ثنائية الإعلام والصحة تمثل القاعدة التي يتأسس عليها الوضع الصحي في يومنا هذا، فالصحة مطلب إنساني مشروع، والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في الترويج لهذا المطلب.

✓ كما أسفرت النتائج على أن جل الحصوص ، إعتمدت في مصادر معلوماتها على الصحفيون الذي كان ينشطون و يعدون حصصهم ، مما يستدعي منهم الإلمام بمعلومات الكافية لتفسير هذه البرامج من خلال إحتكاكهم بالجمعيات و الأطباء

و المرضى

## الخاتمة


لا يختلف إثنان على أن الإذاعة وسيلة إعلامية تؤدي كغيرها من الوسائل الإعلام الأخرى دوراً حيوياً في حياة الناس بصفة عامة والمرأة بصفة خاصة، وهذا من خلال أسلوب التأثير وما تقدمه من وظائف كوظيفة التثقيف الصحي والتحسيس وغرس مبادئ التوعية الصحية وهذه الوظائف من بين أهم الوظائف التي تسهر على تقديمها لا سيما في المجتمعات النامية و بمفهوم أدق في مجتمعتنا النائية.

ومن المعروف أن لكل رسالة إعلامية هدف وقد يكون من بين أهدافها إحداث تغيير ما أو يكون لها نوع من التأثير، فليس هناك رسالة بدون هدف، إذا فالإذاعة وسيلة لنشر التغيير كما هي وسيلة لتدعيم القيم والإتجاهات الإيجابية الحميدة. ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لمعالجة وتحليل البرامج التي تناولت بها الإذاعة القضية الصحية العالمية ألا وهي الشهر الوردي (شهر التوعية والتحسيس) بسرطان الثدي، هذا الأخير الذي ينخر في جسد النواة الحويوية في المجتمع وهي المرأة التي تعد بمثابة الركيزة الأساسية في الأسرة، هذا الداء الذي ينتشر بأرقام كبيرة بلغت الإحصائياتها لكل سنة 12 ألف حالة جديدة، هذا الرقم المقلق يتطلب مساحة متضاعفة ومجهودات كبيرة من جميع وسائل الإعلام من أجل رفع مستوى الثقافة وتوعية الصحية لدى المجتمع.


حيث أبانت هذه الدراسة في تحليلها للمواد الإعلامية من برامج مختلفة التي طرح فيه الشهر الوردي شهر الوقاية والتحسيس بنشر مبادئ التوعية الصحية المتجسدة في الكشف الدوري والكشف المبكر كحل وعلاج أنجع لهذه الأزمات الصحية من خلال معالجتها شكلاً ومضموناً وتحليلاً لفئاتها و وحداتها، والتي أسفرت نتائجها على أن ما تناولته الإذاعة لبرامج الشهر الوردي كان متنوعاً في مواضيعه، إلا أنها ركزت فيه على الوقاية والتحسيس، ودعم النفسي وذلك بإعطاء نصائح وإرشادات للنساء بحيث تغيير وتؤثر في إتجاهاتهن الفكرية نحو ثقافة صحية مترسخة، وكسر لطبوهات المتوغلة في أذهان مجتمعتنا، وذلك بإنتهاج طريقة الكشف الدوري، مما يمنحهن مسؤولية الإعتناء بصحتهن ويشجهن على طلب المشورة الطبية كما كانت هناك مسانادات من طرف أخصائيين نفسانيين إجتماعيين والجمعيات الفاعلة في هذا المجال، بإضافة إلى أن برامج الشهر الوردي إستهدف كافة شرائح المجتمع، في حين أنها ركز على فئة النساء بإعتبار أن هذا الأخير هي أكبر شريحة معرضة لمثل هذه المواضيع، حيث يعد سرطان الثدي مشكلة صحية بالغة التعقيد في مجتمعتنا ومن

الطبيعي أن يحتل هذا المرض مكاناً مهماً في المشهد الإعلامي

كما يبقى تناول قضية الشهر الرودي كمناسبة لتحسيس و التوعية ونشر مبادئ الكشف الدوري في الإذاعة غير كاف مقارنة بالزحف المتواصل لهذا المرض على الأخضر و اليابس من خلال ما يسجله من الأرقام، يستدعى تخصيص برامج إذاعية يومية على مدار السنة لتكريس و إرساء الكشف المبكر كحل مؤقت لهذه المعظلة.



قائمة المراجع



## قائمة المراجع

### قائمة المراجع

#### المصادر

##### أولاً: القرآن الكريم

1. سورة النساء ، رقم الآية : 83.
2. سورة المائدة ، رقم الآية : 50.

#### المراجع باللغة العربية

##### ثانياً : القواميس و المعاجم

- 03- ابن منظور ، لسان العرب ، تحقيق: عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله و اخرون، مج1، دار المعارف ،دت، القاهرة،
- 04- ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير و أساس البلاغة ، ج3، (ط3، لا.م، دار الفكر ، لات)

##### ثالثاً : الكتب

- 05- إبراهيم امام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، ط2، دار الفكر العربي ، 1985.
- 06- إبراهيم خليل أبراش ، المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الإجتماعية ، ط1 ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، 2009.
- 07- ألان لارامي و برنار فالي، ترجمة فضيل دليو، البحث في الإتصال عناصر منهجية، مخبر علم إجتماع الإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة، 2004.
- 08- بلقاسم سلاطينة، حسان الجيلاني ، أسس المناهج الإجتماعية ، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2012.
- 09- بوب ماتبوز ، ليزروس، ترجمة محمد الجوهري ، الدليل العملي لمناهج البحث في العلوم الإجتماعية ، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة ، مصر ، 2016.
- 10- حمد عبد العزيز الجيزان، البحوث الإعلامية/ أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، المملكة السعودية، 2004،
- 11- دلال القاضي و محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي و تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2008.
- 12- ربحي مصطفى عليان ، البحث العلمي/ أسسه ، مناهجه و أساليبه، إجراءاته، دط، بيت الأفكار الدولية ، الأردن ،
- 13- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي/ أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق ، سوريا، 2000،
- 14- رفعت عارف ، محمد عثمان الضبع ، الإذاعية النوعية و إنتاج البرامج الإذاعية ، ط1، دار الفجر للنشر ، القاهرة ، مصر، 2011.



## قائمة المراجع

- 15- سعيد إسماعيل صيني ، قواعد أساسية في البحث العلمي، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1994.
- 16- سعدي أمبو ، سليمان بن محمد البلوشي، طرائق تدريس العلوم / مفاهيم وتطبيقات عملية ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، الأردن، 2009.
- 17- صالح خليل الصقور، الإعلام و التنشئة الإعلامية ، ط1، دار اسامة النشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2012.
- 18- صيام شحاته : النظرية الاجتماعية /من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحدائة، ط1 ، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2009 ،
- 19- طه أحمد الزيدي ،المرجعية الإعلامية في الإسلام، ط1، دار النفائس ، العراق ، 2010.
- 20- عاطف عدلي العبد ، إستطلاعات و بحوث الإعلام والرأي العام ، الأسس النظرية و النماذج التطبيقية ، د ط ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2006.
- 21- عدنان أحمد مسلم ، نظريات إجتماعية، جامعة دمشق ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، دت.
- 22- عماد حسن مكاوي، ليلي حسين السيد : الإتصال و نظرياته المعاصرة، ط1،الدار المصرية اللبنانية ، مصر ن1998.
- 23- فضيل دليو، تاريخ وسائل الإتصال، دط، دار أقطاب الفكر ، قسنطينة، 2007.
- 24- فؤائد شعبان، عبدة السبطي، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجيااته الحديثة، د ط، دار الخلدونية، 2012.
- 25- كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 4، 2011 .
- 26- -مادلين غراويتيز، ترجمة ، سام عمار، مناهج العلوم الإجتماعية / منطق البحث في العلوم الإجتماعية، ط1، المركز العربي للتعريب و الترجمة و التأليف ، دمشق ، 1993.
- 27- محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات )، ط2 ، دار وائل للنشر، عمان ، 1999،
- 28- محمد الحفناوي، الصحافة و التوعية الصحي، ط1، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع ، دسوق ، مصر، 2014.
- 29- محمد عبد الحميد ، دراسة جمهور في بحوث الإعلام، ط1 ، عالم الكتب للنشر، القاهرة ، 1993.
- 30- محمد عبد الكريم الخوراني، النظرية المعاصرة في علم الإجتماع /التوازن التفاعلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع، دار المحدلاني ، ط1، الأردن.
- 31- محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الإتصال / و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، 2003.
- 32- محمود عودة ، اسس علم الإجتماع ، دط، دار النهضة العربية للطباع و النشر ، بيروت ، لبنان، دت .
- 33- مصطفى خلف عبد الجواد ، قراءات معاصرة في علم الإجتماع، مطبوعات البحوث و الدراسات الجامعية، جامعة القاهرة، مصر ، 2002.

## قائمة المراجع

- 34- منال أبو الحسن، اساسيات علم الإجتماع الإعلامي / نظريات ووظائف و التأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة ، مصر، 2008.
- 35- منال طلعت محمود ، مدخل إلى علم الإتصال، د ط ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، مصر، 2003 .
- 36- مي عبد الله ، نظريات الإتصال، ط2، دار النهضة العربية ، بيروت لبنان، 2010.
- 37- هناء سلطاني: استخدام القائم بالاتصال للأساليب الإقناعية في الخطاب الإعلامي الديني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، (منشورة) تخصص :اتصال وعلاقات عامة، كلية: العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018 .
- 38- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1 ، طاكسيج - كوم، للدراسات و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 .

### ■ رابعاً : القوانين

- 39- الجريدة الرسمية، القانون العضوي 2012، المادة 03.

### ■ خامساً : الرسائل الجامعية

- 40- أمال عساسي ، إثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ( منشورة) في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات ، جامعة باتنة 2، الجزائر ، 2015.
- 14- حورية بوهلال ، تاتي فاطمة، تأثير الإشهار الإذاعي على المستهلك الجزائري، دراسة ميدانية حول تأثير إشهار تقنية الجيل الثالث في إذاعة الجزائر من ورقلة ، علوم إعلام و إتصال ، العلوم الإنسانية ، جامعة ورقلة ، الجزائر، 2014 .
- 41- مناحي بن نايف التجاني، المعالجة الصحفية لجرائم العنف الأسري، رسالة ماجستير ، قسم العلوم الإجتماعية ، كلية الدراسات و البحوث ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض ، 2008.
- 42- مراد كربوش ، الإتصال الداخلي في الإدارة العمومية الجزائرية /إدارة الجمارك و وزارة الشؤون الخارجية نموذجاً، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر 2005.
- 43- نجاة باسي ، المعالجة الإعلامية للقضايا الأسرة في الإذاعة الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية ، تخصص دعوة و إعلام و إتصال ، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي ، الجزائر ، 2015.

## قائمة المراجع

- 44- كريمة دربال ، دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال و صحافة مكتوبة، قسم إعلام و إتصال ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر ، سعيدة ، الجزائر ، 2018،
- 45- رزيق سامية ، البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، برنامج ما وراء الجدان ، قناة النهار ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، علوم الإعلام و الإتصال، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: علوم إنسانية م جامعة العربي التبسي ، تبسة ، الجزائر ، 2016 ، نشورة بتاريخ: 2016/12/04.

### ■ سادساً: الأحاديث الإذاعية

46- محسن بوبنيدر، ملفات صحية ، د ر ، إذاعة الجزائر من ورقلة ، بتاريخ : 2018/10/06.

47- جمال معمري، ملفات صحية ، د ر ، إذاعة الجزائر من ورقلة ، بتاريخ: 2018/10/02

🌸 - المراجع باللغة الأجنبية :

- 48- Dominique Martel, Analyse de Discuors Médiatique sur le Cancer de sein au québec , le cas de Presse Ecrit, Mémoire Présenté de la Maîtres en Commiunication , Université du Québec , Montreal , Canada , 2012.
- 49- Devi Prasad, Content Analysis. , A method of Social Science Research , v10 .
- 50- Hsiu-Fang Hsieh , Sarah E. Shannon , Three Approaches to Qualitative Content Analysis , Qualitative Health Research, Fooyin University, 2005
- 51- Klaus Krippendorff, Content Analysis , volem1, Annenberge school of Comminication , University of Pennsylvania, 1989.

## قائمة المراجع

المواقع الإلكترونية :

- 52- أحمد علي حسن: "أكتوبر الوردي" ما قصة تخصيصه للتوعية بسرطان الثدي؟  
أسماء حيدوسي : شهر أكتوبر شهر وردي اللون للتوعية بسرطان الثدي تاريخ زيارة : 02/02/2018 على الساعة 15:10  
<https://www.akhbaralaan.net/health>
- 53- شروق غنيم ، Cite consulté le 01/03/2016 à 15H30  
[https://www.masrawy.com/news/news\\_various/details](https://www.masrawy.com/news/news_various/details)
- 54- موقع ويكيبيديا تاريخ الزيارة : 2019/03/19 ، على الساعة 21:10 ليلاً  
<https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- 55- المنظمة الصحة العالمية ، تاريخ الزيارة : 2019/03/19 على الساعة 21:45 ليلاً  
[https://www.who.int/cancer/events/breast\\_cancer\\_month/ar/](https://www.who.int/cancer/events/breast_cancer_month/ar/)
- 56- أحمد علي حسن: "أكتوبر الوردي" ما قصة تخصيصه للتوعية بسرطان الثدي؟ ، Cite consulté le 01/03/2019 à 15H30  
<https://alkhaleejonline.net>  
<https://www.elkhabar.com/press/article/144080/الوردى-الشهر-ب-أكتوبر-ب-تسمية-أكتوبر-ب-الشهر-الوردى>



# الملاحق



## دليل الإستمارة :

يتكون هذا الدليل من ثلاثة أقسام أساسية و هي :

### - أولاً - فئة البيانات الأولية حيث أن :

المربع رقم (01): يشير إلى إسم البرامج و هي كل " ملفات صحية " - " حصة حوارية " - " أخبار " - " مقابلة "

الدائرة رقم (02): تتمثل في تاريخ البث ، في تشير المربعين (03) و (04) إلى عناصرها و هي ( يومي ، شهري).

الدائرة رقم (05) : تتمثل في مدة البث، في حين تشير المربعات (06)(07)(08) إلى عناصرها و (

### - ثانياً - الفئات المتعلقة بالشكل ( ماذا قيل ؟ ) و عناصرها :

الدائرة رقم (09): الموقع من حيث الشبكة البراجمية ، في حين تشير المربعات (10) (11) (12) إلى عناصرها و هي ( صباحاً ، منتصف النهار، مساء).

الدائرة رقم (13): تتمثل الموقع في الحصة الواحدة، في حين تشير المربعات (14) (15) (16) إلى عناصرها و هي ( في البداية ، في الوسط، في النهاية).

الدائرة رقم (17): تتمثل في فئة الأنواع الإعلامية ، في حين تشير المربعات (18) (19) (20) (21) (22) إلى عناصرها و هي (الحصة الأولى، الحصة الثانية، الحصة الحوارية ، الأخبار ، المقابلة).

الدائرة رقم (23): تتمثل في فئة اللغة المستخدمة ، في حين تشير المربعات (24) (25) (26) (27) إلى عناصرها و هي (العربية الفصحى، الأجنبية، العامية ، المزيج اللغوي).

### - ثالثاً - الفئات المتعلقة بالمضمون ( ماذا قيل ) و عناصرها:

الدائرة رقم (28): تتمثل في فئة التعريف بأعراض المرض ، في حين تشير المربعات (29) (30) (31) (32) إلى عناصرها و هي (ألم موضعي، وجود كتلة ، تغيرات في حجم الثدي و ارتفاع درجة الحرارة ، ظهور ورم).

الدائرة رقم (33): تتمثل في فئة المواضيع التي عالجتها الحصة، في حين تشير المربعات (34) (35) (36) (37) إلى عناصرها و هي (تجارب معاشة ، إنجازات علمية، المساندة النفسية ، الوقاية و التحسيس)

**الدائرة رقم (38):** تتمثل في فئة المجال المضمون ، في حين تشير المربعات (39) (40) (41) إلى عناصرها و هي (صحي، إجتماعي، نفسي).

**الدائرة رقم (42):** تتمثل في فئة المصادر ، في حين تشير المربعات (43) (44) (45) (46) إلى عناصرها و هي (الأطباء، مختصون إجتماعون، صحافيون، جمعيات)

**الدائرة رقم (47):** تتمثل في فئة الشخصيات الفاعلة ، في حين تشير المربعات (48) (49) (50) (51) إلى عناصرها و هي (إطارات عمومية، مختصون أطباء ، متدخلون نساء رجال ، مرضى).

**الدائرة رقم (52):** تتمثل في فئة الهدف من البرامج ، في حين تشير المربعات (53) (54) (55) إلى عناصرها و هي (الإعلام ، التفسير و التبسيط ، التوعية و التحسيس ( التثقيف الصحي)

**الدائرة رقم (56):** تتمثل في فئة الإتجاه المعالجة ، في حين تشير المربعات (57) (58) إلى عناصرها و هي (إيجابية ، سلبية).

**الدائرة رقم (59):** تتمثل في فئة الإستمالات الإقناعية عاطفية ، في حين تشير المربعات (60) (62) إلى عناصرها و هي (عاطفة الأمومة، الحرمان).

**الدائرة رقم (63):** تتمثل في فئة الإستمالات الإقناعية العقلية ، في حين تشير المربعات (64) (65) إلى عناصرها و هي (إحصائيات و أرقام، معطيات علمية).

**الدائرة رقم (66):** تتمثل في فئة الإستمالات الإقناعية التخوفية ، في حين تشير المربعات (67) (68) إلى عناصرها و هي (تهديدات و مخاطر).

**الدائرة رقم (69):** تتمثل في فئة السمات الشخصية للمرضى ، في حين تشير المربعات (70) (71) (72) (73) إلى عناصرها و هي (الضعف، القوة، التحدي، التعاون).

**الدائرة رقم (74):** تتمثل في فئة الجمهور المستهدف ، في حين تشير المربعات (75) (76) (77) إلى عناصرها و هي (النساء، السلطات، المجتمع).

**الدائرة رقم (78):** تتمثل في فئة الموسيقى ، في حين تشير المربعات (79) (80) (81) إلى عناصرها و هي (موسيقى هادئة، موسيقى عاطفية ، موسيقى تخوفية).

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: إتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

بعنوان:

## المعالجة الإعلامية للشهر الوردي في إذاعة الجزائر من ورقلة

دراسة تحليلية لعينة من البرامج الإذاعة المحلية

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي تحليلي في إطار تحضير شهادة ماستر في علوم الإعلام و إتصال تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة حول موضوع : المعالجة الإعلامية للشهر الوردي في إذاعة الجزائر من ورقلة دراسة تحليلية لعينة من برامج إذاعة ورقلة.



أولاً : فئة البيانات أولية :

01

- أسم البرنامج

04

03

02 - تاريخ البث

05 - مدة البث

08

07

06

ثانياً : فئة الشكل :

09 - الموقع من حيث الشبكة البرمجية

12

11

10

13 - الموقع في الحصة الواحدة

16

15

14

17 - فئة الأنواع الإعلامية :

22

21

20

19

18

23 - فئة اللغة :

27

26

25

24

ثالثاً : الفئات المتعلقة بالمضمون و عناصر ( ماذا قيل ) :

				- فئة التعريف بأعراض المرض	28
32	31	30	29		
				- فئة المواضيع التي عالجتها الحصة	33
37	36	35	34		
				- فئة مجال المضمون:	38
	41	40	39		
				- فئة المصادر :	42
46	45	44	43		
				- فئة الشخصية الفاعلة	47
51	50	49	48		
				- فئة الهدف من البرامج	52
	55	54	53		
				- فئة الإتجاه المعالجة :	56
		58	57		

59 - فئة الإستمالات الإقناعية :

62 61 عاطفية 60

65 64 عقلية 63

68 67 تخوفية 66

69 - فئة السمات الشخصية من حيث المرضى :

73 72 71 70

74 - فئة الجمهور المستهدف :

77 76 75

78 - فئة الموسيقى :

81 80 79